

Journal
JCSS

The Journal of Communication
and Social Studies

Volume | 2
Issue | 2

▶ www.itam.org.tr

▶ e-ISSN-2791-9420

İLETİŞİM ve TOPLUM ARAŞTIRMALARI MERKEZİ

İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi
The Journal of Communication and Social Studies
Vol:2 – Issue:2 September 2022
Cilt: 2 Sayı 2: Eylül 2022

Yayın Sahibi/ Owner

İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi adına/ On behalf of the Center for
Communication and Social Studies



Prof. Dr. Hasan GÜLLÜPUNAR



Baş Editör/ Chief Editor

Doç. Dr. Murat BAŞARIR



Editörler/Editors



Doç. Dr. Şakir GÜLER



Öğr. Gör. Seyfullah GÜMÜŞOK



Araş. Gör. Efe Numan CAN



Alan Editörleri/ Field Editors



Doç. Dr. Ali Erkam YARAR



Doç. Dr. Nuri PAŞA ÖZER



Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif GÜNAY



Öğr. Gör. Ali MUTLU



Editör Yardımcısı/Vice Editor



Yusuf ŞAHİN



Dil Editörü/ English Language Editor













Öğr. Gör. Kazım BABACAN












































Yusuf ŞAHİN



Yayın Kurulu/ Editorial Board

	Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ	
	Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ	
	Doç. Dr. Mahmut AKGÜL	
	Doç. Dr. Nedret ÇAĞLAR	
	Doç. Dr. Arzu GÜRDAL	

Danışma Kurulu/ Advisory Board

	Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN	
	Prof. Dr. Adem YILMAZ	
	Prof. Dr. Ahmet Haluk YÜKSEL	
	Prof. Dr. Ahmet KALENDER	
	Prof. Dr. Aytekin CAN	
	Prof. Dr. Başak SOLMAZ	
	Prof. Dr. Bünyamin AYHAN	
	Prof. Dr. Celalettin YANIK	
	Prof. Dr. Cengiz ANIK	
	Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ	
	Prof. Dr. Filiz PELTEKOĞLU	
	Prof. Dr. Hanife GÜZ	
	Prof. Dr. İlhan YERLİKAYA	
	Prof. Dr. İsmail COŞKUN	
	Prof. Dr. M. Sezai TÜRK	
	Prof. Dr. Mehmet FİDAN	
	Prof. Dr. Mustafa AYDIN	
	Prof. Dr. Mustafa KOÇER	
	Prof. Dr. Nural İMİK TANYILDIZI	
	Prof. Dr. Petru GOLBAN	
	Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU	
	Prof. Dr. Şükrü BALCI	



Prof. Dr. Tatiana GOLBAN



Prof. Dr. Yusuf DEVRAN



Prof. Dr. Zakir AVŞAR



Grafik Tasarım/ Graphic Design

Ali Rıza BÜYÜKVADİ

Yayın Türü: Ulusal/Uluslararası Süreli

Yayın Tarihi: Eylül 2022

Yazışma Adresi/ Correspondence Address

İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi (İTAM) Derneği

Küçük İhsaniye Mh. Dr.M.Hulisi Baybal Cd. Hazım Uluşahin İş Mrk.

B/Blok P.096 Selçuklu / KONYA-TÜRKİYE

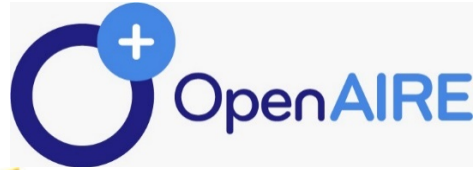
e-posta: bilgi@itamder.org

Tel: 0532 221 98 51

Dergi adresi: <https://itamder.org/index.jsp>

İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki defa yayımlanır. Hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir. Kaynak göstermeksizin alıntı yapılamaz. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi'ne gelen çalışmalar **iThenticate** programında benzerlik taramasından geçirilerek kontrol edilmektedir.

Dergimiz, Directory of Research Journals Indexing, Asos Index, OpenAIRE, Scilit ve Crossref tarafından indekslenmektedir.



İçindekiler – Contents

Araştırma Makaleleri / Research Articles

-
- Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabında “İletişim” ile İlgili İzler**
- Traces of “Communication” in Social Studies Curriculum and 7th Grade Social Studies Textbook**
- Davut ATMACA (Öğretmen)
adaatmaca17@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7149-2952
- 1 104-120
- Hüseyin TOYGUR (Öğretmen)
huseyintoygur84@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7919-650
- Dr. Öğr. Üyesi Hayri ÇAMURCU
hcamurcu@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9167-7946
-
- Afrika Kökenli Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Covid 19 Pandemisi Öncesi ve Süresince Eğitim Süreçlerinde Yaşadıkları Temel Sorunlar**
- Main Problems of African Origin Erciyes University Students Experienced In The Education Process Before and During The Covid 19 Pandemic**
- Arş. Gör. Ömer Faruk KOÇAK
okocak@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0152-5875
- 2 121-137
- Prof. Dr. Mustafa KOÇER
mkacur@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7380-6684
- Marzok Juma Dahia NGIRKUDU (Doktora Öğrencisi)
marzokjuma571@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1971-8816
-

**Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında
Tüketicilerin Online Alışveriş Eğilimleri: Nitel Bir
Araştırma**

- 3 138-153 **Online Shopping Tendencies of Consumers in the
Context of Uses and Gratifications Approach: A
Qualitative Research**

Havva ÖZDEMİR (Doktora Öğrencisi)
havva_mayis@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-7755-7411

**Amerika ve Türkiye Yapımı Animasyon Filmlerinde
Biçimbilimsel Analiz: Özgür Ruh ve Doru Örneği**

- 4 154-170 **Morphological Analysis in American and Turkish
Animated Films: The Example of Özgür Ruh and Doru**

Dr. Öğr. Üyesi Beyza SARGIN
beyzakasdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2229-2652

**Uluslararası Başarılarda Siyasi Aktörlerin Tebrik
Mesajlarına Yapılan Şiddet İçerikli Paylaşımlar
Üzerine Bir İnceleme: Tokyo 2020 Örneği**

- 5 171-191 **A Study On The Violent Posts Made To The
Congratulatory Messages Of Political Actors In
International Achievements: Example Of Tokyo 2020**

Doç. Dr. Nedret ÇAĞLAR
nedretcaglar@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9769-056X

Muhammed AYBER (Yüksek Lisans Öğrencisi)
ayber003@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4365-8403

**Haber Değerinin Değişimi, Dijitalleşme ve
Tabloidleşme: Rusya-Ukrayna Savaşı ve TV Haberleri**

6 192-208 **Change in News Value, Digitization and
Tabloidization: Russia-Ukraine War and TV News**

Mehmet Armağan KASAP (Doktora Öğrencisi)
makasap@gmail.com
ORCID:0000-0001-7915-7876

**Medyada Ahlaki Panik Üretilmesi: Suriyeliler İlgili
Yayınlanan Haberler Üzerine Bir İnceleme**

7 209-223 **The Creation of Moral Panic in Media: An Examination
on The News Published About Syrians**

Cemile YAĞMUR (Yüksek Lisans Öğrencisi)
cemile.gencoglu1@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3809-8520

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ
makdag@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1818-2960

Derleme/Review

**Yeni Medya İçeriklerinde Doğruluk Kontrolü
Uygulamalarının Yeni Medya Kullanım Pratiklerine
Etkileri**

An Overview of Accuracy Check in New Media Content

8 224-240 **Ozan EVREN (Doktora Öğrencisi)**
ozanevrenf@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8898-8006

Uğurcan TÜREDİ (Yüksek Lisans Öğrencisi)
ucturedi@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2795-5846

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabında “İletişim” ile İlgili İzler

1_2_3_4

“İletişimdeki en önemli şey söylenmemiş olanı duymaktır”

Peter Drucker



Davut ATMACA*



Hüseyin TOYGUR**



Hayri ÇAMURCU***

* Öğretmen, Balıklıçeşme Ortaokulu,
adaatmaca17@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7149-2952

** Öğretmen, Balıklıçeşme Ortaokulu,
huseyintoygur84@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7919-6509

***Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
hcamurcu@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9167-7946

Gönderilme/ Received

28.05.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.10.2022

Öz

Doğru iletişim, insanların hayatına renk katarak yaşamı kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle iletişim konusu özen gösterilmesi gereken bir konu olarak görülmektedir. Bu çalışma “iletişim” ile ilgili konu ve kazanımların Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı’nda desenleniş şeklini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında araştırma, 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabındaki görseller ile Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki beceriler arasındaki ilişkiye dair paradigmayı yansıtmaktadır. Bu bakımdan araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmadaki sonuçlara göre Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı kazanımlarından bazıları “benlik oluşturma” ve “yaşam kronolojisi” gibi iletişim kodlarını içermektedir. 6. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretim Programındaki kazanımlar eleştirel düşünme anlayışı ve karşılaşılan problemleri hukuki prosedürde çözme becerisi gibi üst düzey becerileri yansıtmamasına rağmen iletişim temelli kazanımlar %6.5’luk gibi düşük bir oran içermektedir. Bu sonuçlar kapsamında olası program geliştirme çalışmalarında SBDÖP’deki iletişim yeterliklerinin ders kitaplarına yansıma düzeyi daha da artırılabilir. SBDÖP’deki becerilere dayalı “empati” ve “iletişim” kulüpleri oluşturulabilir.

Anahtar Sözcükler: İletişim, Sosyal Bilgiler Dersi, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı.

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

³ Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

The authors’ contribution rates in the study are equal.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Atmaca, D., Toygur, H., & Çamurcu, H. (2022). Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabında “İletişim” ile İlgili İzler. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 104-120. doi:10.29228/itamder.1



Traces of “Communication” in Social Studies Curriculum and 7th Grade Social Studies Textbook



Davut ATMACA*



Hüseyin TOYGUR**



Hayri ÇAMURCU***

* Teacher, Balıklıçeşme
Secondary School,
adaatmaca17@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7149-2952

** Teacher, Balıklıçeşme
Secondary School,
huseyintoygur84@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7919-6509

*** Asst. Prof. Dr, Çanakkale
Onsekiz Mart University,
hcamurcu@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9167-7946

Gönderilme/ Received

28.05.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.10.2022

Abstract

Effective communication makes life easier by adding color to people's lives. For this reason, the issue of communication is seen as an issue that needs attention. This study was carried out in order to reveal the patterning of the subjects and acquisitions related to “communication” in the Social Studies Curriculum and the 7th Grade Social Studies Textbook. In addition, the research reflects the paradigm of the relationship between the visuals in the 7th Grade Social Studies Textbook and the skills in the Social Studies Curriculum. In this respect, the document analysis method, one of the qualitative research methods, was used in this research. According to the results of the research, some of the Social Studies Curriculum acquisitions include communication codes such as “self-creation” and “life chronology”. Although the acquisitions in the 6th Grade Social Studies Curriculum reflect high-level skills such as understanding of critical thinking and the ability to solve the problems encountered in legal procedures, communication-based acquisitions include a low rate of 6.5%. Within the scope of these results, the level of reflection of communication competencies in SSLCP to textbooks can be further increased in program development studies. “empathy” and “communication” club can be formed based on the skills in SSLCP

Keywords: Contact, Social Studies Lesson, Social Studies Lesson Curriculum Program.



Giriş

Son yıllarda iletişim kavramı moda bir tabir olarak gündeme damgasını vurmaktadır. Herkes iletişim denilen sözcüğün peşinden gitmektedir. İletişim ihtiyacı hayatın bütün alanlarında kendini hissettirmektedir (Aytekin, 2021, s. 2). İçeriği ne olursa olsun, herhangi bir sorunu çözmek için insanların düşünce alışverişinde bulunarak iletişim kurmaları gerekmektedir (Cüceloğlu, 2002, s. 12). Çünkü iletişimdeki temel amaç ortak bir anlayışa vararak toplumsal yaşamı olanaklı kılmaktır (Baymur, 1990; Ertürk, 2016).

Toplumsal yaşamı anlamlandırma yetisi olarak ifade edilen iletişim, farklı kişiler tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Örneğin Weekley (1967) iletişimi paylaşmak, ortak kılmak olarak ifade etmiştir. Pearson ve Nelson (2000) iletişimi anlama ve paylaşma süreci olarak tanımlamıştır. İletişim geri dönüşümü olmayan bir bilgi sağanağı sağlamaktadır. Aynı zamanda bilgiyi alma, bilgi verme ve bilgilerin paylaşımını içeren bir eylemdir. Gönenç (2012) iletişimden yoksun milletlerin çağdaş değerlere kapalı, yorum yapma kabiliyetinden yoksun ve kendi içine dönük bir yapı gösterdiğini söylemiştir. Sarmaşık (2011) bireyin çevresiyle kurduğu ilişkinin mahiyetini çevresiyle ilişki kurma yeteneğine bağlı olduğunu ifade etmiştir. Karadeniz ve Gürbüz (2019) eğitimde küresel boyutta bir rekabet gücüne kavuşmak için modern iletişim teknolojileri ile ilgili bilgi, beceri ve esasların Milli Eğitim sisteminde kullanılmasıyla mümkün olacağını belirtmiştir. Engin ve Aydın (2007) iletişim becerileri gelişmeyen toplumların karar mekanizmalarını gereği kadar kullanamadıklarını ifade etmiştir. Bu değerlendirmeler sağlıklı bir iletişimin yolunun iyi bir iletişimci olmaktan geçtiğini göstermektedir. İyi bir iletişimci olmanın ön koşulu iletişimi başlatan kişiyi dikkatli dinlemekten geçmektedir. Bu anlamda iletişim, bilginin iletilmesinden çok daha fazlasını içermektedir. Buna göre iletişim, insanların çeşitli koşullar içinde belli anlamlar üretmek için mesajları nasıl kullandıklarına odaklanarak, hümanist, estetik ve sosyal bilimsel sorgulama yoluyla her anlamda sağlıklı bir bilgi alışverişinin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bilim ve teknolojiye hızlı bir dönüşümün yaşanması bireyin ve toplumun ihtiyaçlarının değişmesine neden olmuştur. Bu değişim bilgiyi üreten, sosyal hayatta daha aktif konumda olan, girişimci, problem çözerek iletişim becerilerini kullanabilen bireylerin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Bu becerilerin belli yaşlardan itibaren öğrencilere kazandırılmasında İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında yer alan iletişim ile ilgili temel bilgi ve beceriler dikkat çekmektedir. Çünkü Sosyal Bilgiler Dersi, ele aldığı konularla öğrencilerin iletişim yeterliklerini geliştirmekte ve öğrencilere içinde yaşadıkları toplumun etkin bir üyesi olmaları için gerekli yeterlikleri kazandırmaktadır (Çengelçi, 2011, s. 253).

Türk Milli Eğitim Sistemi Genel Amaçları'nın odağında ortaokulu tamamlayan öğrencilerin haklarını kullanarak, sorumluluklarını yerine getiren ve buna ilişkin temel düzey ve becerilerin kazandırıldığı hedeflerin yer aldığı görülmektedir. Benzer şekilde Sosyal Bilgiler Dersi'nin özel amaçlarındaki "karşılaşılan sorunların çözümünde temel iletişim becerilerinin kullanılması" ile ilgili maddenin doğrudan iletişim kavramı ile ilgili olduğu görüşü öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Türk Milli Eğitim Sistemi'nin Genel Amaçları ile Sosyal Bilgiler Dersi'nin Özel Amaçları, iletişime ilişkin temel bilgi ve becerilerin

kazandırılmasına yönelik yetkinlikler bakımından aynı ekseninde örtüşmektedir. Bu durum iletişim yeterlikleriyle bütünleşen bilgi, beceri ve davranışa sahip bireyler yetiştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bireylerin sosyal, akademik ve iş hayatlarında ihtiyaç duyacakları iletişim yetkinlikleri şu şekildedir (MEB, 2018, s. 4-5):

- Ana dilde iletişim
- Yabancı dillerde iletişim
- Matematiksel yetkinlik ve bilim/teknolojide temel yetkinlikler
- Dijital yetkinlik
- Öğrenmeyi öğrenme
- Sosyal ve vatandaşlıkla ilgili yetkinlikler
- İnisiyatif alma ve girişimcilik
- Kültürel farkındalık ve ifade

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki yetkinliklerin büyük çoğunluğunun öğrencilerdeki iletişim bilgi ve yeterliklerini geliştirmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Özetle iletişim kavramı toplumsal yaşamı doğrudan ilgilendirdiği için yaşamı konu edinen Sosyal Bilgiler Dersi'nin iletişim süreçlerinden bağımsız ele alınması beklenemez (Çengelci, 2011, s. 253).

Bu açıklamalar ışığında araştırmadaki temel sorunsal “iletişim” ile ilgili konu, görsel ve kazanımların Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (SBDÖP) ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı'nda nasıl yer aldığı ortaya koymaktır. Buna göre araştırmadaki alt problemler şu şekilde sıralanmıştır:

- Sosyal Bilgiler Dersinin Özel Amaçları içinde “iletişim” kavramını içeren özel hedefler var mıdır, eğer varsa bu özel amaçlar hangi iletişim hedeflerini gerçekleştirmeye yöneliktir?
- Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında “iletişim” becerilerinin aktarılmasına yer veren kazanımlar var mıdır? Eğer varsa bu kazanımlarda öne çıkan iletişim kodları nelerdir?
- 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı “İletişim ve İnsan İlişkileri” ünitesi konularında hangi içerikler yer almaktadır?
- “İletişim ve İnsan İlişkileri” ünitesindeki görseller hangi iletişim becerilerini içermektedir?

Araştırmadaki temel sınırlık ders kitaplarına yönelik taramanın Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabı özelinde gerçekleştirilmiş olmasıdır.

1. Yöntem

Bu araştırmada nitel bir araştırma yöntemi olan doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Doküman incelemesi araştırılan olay ve olguların titizlikle incelenerek bu olaylar hakkında nesnel bilgiler edinilmesini sağlamaktadır (Wach, 2013; Yıldırım & Şimşek, 2013; Kozak, 2014). Bu bilgiler ampirik bilgileri geliştirmek için hipotez ve kategorilere ait değişimlerin de izlemesine imkan tanımaktadır (Corbin & Strauss, 2008; Merriam, 2013). Sosyal Bilgiler Dersi

Öğretim Programı ve Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabı'ndan doküman analizi yöntemi ile toplanan veriler içerik analizi tekniği ile çözümlenmiştir.

1.1.Araştırma Verileri

Araştırma verileri iki bölümden oluşmaktadır.

- MEB. (2018) Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı
- Azer, H. (2021). *Ortaokul ve imam hatip ortaokulu Sosyal bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabı*. Ankara: Ekoyay Yayıncılık.

1.2.Verilerin Toplanması

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına MEB Öğretim Programları İzleme ve Değerlendirme Sistemi'ndeki <https://mufredat.meb.gov.tr/> adresinden, Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabına ise elektronik ortamda Eğitim Bilişim Ağı (EBA) öğretmen hesabı üzerinden erişilmiştir.

1.3. Verilerin Analizi

Araştırma verileri, içerik analizi ile çözümlenmiştir. İçerik analizi; herhangi bir metindeki verilerin küçük içeriklerle kategorilere ayrıldığı sistematik bir teknik olarak kullanılmaktadır (Büyüköztürk, vd., 2013, s. 240). Öncelikle Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki on sekiz amaç taranarak iletişim ile ilgili olan hedefler belirlenmiştir. Daha sonra programdaki ünite ve ünitelerdeki kazanımların hangisinin iletişim ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra Sosyal Dersi 7. Sınıf Ders Kitabındaki iletişim konuları ve görseller incelenerek aktardıkları mesaj ve beceriler tespit edilmiştir. Becerilerin tespitinde 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının dokuzuncu sayfasında yer alan "Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında Temel Beceriler" bölümü referans alınmıştır. Programdaki iletişim becerileri dördüncü alt problemin açıklama kısmında Tablo 2'de aktarılmıştır. Araştırmadaki güvenilirliği arttırmak için Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında iki uzmandan görüş alınmıştır.

2. Bulgular

Bu bölümde alt problemler ile ilgili değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2.1. Birinci Alt Probleme İlgili Bulgular

Ortaokul düzeyindeki öğrencilerde ilkokuldan kazandıkları beceri ve yeterlikleri geliştirmek, sorumluluklarını bilen, haklarını kullanan farklı disiplinlere özgü alanlardaki beceri ve yetkinlikleri kazanmış olması beklenmektedir. Sosyal Bilgiler Dersleri doğası gereği pek çok disiplinle iç içe geçmiş durumdadır. İletişim de bu disiplinler arasında bulunmaktadır. Sosyal Bilgiler Dersi özel amaçları incelendiğinde bu amaçların içinde iletişim ile ilgili hedefleri de barındırdığı anlaşılmaktadır. 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda Sosyal Bilgiler Dersi'nin özel amaçları şu şekilde ifade edilmektedir (MEB, 2018, s. 8):

- 1- Türkiye Cumhuriyeti'nin bir vatandaşı olarak vatanını ve milletini severek, hak ve sorumluluklarını bilen vatandaşlar olmak.

- 2- Türkiye Cumhuriyeti'nin sosyal, kültürel ve ekonomik açılardan kalkınmasında Atatürk ilke ve inkılâplarının yerini kavrayarak demokratik, laik ve çağdaş değerleri yaşatmaya istekli olmak.
- 3- Herkesin yasalar önünde eşit olduğu ilkesinden hareketle hukuk kurallarının herkes için bağlayıcılığını kabul etmek.
- 4- Türk kültür ve tarihinin oluşumundaki temel süreçleri kavrayarak kültürel mirasın geliştirilmesinin bilincinde olmak.
- 5- Dünya ve yaşanan çevrenin coğrafi özelliklerinden hareketle mekânı algılama becerilerini geliştirmek.
- 6- Kaynakların sınırlığından hareketle çevre duyarlılığı içerisinde sürdürülebilir bir çevre anlayışı kazandırmak.
- 7- Doğru ve güvenli bilgiye ulaşmada eleştirel düşünme yeteneğine sahip birey olmak.
- 8- Kalkınma ve uluslararası ilişkilerde ekonominin yerini kavramak.
- 9- Her mesleğin gerekli ve saygın olduğuna inanarak çalışmanın toplumsal yaşamdaki önemini kavramak.
- 10-Olay ve olgular arasındaki değişim ve sürekliliği algılamak.
- 11-Bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerini bilinçli bir şekilde kullanmalarını sağlamak.
- 12-Bilgiye ulaşma ve bilgiyi kullanmada bilimsel düşünmeyi merkeze almak.
- 13-Her türlü sorunun çözümünde temel iletişim becerilerini kullanabilmek.
- 14-Kişisel ve toplumsal sorunların çözümünde katılımın önemine inanan bireyler yetiştirmek.
- 15-Cumhuriyet, laiklik, demokrasi ve ulusal egemenlik kavramlarının günümüz Türkiye'si üzerindeki etkilerini kavramak.
- 16-Erdemli insan olmanın önemini bilmek.
- 17-Türkiye ve Dünya'yı ilgilendiren konulara duyarlık göstermek.
- 18-Özgür bir birey olarak ilgi, istek ve yeteneklerinin bilincinde olmak.

Sosyal Bilgiler Dersi'nin özel amaçlarında "... hak ve sorumluluklarını bilen vatandaşlar yetiştirmek" (1. madde), "... eleştirel düşünebilen vatandaş olmak" (7. madde), "bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerini sağlıklı bir şekilde kullanmasını sağlamak" (11. madde), "sorunların çözümünde temel iletişim becerilerini göz önünde bulundurmak" (13. madde), "... katılımın önemine inanan bireyler yetiştirmek" (14. madde) ve "... bireyin kendisini ve yeteneklerini tanıması" (18. madde) ile ilgili 6 hedefin doğrudan iletişim ile ilgili becerilerin geliştirilmesini içerdiği anlaşılmaktadır. Programın özel amaçlarının üçte biri iletişim ile ilgili hedefleri içermektedir.

2.2.İkinci Alt Probleme İlgili Bulgular

Öğrenme alanları, öğrenmeyi organize eden beceri, bilgi ve değerler bütünü olarak adlandırılmaktadır. SBDÖP'deki üniteler içinde "Birey ve Toplum",

“Kültür ve Miras”, “İnsanlar, Yerler ve Çevreler”, “Bilim, Teknoloji ve Toplum”, “Üretim, Dağıtım ve Tüketim”, “Etkin Vatandaşlık” ve “Küresel Bağlantılar” adı altında yedi öğrenme alanı bulunmaktadır. Programda iletişim ile ilgili kazanım ve konular “Birey ve Toplum” öğrenme alanında yer almaktadır. “Birey ve Toplum” öğrenme alanı genel olarak “ben” ve “biz” olma süreçlerinin aktarıldığı, iletişim, sosyoloji, psikoloji ve diğer disiplinlere yer verilen bilgi yapılarını içermektedir.

2.2.1. SBDÖP 4. Sınıf “Birey ve Toplum” Ünitesi Kazanımlarındaki İletişim Kodları

SBDÖP “Birey ve Toplum” ünitesinde 5 kazanım yer almaktadır.

Kazanım 1: Resmi kimlik belgesinden hareketle kişisel kimliğine yönelik çıkarımlarda bulunur.

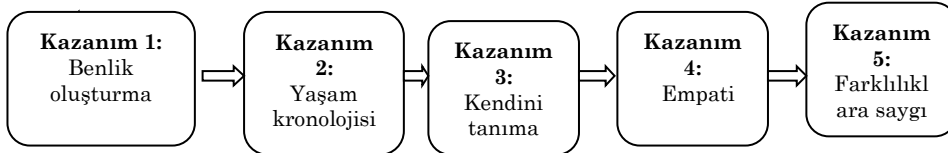
Kazanım 2: Yaşamına ilişkin belli olayları kronolojik bir şekilde sıraya koyar.

Kazanım 3: Kişisel istek, ihtiyaç ve yeteneklerini tanır.

Kazanım 4: Kendisini diğer bireylerin yerine koyar.

Kazanım 5: Toplumdaki bireylerin farklı özelliklerini saygı ile karşılar (MEB, 2018).

Kazanımlarda öne çıkan iletişim kodları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. SBDÖP 4. Sınıf Kazanımlarındaki İletişim Kodları

4. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında öğrencilerde empati kurma, saygı, sorumluluk ve yaşama ilişkin olayları sıralama ve belli değerlere ilişkin kanıt kullanma becerilerinin kazandırılması amaçlanmaktadır.

2.2.2. SBDÖP 5. Sınıf “Birey ve Toplum” Ünitesi Kazanımlarındaki İletişim Kodları

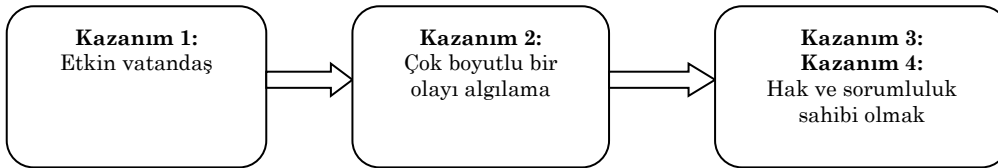
SBDÖP’de 5. sınıf düzeyinde iletişim becerilerini kazandırmaya yönelik 4 kazanım yer almaktadır. Bu kazanımlar şu şekilde sıralanmaktadır:

Kazanım 1: Sosyal Bilgiler Dersi’nin, Türkiye Cumhuriyeti’nin etkin bir vatandaşı olmasındaki rolünü fark eder.

Kazanım 2: Yakın çevresindeki bir örnekten hareketle bir olayın çok boyutluluğunu açıklar.

Kazanım 3: Haklarını bilerek katıldığı gruptaki görev ve sorumluluklarını yerine getirir.

Kazanım 4: Çocuk olarak haklarını bilerek bu hakların ihlal edildiği durumlara örnek verir (MEB, 2018).



Şekil 2. SBDÖP 5. Sınıf Kazanımlarındaki İletişim Kodları

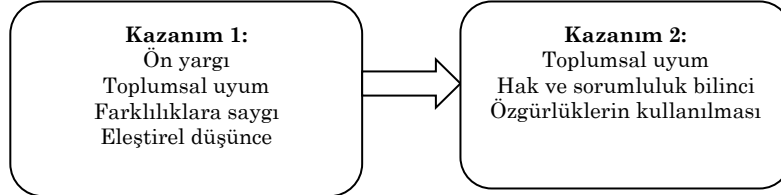
5. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Müfredatında özellikle sorumluluk ve sosyal katılım becerileri öne çıkmaktadır.

2.2.3.SBDÖP 6. Sınıf “Birey ve Toplum” Ünitesi Kazanımlarındaki İletişim Kodları

6. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Müfredatındaki 5 kazanımdan 2’si iletişim becerileri ile ilgili olduğu belirlenmiştir.

Kazanım 1: Yer aldığı toplumda uyumlu bir şekilde yaşayabilmek için farklılıklara yönelik ön yargıları sorgular.

Kazanım 2: Sorunlara getirilen çözümlerin hak, sorumluluk ve özgürlükler temelinde olması gerektiğini savunur (MEB, 2018).



Şekil 3. SBDÖP 6. Sınıf Kazanımlarındaki İletişim Kodları

6. sınıf düzeyindeki öğrenme alanındaki kazanımlar, karşılaşılan problemlerin hak ve özgürlükler ekseninde çözülmesi ve eleştirel düşünme anlayışı gibi konulara yönelik kurgulandığı görülmektedir.

2.2.4.SBDÖP 7. Sınıf “Birey ve Toplum” Ünitesi Kazanımlarındaki İletişim Kodları

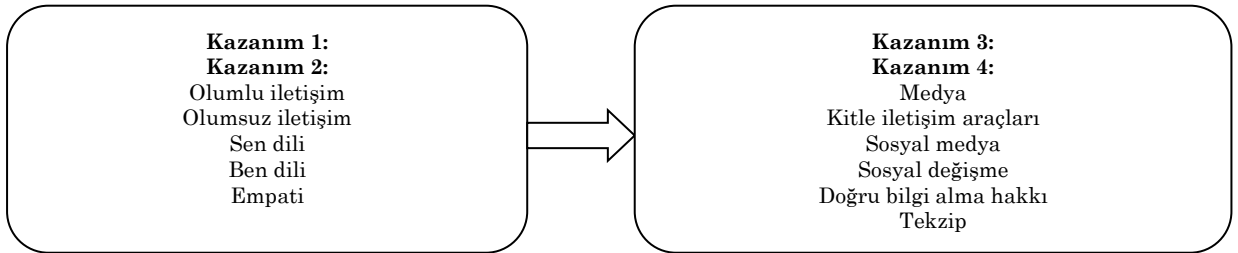
“Birey ve Toplum” öğrenme alanındaki 4 kazanımın tamamı iletişim becerilerini aktarmaya yöneliktir. Bu kazanımlar şu şekildedir:

Kazanım 1: İletişim ile ilgili tutumların analiz edilerek kendi tutum ve davranışlarıyla karşılaştırır.

Kazanım 2: Bireysel ve sosyal ilişkilerde olumlu iletişim tarzını kullanır.

Kazanım 3: Medyanın sosyal etkileşim ve sosyal değişimdeki rolünü tartışır.

Kazanım 4: İletişim araçlarından yararlanırken hak ve sorumluluklarını yerine getirir (MEB, 2018).



Şekil 4. SBDÖP 7. Sınıf Kazanımlarındaki İletişim Kodları

“Birey ve Toplum” öğrenme alanı işlenirken iletişim ve medya okuryazarlığı gibi beceriler ile özgürlük ve sorumluluk gibi değerler üzerinde durulmaktadır.

İletişim yeterlikleri ile ilgili kazanımların toplam kazanımlar içindeki oranı Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1 İletişim ile İlgili Kazanımların Tüm Kazanımlar İçindeki Sınıf Bazlı Dağılımı

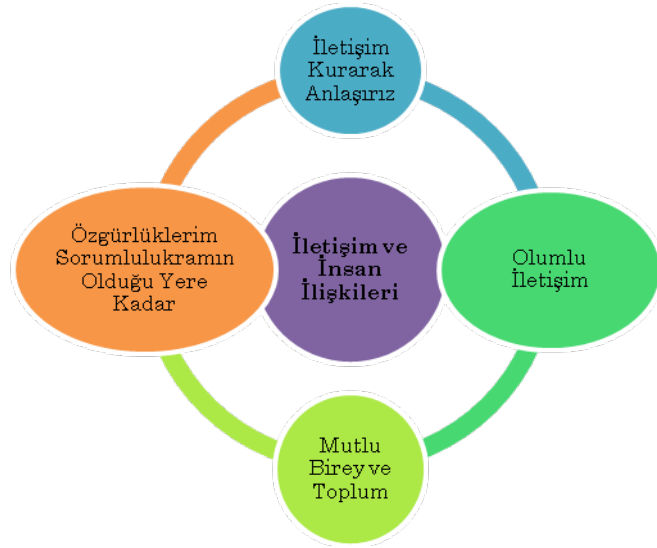
Sınıf Düzeyi	Kazanım	Kazanımların Oranı
4. Sınıf	5	% 11.1
5. Sınıf	4	% 13
6. Sınıf	2	% 6.5
7. Sınıf	4	% 11.1

Kaynak: MEB (2018)

Sosyal Bilgiler Dersi Müfredatında tüm sınıflar seviyesinde iletişime yönelik kazanım yer almaktadır. Ancak bu kazanımlar farklı sınıf seviyelerinde farklı oranlar teşkil etmektedir. İletişim ile ilgili kazanımların en fazla olduğu seviye 5. sınıf müfredatı iken, 6. sınıf müfredatı %6,5'luk oranla iletişime ilgili kazanımların minimum olduğu sınıf seviyesini oluşturmaktadır.

2.3.Üçüncü Alt Problemlerle İlgili Bulguların Değerlendirilmesi (7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı “İletişim ve İnsan İlişkileri” Ünite İçerikleri)

Azer (2021) tarafından kaleme alınan Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabının değerlendirilmesi sonrasında ders kitabının Birinci Bölümü “İletişim ve İnsan İlişkileri” ünitesi yer almaktadır. Tamamı iletişim ile ilgili olan üniteye konu başlıkları Şekil 5’ de belirtilmiştir.



Şekil 5. İletişim ve insan ilişkileri ünitesinde geçen konu başlıkları

“İletişim ve İnsan İlişkileri” ünitesi “Mutlu Birey ve Toplum”, “Olumlu İletişim”, “İletişim Kurarak Anlaşırız” ve “Özgürlüklerim Sorumluluklarımın Olduğu Yere Kadar” isimli dört konu başlığından oluşmaktadır. Üniteye ilişkin konu içerikleri aşağıda belirtilmiştir.

2.3.1.İletişim Kurarak Anlaşırız

Ders kitabının 12. sayfasında yer alan “İletişim Kurarak Anlaşırız” konusu öğrencilerden içinde “iletişim” sözcüğü bulunan bir cümle kurma hedefi ile başlayarak, öğrencilerin iletişime dair farklı tanımlar getirmelerini içermektedir. Konunun devamında iletişimin kelime anlamı ve tanımı üzerinde durularak iletişim öğeleri, sözlü iletişim, yazılı iletişim, beden dili ile iletişim, sen dili ve ben dili gibi iletişim çeşitlerinden bahsedilmektedir.

Görüntü 1. İletişimin öğeleri



Kaynak: (Azer, 2021, s. 12)

İletişim öğeleri hakkında şematik bilgi verildikten sonra en çok kullanılan iletişim türleri hakkında bilgi verilmektedir.

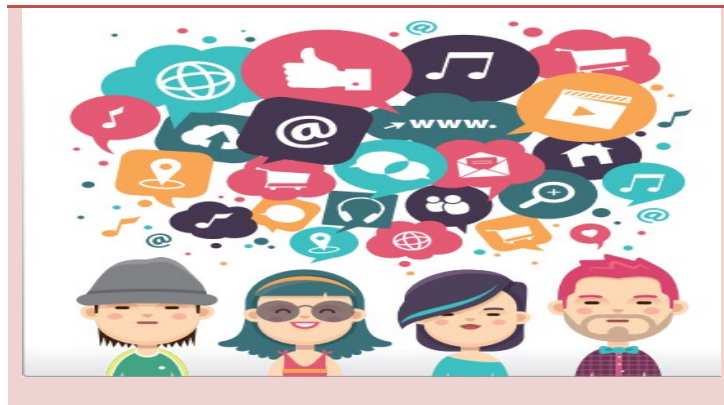
2.3.2. Olumlu İletişim, Mutlu Birey ve Toplum

Olumlu ilişki ile ilgili konu Sosyal Bilgiler Ders Kitabı'nın 18. sayfasında doktor ile çocuk arasında geçen bir konuşma ile başlamaktadır. Bu diyalogta olumlu iletişim şekli açıklanmaktadır. Olumlu iletişimdeki beden dili unsurları hakkında bilgi verilerek, olumlu iletişimin bireysel ve toplumsal ilişkilere katkısı ve olumlu iletişimi başlatmanın yolları üzerinde durulmaktadır.

2.3.3. Medyanın Hayatımızdaki Yeri

"Medyanın Hayatımızdaki Yeri" konusu ders kitabının 21. sayfasında yer almaktadır. Burada medya kavramının tanımı yapılarak, kitle iletişim araçları hakkında bilgi verilmektedir.

Görüntü 2. Genel ağ hakkındaki bilgi sembolleri



Kaynak: (Azer, 2021, s. 21)

Ayrıca sosyal medyada zaman yönetimi ile insanların interneti kullanma nedenlerinden bahsedilerek sosyal medyanın faydalı ve zararlı yönleri hakkında içerikler sunulmaktadır.

2.3.4. Özgürüm, Sorumluluklarımın Olduğu Yere Kadar

Özgürlük ile ilgili konuda kitle iletişim araçlarının tanımı yapıldıktan sonra kitle iletişim araçlarının neler olduğu açıklanmaktadır. Kitle iletişim özgürlüğü

ve kitle iletişiminin önemi hakkında bilgi verilerek, doğru bilgi alma hakkı ile düzeltme ve cevap hakkı kavramları açıklanmaktadır.

Görüntü 3. Kitle iletişim araçları



Kaynak: (Azer, 2021, s. 25)

Konunun devamında öğrencilerin iletişim ile ilgili genel değerlendirmelerinin nasıl olduğunu ölçen iki adet soru bulunmaktadır.

Görüntü 4. İletişime yönelik genel değerlendirme sorusu I

? Ülkemizde kitle iletişim araçları hangi amaçlarla kullanılmaktadır?

Kaynak: (Azer, 2021, s. 26)

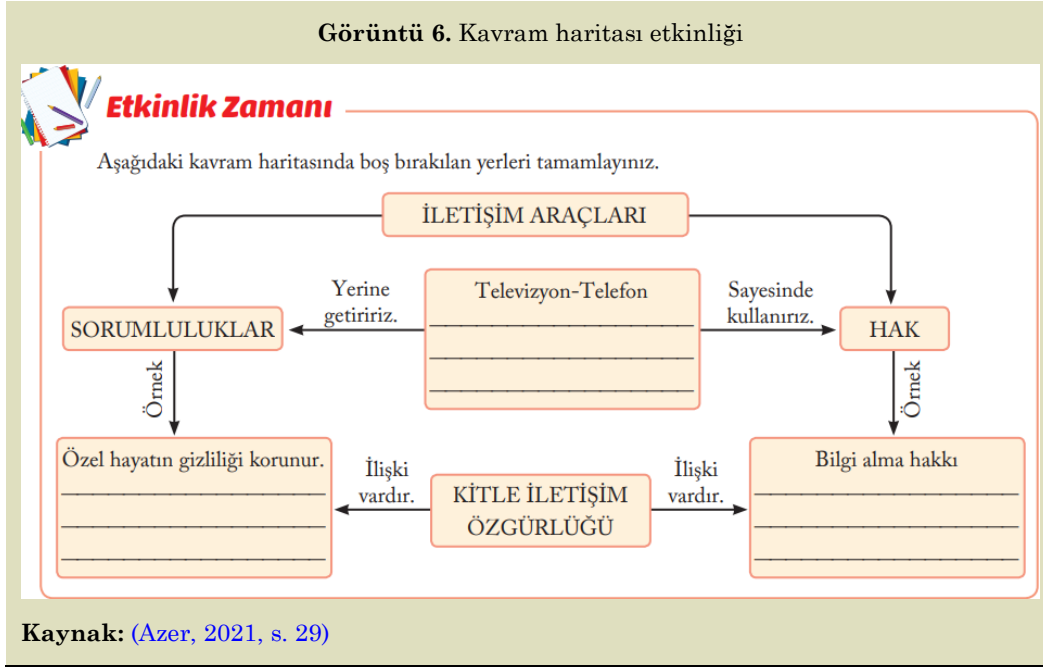
Görüntü 5. İletişime yönelik genel değerlendirme sorusu II

? “Millî çıkarlara aykırı yayın” denilince aklınıza neler gelmektedir?

Kaynak: (Azer, 2021, s. 26)

Bu sorular ile öğrencilerin kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik genel bilgi ve değerlendirmeleri ölçülmektedir.

Ünitenin sonunda konularda geçen kavramların birbiri ile olan ilişkisini ortaya koyan bir etkinlik bulunmaktadır.



2.4. Dördüncü Alt Problemle İlgili Bulguların Değerlendirilmesi

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı öğrencilere kazandırılması gereken 24 beceriden oluşmaktadır. Bu beceriler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Beceriler

Programdaki becerilerin tamamı
“Zaman ve kronolojiyi anlama”, “yenilikçi düşünme”, “Türkçeyi güzel kullanma”, “tablo ve diyagram çizme, yorumlama”, “sosyal katılım”, “problem çözme”, “politik okuryazarlık”, “öz denetim”, “mekan algılama”, “medya okuryazarlığı”, “konum analizi”, “karar verme”, “kanıt kullanma”, “kalıp yargı ve ön yargıyı fark etme”, “iş birliği”, “iletişim”, “hukuk okuryazarlığı”, “harita okuryazarlığı”, “gözlem”, “girişimcilik”, “finansal okuryazarlık”, “empati”, “eleştirel düşünme”, “dijital okuryazarlık”, “değişim ve sürekliliği algılama”, “çevre okuryazarlığı”, “araştırma”
İletişim becerileri
“empati”, “iletişim”, “kalıp yargı ve ön yargıyı fark etme”, “karar verme”, “medya okuryazarlığı”, “öz denetim”, “problem çözme” ve “sosyal katılım”

Kaynak: MEB (2018)

Programdaki 24 becerinin 8’i doğrudan iletişim yeterlilikleri ile ilişkilendirilmiştir.

İletişimin ne olduğu, iletişim çeşitleri ve iletişimin nasıl gerçekleştiğine ilişkin bilgilerin verildiği “İletişim Kurarak Anlarız” konusunda toplam on adet görsel bulunmaktadır. Bu görsellerden rastgele seçilen beş tanesinin hangi iletişim becerilerini yansıttığı aşağıda aktarılmıştır.

Görsel 1



Konuşanlar arasında sözlü iletişim gerçekleşmektedir. Dolayısıyla görsel "iletişim" becerisini aktarmaktadır.

Kaynak: (Azer, 2021)

Görsel 2



Kalem tutan öğrenci ile sözlü iletişim türü anlatıldığından "iletişim" becerisine atıf yapılmaktadır.

Kaynak: (Azer, 2021)

Görsel 3.



Işık çalan kız kuş dilini kullandığı için "iletişim" becerisi kullanılmaktadır.

Kaynak: (Azer, 2021)

Görsel 4



Görselde sosyal medyanın zararları anlatılmaktadır. Görselde “medya okuryazarlığı” ve “özdenetim” becerilerine atıfta bulunulmaktadır.

Kaynak: (Azer, 2021)

Görsel 5



Görsel 5, ders kitabının 14. Sayfasındaki güler yüzlü balcının asık suratlı bal satan kişiye göre daha fazla satış yaptığını anlatan bir metni desteklemektedir. Bu metnin iletişim becerilerinden “problem çözme” becerisine atıf yaptığı anlaşılmaktadır.

Kaynak: (Azer, 2021)

Örneklerdeki görsellerin SBDÖP’de yer alan iletişim becerilerini tam olarak yansıttığı görülmektedir. Görsellerde iletişim çeşitleri ve olumsuz iletişim durumları hakkında mesajlar içermektedir. Ayrıca problem içeren örnek olaylardan oluşmaktadır.

3. Sonuç ve Öneriler

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ve 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı’ndaki iletişim ile ilgili öğeleri içerik ve biçimsel açıdan betimlemeyi hedefleyen bu araştırmada öne çıkan sonuçlar şu şekildedir: SBDÖP’in iletişim becerilerine yer veren kazanımlarda “benlik oluşturma”, “yaşam kronolojisi”, “etkin vatandaş”, “sen dili”, “ben dili” ve “sosyal değişme” gibi kodlar öne çıkmaktadır. SBDÖP’deki 24 temel beceriden 8’inin iletişimi güçlendirme temeline yönelik olduğu tespit edilmiştir. 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı’ndaki görseller iletişim ile ilgili becerileri geliştirmede yeterli düzeydedir. Görseller, zaman zaman problem içeren metinlerle desteklenerek öğrencilerden bu duruma ilişkin çözüm becerisi kazanması beklenmektedir. Programın özel amaçlarından 8 tanesi iletişim ile ilgili hedefler taşımaktadır. Bunun yanında SBDÖP’de iletişim ile ilgili öğrenme alanları “Birey ve Toplum” ünitesinde farklı disiplinlerden psikoloji ve sosyoloji konularının da yer aldığı disiplinlerarası bir anlayışla aktarılmaktadır. İletişim konularının bağımsız olarak aktarıldığı tek sınıf düzeyi 7. Sınıf müfredatındaki “Birey ve Toplum” öğrenme alanından oluşmaktadır. Turan ve Avcı (2018), Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’ndaki “İnsanlar, Yerler ve Çevreler” ile “Bilim, Teknoloji ve Toplum” öğrenme alanlarını dijital yetkinlik becerileriyle ilişkilendirmiştir. Keçe ve Meray (2011) SBDÖP kazanımlarının sosyal bilimlere oluşturan alt dallardaki kazanımlara yansıtılma noktasında başarılı olduğunu ifade etmiştir. Bu bulgu iletişim ile ilgili kazanımlar açısından da kabul edilebilir bir durum olarak

görülmektedir. SBDÖP 4. Sınıf kazanımları günlük yaşamı içeren temel iletişim konularının aktarılması esasına dayalı iken, 5. Sınıf SBDÖP kazanımları sosyal katılım ve sorumluluk gibi hedefleri içermektedir. 6. Sınıf SBPDÖP kazanımları eleştirel düşünme anlayışı kazanma ve karşılaşılan problemleri hukuki prosedürde çözme becerisine dayanmaktadır. 7. Sınıf SBDÖP kazanımları, iletişimin önemi, iletişim aksaklıkları ve iletişimin geliştirilmesine yönelik temel konuları içermektedir. 6. Sınıf SBDÖP’de yer alan iletişim temelli kazanımlar %6.5’luk gibi bir oran içermektedir. İletişim temelli kazanımların 4. sınıfta %11.1, 5. sınıfta %13 ve 7. sınıfta %11.1 gibi bir oran oluşturduğu düşünüldüğünde 6. Sınıf kazanımlarının iletişim yeterlikleri açısından diğer sınıflara göre düşük bir düzeyde olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumun 6. Sınıf programında tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji gibi diğer disiplinlere de yoğun olarak yer verilmesi nedeniyle kaynaklandığı düşünülmektedir. Şahin (2019) tarafından kaleme alınan Altıncı Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı’ndaki konuların kapsamı da değerlendirildiğinde bu düşünce öne çıkmaktadır. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında yer alan “empati”, “iletişim”, “kalıp yargı ve ön yargıyı fark etme”, “karar verme”, “medya okuryazarlığı”, “öz denetim”, “problem çözme” ve “sosyal katılım” becerileri iletişim ile ilgili yeterliliklerin öğrencilere aktarılmasında büyük rol oynamaktadır. Mutluer (2013) Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki beceri temelli kazanımların önemine değinerek, kazanımlardaki becerilerin yeterli olmadığını ifade etmiştir. SBDÖP’nin iletişim ile ilgili kazanımlar bakımından 7. sınıf programı haricinde yetersiz olduğu, ancak iletişim becerileri bakımından yeterli bir seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Utma (2019) toplumdaki bireylerin sağlıklı ilişkiler kurmasını iletişimi kolaylaştıran unsurlarla ilgili olduğunu belirtmiştir. Bu yüzden SBDÖP’deki becerilere dayalı “empati” ve “iletişim” adı altında eğitici kulüplerin oluşturulması sağlanabilir. Olası program geliştirme çalışmalarında SBDÖP’deki iletişim yeterliklerinin ders kitaplarına yansıma düzeyi daha da artırılabilir.

Kaynakça

- Aytekin, H. (2021). *İnsan ilişkileri ve iletişim*. (8. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. <https://depo.pegem.net/9786052412978.pdf> adresinden 01.03.2022 tarihinde erişilmiştir. doi10.14527/9786052412978
- Azer, H. (2021). *Ortaokul ve imam hatip ortaokulu Sosyal bilgiler 7. sınıf ders kitabı*. Ankara: Ekoyay Yayıncılık.
- Baymur, F. (1990). Çağımızda insan ilişkilerinin artan önemi ve bu hususun eğitimde dikkate alınması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 1(1), 16-26. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tpdrd/issue/21421/229634> Erişim: 02.03.2022
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. *Thousand Oaks: Sage*. <https://methods.sagepub.com/book/basics-of-qualitative-research> Erişim: 03.03.2022

- Cüceloğlu, D. (2002). *Yeniden insan insana*. (27. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çengelci, T. (2011). Sosyal bilgilerde iletişimin yeri ve önemi. R. Turan & K. Ulusoy. (Ed.). *Sosyal bilgilerin temelleri içinde* (ss. 249-270). (2. Basım). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Engin, A. O., & Aydın, S. (2007). Sınıf içi iletişimde öğretmenin rolü. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (16), 1-14. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunikkefd/issue/2777/37228> Erişim: 02.03.2022
- Ertürk, Y. D. (2016). *İnsan ilişkileri ve iletişim yöntemleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Bankacılık ve Sigortacılık Ön Lisans Programı. <https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/> Erişim:02.03.2022
- Gönenç, E. Ö. (2007). İletişimin tarihsel süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (28), 87-102. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/212208> Erişim: 02.03.2022
- Karadeniz, V., & Gürbüz, İ. E. (2019). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin 7. sınıf iletişim ve insan ilişkileri ünitesine yönelik görüşleri: Van Kenti Örneği. *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi (IJONASS)*, 3(1), 1-24. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbyy/issue/46969/569229> Erişim: 02.03.2022
- Keçe, M., & Merey, Z. (2011). İlköğretim sosyal bilgiler kazanımlarının sosyal bilimler disiplinlerine ve disiplinlerarası anlayışa uygunluğunun belirlenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 110-139.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- MEB. (2018). *Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı. (İlkokul ve Ortaokul 4, 5, 6 ve 7. Sınıflar)*. <https://mufredat.meb.gov.tr>.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. (Çev. S. Turan). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mutluer, C. (2013). Sosyal bilgiler programlarında yer alan beceriler hakkında sosyal bilgiler öğretmen görüşleri (İzmir Menemen örneği). *Electronic Turkish Studies*, 8(7), 355-362.
- Pearson, J., & Nelson, P. (2000). *An introduction to human communication: Understanding and sharing* (p. 6). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Sarmaşık, J. (2011). İnternet ve hukuk. Zeliha Hepkon. (Ed.), *İletişim ve teknoloji: Olanaklar, uygulamalar, sınırlar*. İstanbul: KırmızıKedi Yayınevi.
- Şahin, E. (2019). *Ortaokul ve imamhatip ortaokulu sosyal bilgiler 6 ders kitabı*. Anadol Yayıncılık: Ankara.

- Turan, S., & AVCI, E. K. (2018). 2018 Sosyal bilgiler öğretim programi'nin dijital vatandaşlık bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 1(1), 28-38.
- Utma, S. (2019). Bilgi çağında iletişim olgusu ve “iletişimsizlik” becerisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 263-274.
- Wach, E. (2013). *Learning about qualitative document analysis*. <https://www.ids.ac.uk/publications/learning-about-qualitative-document-analysis/> Erişim: 03.03.2022
- Weekley, E. (1967). *An etymological dictionary of modern English* (Vol. 1, p. 338). New York, NY: Dover Publications. <https://store.doverpublications.com/0486122875.html> Erişim: 03.03.2022
- Yıldırım, A. & Şimşek, A. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Afrika Kökenli Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Covid 19 Pandemisi Öncesi ve Süresince Eğitim Süreçlerinde Yaşadıkları Temel Sorunlar 1_2_3_4_5



Ömer Faruk KOÇAK*



Mustafa KOÇER**



Marzok Juma Dahia
NGIRKUDU***

Öz

Bu çalışma, uluslararası eğitim olanaklarının yaygınlaşması ile kültürlerarası geçişin önemli aktörleri konumuna gelen uluslararası öğrencilerin sorunlarını ele almaktadır. Bu bağlamda farklı Afrika ülkelerinden Erciyes Üniversitesi'ne eğitim görmeye gelen 10 üniversite öğrencisi çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, uluslararası öğrencilerin Türkiye'de eğitim aldıkları süre içerisinde en önemli sorunlarının; ayrımcılık, ilişki ve iletişim süreçlerini yönetme ile ilgili sorunlar ve sosyokültürel sorunlar olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin yaşadıkları sorunlar, Covid-19 pandemisi öncesi ile kıyaslandığında farklılaşmaktadır. Pandemi sürecinin özellikle akademik sorunları önemli ölçüde arttırdığı gözlenirken, öğrencilerin psikolojik sorunlarında da artış olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afrika Kökenli Üniversite Öğrencileri, Covid-19, Öğrenci Sorunları, Erciyes Üniversitesi

Gönderilme/ Received

23.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

01.09.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

³ Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 26/10/2021 tarihli toplantısında alınan karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Within the framework of the decision taken at the meeting of Erciyes University Social and Human Sciences Ethics Committee dated 26/10/2021, the study does not contain any ethical objections.

⁴ Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %40, ikinci yazar %40, üçüncü yazar %20.

Contribution rates of the authors in the study; first author 40%, second author 40%, third author 20%.

⁵ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Koçak, Ö. F., Koçer, M., & Ngirkudu, M. J. (2022). Afrika Kökenli Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Covid 19 Pandemisi Öncesi ve Süresince Eğitim Süreçlerinde Yaşadıkları Temel Sorunlar. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 121-137. doi:10.29228/itamder.2



Main Problems of African Origin Erciyes University Students Experienced In The Education Process Before and During The Covid 19 Pandemic



Ömer Faruk KOÇAK*



Mustafa KOÇER**



Marzok Juma Dahia NGIRKUDU***

* Res. Asst., Erciyes University,
okocak@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0152-5875

** Prof., Erciyes University,
mkacur@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7380-6684

***Dr. Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi,
marzokjuma571@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1971-8816

Gönderilme/ Received

23.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

01.09.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Abstract

This study examines the problems of international students who have become important actors of intercultural transition with the spread of international education opportunities. In this context, 10 university students from different African countries who came to Erciyes University to study were selected as the study group. Research data were obtained by semi-structured interview method. The results obtained from the study; the most important problems of international students during their education in Turkey; discrimination, problems in managing relationships and communication processes, and sociocultural problems. The problems experienced by students differ when compared to the pre-Covid-19 pandemic. While it is observed that the pandemic process significantly increased the academic problems, it is concluded that the psychological problems of the students also increase.

Keywords: University Students of African Origin, Covid-19, Student Problems, Erciyes University



Giriş

Uluslararası eğitim, “kişinin kendi sosyal ve kültürel çevresinin dışında, kurumsal koşullar altında, entelektüel veya teknik nitelikte bilgi edinmesinin sosyal süreci olarak tanımlanmaktadır (Junius, 1997, s. 7). Günümüzde, devletlerin çok kültürlü eğitim politikalarını desteklemeleri neticesinde, uluslararası eğitim daha da yaygınlaşmış ve 2022 yılı itibari ile dünya genelindeki uluslararası öğrenci sayısı yaklaşık 6 milyona ulaşmıştır (OECD, 2022). İlk olarak ABD ve Avrupa ülkelerinin öncülüğünde başlayan uluslararası öğrenci kabulü, günümüzde farklı ülkeleri de içerisine alarak yaygınlaşmaya devam etmektedir. Bahsi geçen ülkelerden biri olarak Türkiye, sayıları her yıl artış gösteren uluslararası öğrencilere ev sahipliği yapmaktadır. Uluslararası eğitimin devlet politikası haline gelmesi ile başta Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) ve YÖK olmak üzere farklı kurumlar Türkiye’de eğitimin çok kültürlü bir yapıya bürünmesi için çalışmaktadırlar. Yapılan bu çalışmaların neticesinde Türkiye’de uluslararası öğrenci sayısı son 10 yılda %75 oranında artmış; 2021 yılına gelindiğinde 224 bin gibi bir sayıya ulaşmıştır (Study in Turkey, 2021).

Uluslararası üniversite öğrencileri göç literatüründe, belirli bir amaç için yurt dışında geçici süre bulunan kişileri ifade etmek için kullanılan *misafir göçmen* (sojourner) (Ward, Bochner, & Furnham, 2005, s. 21) kategorisi içerisinde sınıflandırılmaktadır. Son dönemde ülkeler açısından ekonomik, beşeri sermayenin ve kültürel hareketliliğin temel kaynaklarından olan uluslararası öğrenciler literatürde *kültür taşıyıcıları* (Sam, 2001, s. 315) olarak da ifade edilmektedir. Temel amaçları, ileride yapmayı düşündükleri mesleğe ait donanımlara sahip olmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için eğitim için gittikleri ülkede kalma süreleri birkaç aydan birkaç yıla kadar değişebilmektedir. Bu süreç içerisinde uluslararası öğrenciler için en önemli konu; yeni dâhil oldukları toplumsal yapı içerisinde başarılı biçimde uyum sağlayarak eğitim hayatlarının önemli aşamasını sorunsuz bir şekilde tamamlayabilmektir. Ancak uzun yıllar boyunca içerisinde yaşadıkları, aşına oldukları ve yaşam biçimlerini şekillendirdikleri toplumsal çevrenin değişmesi bahsi geçen uyum süreçlerinde zaman zaman sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Özellikle ev sahibi ülkede buldukları süre içerisinde yeni kimlikler inşa etmeleri, yeni sosyal normları öğrenmeleri, ev sahibi toplumun yaşantısını, düşünme biçimini anlamlandırmaları ve toplumun kültürel kodlarına hâkim olmaları öğrencileri zorlayan temel konuların başında gelmektedir.

İnsanların içerisinde doğup büyüdükleri çevreden uzaklaşmaları, aile, arkadaş ve tanıdık çevrelerini kaybetmeleri, yeni dâhil olunan toplumda belirsizlik ve ön görülemezlik durumları neticesinde sorunların ortaya çıkması göç süreçlerinin doğal sonuçları olarak ifade edilebilir. Ancak sorunların niteliği, zorluk derecesi ve öğrencilerin başa çıkma düzeyleri farklılaşmaktadır. Bu farklılıkların ortaya çıkmasında birçok faktör rol oynamaktadır. Öğrencilerin kişilik özellikleri, yaşları, cinsiyetleri, ev sahibi toplumla geçmiş deneyimleri, geldikleri ülke, kültürel farklılıklar gibi bireysel özelliklerin yanında ev sahibi toplumun uluslararası öğrencilere yönelik tutumları ve çok kültürlülüğe yönelik bakış açıları bu faktörlerin başında gelmektedir. Sayılan bu faktörler çerçevesinde bazı öğrenciler

ortaya çıkan sorunların zorlanmadan üstesinden gelebilmekte ve pozitif uyum sağlayabilmektedir. Ancak bu sorunlar bazıları için hayatı zorlaştıran, eğitim sürecini aksatan ve psikolojik sorunlar dahi ortaya çıkaran durumlar olabilmektedir. Dolayısıyla bu süreç içerisinde öğrenciler, savunmasız, kırılğan, çaresiz, korku, düşmanlık ve yabancılaşma gibi olumsuz duygusal durumları yaşayabilmektedirler (Dillard & Chisolm, 1983, s. 101). Bu durumda öğrenciler için eşsiz bir deneyim olarak görülen bu uluslararası eğitim süreci onların hayatını zorlaştıran nahoş bir deneyime dönüşebilmektedir.

Uluslararası öğrencilerin eğitim süreçlerinde yaşadıkları sorunlar uzun süredir alandaki araştırmacılar tarafından çalışılmaktadır. Başta yabancı literatür olmak üzere son dönemde fazlaca araştırmanın varlığı dikkat çekmektedir. Uluslararası eğitim Türkiye’de yeni yaygınlaşan bir alan olduğu için araştırmalar nispeten sınırlı kalmıştır. Araştırmalara yönelik genel bir değerlendirme yapıldığında, çalışmaların çoğunlukla uluslararası öğrencilerin sorunlarını ortaya koyan ve bunların çözümüne yönelik öneriler sunan bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir.

Uluslararası üniversite öğrencilerinin sorunlarını ele alan ilk araştırma 1948 yılında Peterson ve Newmeyer tarafından, ABD’de öğrenim gören 141 uluslararası öğrenci üzerinde yapılmıştır (Peterson & Neumeyer, 1948). Bu çalışmada, öğrencilerin en temel sorunu İngilizce diline yönelik yaşadıkları zorluklar olarak ifade edilmiştir. Benzer sonuç, aynı ülkede Forstat (1952) tarafından yapılan çalışmadan da elde edilmiştir. Sonraki yıllarda ortaya konulan araştırmalarla birlikte uluslararası öğrencilerin sorunları daha detaylı biçimde ele alınmaya başlanmıştır. Örneğin; Furnham ve Bochner (1986) “Kültür Şoku: Bilinmeyen Ortamlara Psikolojik Tepkiler” isimli çalışmalarında, uluslararası öğrenci sorunlarının öğrencilerin uyum süreçlerini zorlaştıran en temel unsur olduğunu ifade etmiş ve temel öğrenci sorunlarını dil yetersizliği ve kültürel beceriler, önyargı, ayrımcılık, vatan özlemi ve yalnızlık olmak üzere beş farklı kategori altında ifade etmişlerdir.

Opper, Teichler ve Carlson (1990) “yurt dışında yaşam ve öğrenme” temalı çalışmalarında öğrenci sorunlarını çeşitlendirmiş ve 10 farklı zorluk türü ortaya koymuşlardır. Bunlar; diğer ülkelerden gelen öğrenciler ile çok fazla temasın getirdiği sorunlar, öğretme/öğrenme yöntemlerindeki farklılıklar, idari konular, öğretim kadrosunun yabancı öğrencilere yardım etmeye hazır olma durumu, akademik programla ilgili rehberlik, seyahat koşulları, konaklama, mali konular, çalışmalara odaklanacak olacak bir yer bulma ve ev sahibi ülke öğrencileri ile etkileşim olarak sıralanmıştır.

Li ve Kaye (2001) yapılan sınıflandırmada öğrenci sorunları beş temel başlık altında sıralanan bir dizi madde ile ifade edilmektedir. Bu maddeler;

1. Kişisel/psikolojik sorunlar: Yurt özlemi, yalnızlık, stres, depresyon, hayal kırıklığı, statü veya kimlik kaybı, kaygı, kafa karışıklığı vb.
2. Akademik sorunlar: Akademik ilerleme, akademik beklenti, eğitim sisteminin anlaşılması, akademik başarı elde etmek için etkili öğrenme becerilerinin olmaması, eğitsel destekleyici hizmetlerin (örn. kütüphane, akademik danışmanlık hizmetleri) kullanılmasındaki zorluklar vb.

3. Sosyokültürel sorunlar: Kültürel şok, kültürel yorgunluk, klişeleştirme, önyargı, ırk ayrımcılığı, yeni sosyal/kültürel geleneklere, normlara ve düzenlemelere uyum sağlamada zorluklar ve kültürlerarası/sosyal faaliyetlere katılma, ilişki sorunları vb.
4. Genel yaşam sorunları: Konaklama zorlukları, öğrenci destek hizmetlerini kullanmadaki zorluklar, finansal stres, diyet kısıtlamaları, güvenlik tehditleri vb.
5. İngilizce dil yeterliliği: Anadili İngilizce olan kişilerle iletişim kurma, dersleri anlama, kompozisyon yazma vb.

Lee (1997)'ye göre uluslararası üniversite öğrencilerini en çok zorlayan konuların başında dil sorunları gelmektedir. Çünkü öğrenciler, başta okul olmak üzere sosyal yaşam içerisinde ev sahibinin dilini kullanmak durumunda kalmaktadırlar. “Dile hâkim olamayan öğrenciler gerek sınıf ortamında gerek sosyal yaşantıda kendilerini iyi bir biçimde ifade edememekte ve toplumsal yaşamdan bir noktada izole kalabilmektedirler” (Yeh & Inose, 2002, s. 16).

Yabancı literatüre genel anlamda bakıldığında yapılan çalışmaların büyük kısmında sorunlar bağlamında ortak bulgulara ulaşıldığı görülmektedir. Bu bulgulara göre temel sorunları dil, ayrımcılık, aileden uzak kalmak, yalnızlaşma, yabancılaşıma finans, sosyal, psikolojik, sağlık, eğlence ve akademik, kültürel sorunlardır (Sawir, Marginson, Deumert, Nyland, & Ramia, 2007; Poyrazli & Grahame, 2007; Sam & Eide, 1991; Tanenhaus & Roth, 1962; Andrade, 2006; Lin & Yi, 1997; Reynolds & Constantine, 2007; Baklashova & Kazakov, 2016)

Türkçe literatürde yapılan çalışmalarda yabancı literatüre benzer sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin; Titrek ve arkadaşları (2016) tarafından Sakarya Üniversitesi'nde eğitim gören 20 uluslararası öğrenci üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin en yüksek düzeyde sorun olarak gördüğü konular; finansal sorunlar, giyim sorunları, ana vatana duyulan özlem, yiyecekler, eğitim süreçleri olarak saptanmıştır. Bulic (2015) tarafından Türkiye'de eğitim görmüş Bosna Hersekli öğrencilerle yapılan çalışmada aileden ve arkadaşlardan uzakta olmak, akademik sorunlar, dil sorunları önemli sorun alanları olarak saptanmıştır. Kozikoğlu ve Aslan (2018) tarafından Van'da öğrenim gören 82 Suriye kökenli üniversite öğrencisi üzerinde yapılan araştırmada Türkçe diline yönelik zorluklar ve ana vatana duyulan özlem temel sorunlar olarak bulunmuştur. Kıroğlu, Kesten ve Elma (2010) tarafından farklı ülkelerden 15 uluslararası öğrenci üzerinde yapılan araştırmada ekonomik sorunlar, vatan özlemi ve kültürel farklılıklar, Yardımcıoğlu, Beşel ve Savaşan (2017) tarafından yapılan araştırmada ekonomik sorunlar, psikolojik sorunlar ve dil sorunları; Kocabıyık, Bacioğlu ve Güvendir (2019) tarafından yapılan araştırmada da akademik başarısızlık, aileden uzak olma, kültüre uyum sağlayamama, barınma sıkıntısı, yalnızlık ve sosyal ortamlara katılamama uluslararası öğrencilerin eğitim süreci boyunca en fazla sorun yaşadıkları alanlar olarak saptanmıştır.

Literatürden elde edilen bilgiler ışığında mevcut çalışma, Erciyes Üniversitesi'nde eğitim görmekte olan Afrika kökenli öğrencilerin sorunlarına odaklanmaktadır. Özellikle Covid 19 pandemi süreci öncesi ve sırasında

sorunların farklılaşıp farklılaşmadığı çalışmanın diğer odak noktasını oluşturmaktadır. Çalışma niteliksel yönetime sahipken veriler yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Veri analizi sürecinde NVivo programı kullanılmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı; Erciyes Üniversitesi'nde eğitim görmekte olan Afrika kökenli uluslararası öğrencilerin, gündelik yaşamlarında ve eğitim süreçlerinde karşılaştıkları sorunları ortaya koymaktır.

1.2. Katılımcılar

Araştırmada, katılımcılar belirlenirken amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde örnekleme yapılırken temel amaç; daha önceden saptanmış bazı önem ölçütlerini taşıyan bütün kişi, olay, nesne ya da durumları çalışmak ve gözden geçirmektir (Patton, 1990). Katılımcıları belirlemede kullanılan ölçüt araştırmacı tarafından oluşturulabileceği gibi daha önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi de kullanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2000). Bu araştırma da katılımcılar belirlenirken iki ölçüt kullanılmıştır. İlk ölçüt; katılımcıların uluslararası öğrenci olması, ikinci ölçüt ise katılımcıların Afrika kökenli öğrenciler olmasıdır.

Belirlenen ölçütler doğrultusunda araştırmaya Erciyes Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 10 uluslararası öğrenci katılmıştır. Tablo 1'de katılımcılara ait demografik özelliklere yer verilmiştir. Tablo 1'de öğrencilere ait; yaş, cinsiyet, geldikleri ülke, kaç yıldır Türkiye'de buldukları ve okudukları bölümlere ait veriler bulunmaktadır.

Tablo 1. Betimleyici İstatistikler

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Cinsiyet	Kadın	2	20	100
	Erkek	8	80	
Yaş	21-25	6	60	100
	26-30	4	40	
Türkiye'de Bulunma Süresi	2-3 yıl	1	10	100
	3-4 yıl	1	10	
	4 yıl ve üzeri	8	80	
Okuduğu Bölüm	Türk Dili ve Edebiyatı	1	10	100
	Gazetecilik	1	10	
	Mimarlık	1	10	
	Bilgisayar Mühendisliği	1	10	
	Enerji Mühendisliği	1	10	
	İslam Tarihi ve Sanatları	1	10	
Geldiği Ülke	Cevap yok	4	40	100
	Sudan	2	20	
	Mali	1	10	
	Fas	1	10	
	Gana	1	10	
	Nijerya	1	10	
	Çad	1	10	
Fildişi Sahili	1	10		
Ruanda	1	10		

1.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada uluslararası öğrencilerin sorunlarını saptayabilmek adına “Öğrenci Kişisel Bilgi Formu” ve “Afrika Kökenli Erciyes Üniversitesi Öğrencileri Sorunları İçin Görüşme Formu” kullanılmıştır.

1.4. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu çalışmaya katılan uluslararası öğrencilerin demografik özelliklerini ortaya koyabilmek için oluşturulmuştur. Kişisel bilgi formu, öğrencilere ait yaş, cinsiyet, eğitim gördükleri bölüm, çalışma durumu, memleket, kaç yıldır Türkiye’de bulunduğu, ne sıklıkla memleketine gittikleri, Covid-19 öncesi ve sırasında nerede ikamet ettikleri, burs alıp almadıkları ve Erciyes Üniversitesi’nden aldıkları eğitimden duydukları memnuniyet düzeylerini içermektedir.

1.5. Afrika Kökenli Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Sorunları İçin Görüşme Formu

Form, Afrika kökenli öğrencilerin sorunlarını ortaya koymak için beş farklı kategoride oluşturulmuştur. Öğrencilerin potansiyel olarak sorunla karşılaşma koşullarını yansıtmak için oluşturulan formda; dil ve iletişim ile ilgili sorunlar, akademik sorunlar, sosyal ve kültürel sorunlar, ekonomik sorunlar ve psikolojik sorunlar kategorileri bulunmaktadır.

1.6. Verilerin Analizi

Bu araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, araştırma analizlerinden biri olan betimsel analiz kullanılmıştır. Betimleme bir tasvir olmasının ötesinde, şeylerin nasıl başlayıp, devam ettiğini ya da bir kişi, durum veya olayın neye benzediğinin resminin çizilmesidir. Betimleme karmaşıklığı anlaşılır kılma çabasıdır (Punch, 2016).

Çalışma katılımcılarının izni ile yapılan görüşme ses kayıtları, birebir deşifre yöntemi ile metin haline getirilmiştir. Toplamda 50 sayfa görüşme notu elde edilmiştir. Elde edilen metinler NVivo 10 programı kullanılarak analiz edilmiş, araştırma açısından anlamlı ifadelerin analizi sonucunda kodlar oluşturulmuştur. Bu kodlarla benzerlik arz eden tüm kodlar temalar altında birleştirilmiştir. Elde edilen betimlemelerin yorumu ile bir takım sonuçlar elde edilmiştir.

2. Bulgular ve Yorumlar

Çalışma amacı doğrultusunda elde edilen bulgular beş ana tema altında toplanmıştır. Bunlar; dil ve iletişim ile ilgili sorunlar, akademik sorunlar, sosyal ve kültürel sorunlar, ekonomik sorunlar ve psikolojik sorunlar.

2.1. Dil ve İletişim ile İlgili Sorunlar

Uluslararası öğrencilerin dil ve iletişim ile ilgili sorunlarını ortaya koymak için oluşturulan bu tema, verilen cevaplar doğrultusunda kendi içerisinde dil sorunları, ilişki ve iletişimle ilişkili sorunlar olma üzere iki koda ayrılmaktadır.

2.1.1. Dil Problemleri

Çalışma katılımcılarının temel sorunlarının başında dil sorunları gelmektedir. Bu sorunlar her ne kadar Türkiye’de kaldıkları yıllar içerisinde azalsa da zaman zaman Türkçe diline hâkim olmamakla da ilgilidir. Örneğin; katılımcı 1, Türk arkadaşları ile bazı konularda konuştuğunda, bazı tartışmalar içerisinde girdiğinde kendi fikrini beyan ederken uzun cümleler kurduğunda arkadaşlarının onu anlamadığını ifade etmektedir. Bununla birlikte hocaların ders esnasında hızlı konuştuklarında ya da ağır bir dil kullandıklarında anlama noktasında sıkıntı çektiğini ifade etmektedir.

Katılımcı 9, dil ile ilgili sorunların zorlayıcı unsurlar olduğunu söyleyerek; *“üniversiteye ilk geldiğim senelerde, dil problemlerini çok fazla yaşadım, ancak şu anda herhangi bir zorluk yaşamıyorum”* şeklinde bir ifade ile dil sorununun Türkiye’ye yeni geldiği dönemlere ait bir sorun olduğunu ifade etmektedir. Benzer yargı katılımcı 10 tarafından da *“özellikle birinci sınıftayken derslerden bir şey anlamıyorduk”* şeklinde ifade edilmiştir. Katılımcı 3 ise siyasetin arkadaş çevresinde çok konuşulan bir konu olduğunu ancak siyasal jargona alışkın olmadığı için bu konuşmaların çoğunu anlamadığını ifade etmektedir.

Katılımcı 4 ise Covid-19 öncesinde eğitim yüz yüze olduğu ve arkadaşları ile sürekli buluştuğu için Türkçe dili (konuşma, yazma, derslere katılma, sunum yapma, sınavlara katılma, söylenenleri anlama ve kendini ifade etme) konusunda orta düzeyde olduğunu ifade etmiştir ancak Covid-19 süresince aldığı eğitim sanal ortamda ve arkadaşları ile sürekli görüşmediği için Türkçe düzeyinin düştüğünü ifade ederek Covid-19 sürecinin dil becerisini olumsuz etkilediğini vurgulamıştır.

2.1.2. İletişim ve İlişkilerle İlgili Sorunlar

Öğrencilerin sıklıkla karşılaştıkları ve büyük rahatsızlık duydukları konuların başında ev sahibi toplum ile kurulan ilişkilerdeki sorunlar gelmektedir. Örneğin katılımcı 1, *“mesela, bazı insanlar Afrika kökenli öğrencilere siz Türkiye’ye geldiniz hem burs alıyorsunuz hem de bizden iş fırsatları alıyorsunuz”* şeklinde bir ifade kullanarak gündelik etkileşimde ortaya çıkan sorunlara vurgu yapmıştır. Katılımcı 2, ikamet ettiği binada komşular ile çok zayıf ilişkilere sahip olduğunu ifade ederek, ülkesinde çok karşılaşmadığı bina yaşantısına ve ilişkilere tam olarak uyum sağlayamadığını ifade etmektedir.

Katılımcıların büyük kısmı ev sahibi toplum bireylerinin iletişim süreçlerinde sordukları sorulardan rahatsızlık duyduğunu ifade etmektedir. Bu rahatsızlığın temel sebebi, sorulan soruların bir kısmının küçümseyici ifadeler barındırması bir kısmının ise özel yaşama ait bilgiler içermesidir. Örneğin katılımcı 3; *“çevrelerindeki insanların Afrikalı öğrencilere karşı merakla yaklaştıklarını söyledi ve bazı sorular soruyorlar mesela nerden geliyorsun? Ne yapıyorsun burada? Öğrenci misin? Neden Kayseri seçtin? Neden ülkende okumuyorsun? Ülkende üniversite yok mu? Diye sorular bir de ülkem hakkında sorular soruluyor. Ve bazen de çok saçma soru soruluyor”* şeklinde ifadesi ile sorulan sorulardan duyduğu rahatsızlığı ifade etmektedir. Katılımcı 4 ise *“Türkiye’de çoğu ilişkiler belli bir zamanda iyi oluyor. Hatta çok iyi arkadaşlık kuruyorlar ama o zaman geçtikten sonra ilişkiyi kesiyorlar... Afrikalılar olarak belli bir zamanda*

arkadaşlık olmaz. Arkadaşlık hayat boyunca sürer” şeklindeki ifadesi ile arkadaşlık yapılarında gördüğü farklılığı ifade etmektedir.

Katılımcı 5, kendi dil becerileri ile ilgili bir önyargı olduğunu “*bir yabancı uyruklu öğrenci olarak, onun açısından Türkçe yeni bir dil olduğu için illaki olumsuz bir etkisi oluyor. Buradaki insanlar bizimle ilgili konularda önyargılı davranıyorlar. Mesela bizimle konuştukları zaman bizi anlamayacaklarını düşünerek baştan dinlemeyebiliyorlar. Bunu bazen sınıf arkadaşlarımız bazen de hocalarımız yaparak bize kulak vermiyorlar. Hem de şöyle diyorlar bu yabancı ne anlattığını bilmiyor) sanki hiçbir şey bilmiyormuşuz gibi hissettiriyorlar. Buna ek olarak derste bazı hocalar müdahale etmek istediğimiz zaman bize izin vermiyorlar verdiği zaman ise konuştuklarımıza önem vermiyorlar. Sanki biz hiçbir şey bilmiyoruz gibi davranıyorlar”* şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcı 7, benzer iletişim sorunlarına vurgu yaparak özellikle sorulan soruların anlamsız ve kötü hissettiren sorular olduğunu şu şekilde ifade etmiştir; “*yurtta hep uluslararası öğrenciler olduğu için tutumlar çok iyi fakat dışarıdaki insanların tutumları iyi değil, bazen de kötü düşünceleri var. Mesela şöyle diyorlar: Afrikalılar sadece ticaret için buraya geliyorlar, ya da bazı garip sorular soruyorlar. Örnek olarak “Afrika’da su var mı? Afrika’da yemek var mı? İnsan eti yiyor musunuz?”* Benzer ifadeleri katılımcı 9 şu şekilde söylemektedir: “*Bununla ilgili bana rahatsız edici bazı sorular soruldu. Mesela, ülkende havalimanı var mı? Afrika’da su var mı? Afrika’da yoksulluk var mı? Nasıl geldiniz buraya? Ne yapıyorsunuz burada?”*

Katılımcıların ortak vurgusu olan ilişki ve iletişim süreçlerine yönelik sorunu K8 şu şekilde ifade etmektedir: “*Komşulara karşı hayal kırıklığına uğradım. Çünkü komşularım çok dedikoducu ve iftira atan kişiler. Hatta bu olaylarla ilgili olarak şikâyete kadar gittim. Belki de çok saygılı davrandığım için bile bana böyle haksızlık yapılıyor. Eve girip çıkarken bile hemen konuşuyorlar. Artık onlara selam bile vermiyorum, çünkü çok fazla psikolojik baskı oluyor”*.

2.2. Akademik Sorunlar

Katılımcıların akademik sorunlara bakış açısı farklılaşmaktadır. Kimi katılımcılar, Covid-19 öncesinde akademik olarak daha az sorunla karşılaştığını ifade ederken; kimileri Covid-19 süresinde daha fazla akademik sorunla karşılaştıklarını ifade etmektedirler. Örneğin; katılımcı 1 en fazla derslerde ve sınavlarda sorun yaşadığını ifade ederken Covid-19 öncesinde karşılaştığı zorlukları hocalarına ve arkadaşlarına danışarak çözdüğünü ifade etmektedir. Benzer şekilde katılımcı 4, “*derslerde makale yazmak çok zor, anlatmak ve anlamak. Çünkü bazı hocalar çok ağır dil kullandıkları için anlama konusunda çok problem yaşadım. Ancak bu durum Covid-19 süresince daha zor oldu çünkü sınıfta olsaydı hocalara ya da arkadaşlara sorup yardım alabilirdim”* şeklindeki ifadesi ile yaşadığı zorluğa vurgu yapmaktadır. Diğer taraftan katılımcı 2 ise Covid-19 öncesinde sınıf ortamında dersi takip etmede ve soruları cevaplama sorun yaşadığını ancak Covid-19 süresince bilmediği kelimeleri kolayca internetten öğrendiğini ifade etmektedir. Bu anlamda Covid-19 sürecinin akademik olarak işini daha kolaylaştırdığını söylemektedir. Bununla birlikte katılımcı 3, Covid-19 öncesi sınıf ortamında sorulan soruları cevaplama

zorunluluğunun olduğunu ancak Covid-19 süresince online ortam olduğu için sorulan soruları cevaplamama lüksüne sahip olduğunu ifade etmektedir.

Katılımcılar akademik anlamda yaşadıkları zorlukların temelinde Türkçe diline hâkim olma konusundaki eksikliklerini öne sürmektedirler. Dolayısıyla dile hâkim olmamak başlı başına sorun olmakla birlikte, diğer alanlarda da sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Katılımcı 7, derslerde en çok anlatma ve sunum yapma konularında sorun yaşadığını ifade etmektedir. Ders ile ilgili bir anlatım yapacağı zaman aklında var olan bilgileri Türkçe gramer yapısına hâkim olmadığı için yansıtamadığını belirtmektedir. Benzer biçimde katılımcı 9 Türkçe ders anlatılırken bazı kelimeleri bilmediği için dersi takip etmekte zorlandığını ifade etmektedir.

2.3. Sosyokültürel Sorunlar

Katılımcıların Türkiye'ye geldikten sonra yaşadıkları sosyokültürel sorunlar şunlardır; yeme içme ve giyim tarzındaki farklılıklar, sosyal etkinliklere katılma zorluğu, yerel halkın davranış biçimleri ve ayrımcılıktır.

Çalışmaya katılan 1,3,4,5,7,9, Türk mutfağına ait yiyecek ve içeceklerin kendi kültürlerinden çok farklılaştığını ifade etmektedirler. İlk etapta alışma sürecinin zor olduğunu ancak alıştıktan sonra herhangi bir sorun kalmadığını ifade etmektedirler. Bununla birlikte, katılımcı 1, giyim konusunda zorluklar yaşadığını ifade ederken, katılımcı 5 giyim konusunda yaşadığı zorluğu şu şekilde belirtmektedir: *“Kültürel farklılıklardan dolayı çok problem yaşadım. Mesela giyim ve insanların konuşma tarzları bizden farklı. Giyinmekten örnek verecek olursam (bizim ülkemiz sıcak olduğu için çoğu zaman ayakkabı giymiyoruz genelde terlik kullanıyoruz. Ama burada giydiğimiz zaman çok ayıp yapmışız gibi bakıyorlar”*.

Katılımcı 5,7 ve 9 arkadaş edinme Covid-19 öncesinde ve süresince günlük yaşantısında kalacak arkadaş edinme, arkadaşlıkları sürdürme, etkinliklere katılma, alışveriş, beslenme, kurallara uyma ve ulaşım konularında hiçbir sıkıntı yaşamadıkları ancak virüsün ortaya çıkması ile birlikte sayılan unsurları hayata geçirmenin zorlaştığını ifade etmektedirler. Ayrıca katılımcılar toplu taşıma araçlarında insanların kendilerine virüs bulaştıracaklarını düşündükleri için yaklaşmadıklarını ifade etmektedirler.

Çalışmaya katılanların büyük kısmının ortak yargısı kendilerine ırklarından dolayı ayrımcılık ve zaman zaman ırkçılığa varan davranışların sergilendiğidir. Örneğin katılımcı 1, bu konu ile ilgili yaşadığı sorunu şu şekilde ifade etmektedir. *“...mesela alışveriş yaparken biri geldi (Niga, zenci) diye seslendi, bir de PTT şubesindeyken biri Afrika'dan gelen arkadaşlar burada ne yapıyorlar diye söyledi. Covid-19 süresince bu davranışı biraz daha abartanlar vardı. Mesela bizi görünce ah yabancı geliyor korona var diyerek maske takmaya başlıyorlar. Böyle bir ayrımcılık hissettim”*. Katılımcı 3 ise toplu taşıma kullandığı zaman insanların ona tuhaf tuhaf baktığını ve onunla konuşmak istemediklerini ifade etmektedir.

Katılımcı 4, yaşadığı ayrımcılığı ve kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunları şu şekilde ifade etmektedir: *“Kültürel farklılıklardan dolayı problem yaşadım. Mesela Türk arkadaşların Afrika kökenli öğrencilere rahatsız edici sorular sorduğunu gördüm. Örnek olarak “kaç yaşındasın? Müslüman mısın?”*

Baban ve annen ne iş yapıyor? kaç kardeşiniz? Babanın maaşı ne kadar? Babanın kaç eşi var? gibi sorular sorduğunu söylemiştir. Bu sorular bizde uygun görülmeyen sorular. Çünkü bunlar özel şeyler ama burada kültür farklılıklarından dolayı onlar için normal sorular. Ama Afrikalılar için çok zor ve hoş olmayan sorular olduğunu söyledi. Ve bu soruları Afrika'da tanımayan insanları bırakın arkadaşlar bile birbirilerine hayat boyunca sormazlar”.

Katılımcı 7 ise yaşadığı ayrımcılığı ya da insanların meraklı tutumlarını kendi açısından şu şekilde değerlendirmektedir; *“kültürel açıdan yanlış anladığım ya anlaşıldığım olaylar var. Mesela ilk geldiğimde bana senin adın ne? Müslüman mısın? diye sorular sorulduğu zaman sanki bir ayrımcılık yapıyor gibi düşünüyordum. Bazen de beni görünce hep gülüyorlar. Zaman geçtikçe sorulan soruların meraktan sorulduğunu düşünmeye başladım. Çünkü buradaki insanların çoğu şehir dışına ya da yurt dışına gitmemişler hatta Afrikalı birini bile görmemişler. Bu yüzden meraktan soruyorlar bunu anladım. Sorulan soruları cevaplıyorum çok takılmıyorum eskisi gibi. Bununla ilgili başımdan şöyle bir olay geçti: İş için dini bir okula gitmişim bana ismin ne, Müslüman mısın, kuran okumayı biliyor musun? diye sordular. Ben de bilmiyorum dedim. Sonra sen git biz sana sonra haber vereceğiz dediler ama hiç haber vermediler”.*

Son olarak katılımcı 9, diğer katılımcılara benzer şekilde ayrımcılık yaşadığını ilginç bir anısı ile aktarmaktadır: *“COVID-19 öncesinde ve süresince çevresinde dil, din, ırk, ten rengi gibi konularda bazen ayrımcılık hissettiğini, özellikle Afrikalı ve siyah olduğu için herkesin ona garip baktığını hem de Hristiyan olduğu için hep soru sorduklarını söyledi ve şunları anlattı: “Bir gün bir dükkana gittim biri bana sen Müslüman mısın? Diye sordu. Ben hayır Hristiyan'ım diye cevap verdim. Sonra o kişi bana Hristiyan olmak hiç iyi değil en iyisi sen Müslüman ol dedi ve sanki beni Müslümana yapmaya çalıştı. Bir de bir gün iş ilanı gördüm, başvurduğum ve kabul ettiler. Mülakat için gittiğimde beni gördüler sonra hayır yabancıları kabul etmiyoruz dediler. Bu konulardan dolayı özellikle Kayseri'de onlara farklı davranılıyor ama Ankara'ya veya İstanbul'a gittiğinde öyle bir şey olmuyor”.*

2.4. Ekonomik Sorunlar

Çalışmaya katılanlar genel olarak ekonomik sıkıntı çekmediklerini ifade etmektedirler. Ancak bu durumun istisnası Covid-19 virüsü ile ortaya çıkan fiyat artışlarıdır. Katılımcılar virüs süreci öncesi çok daha rahat biçimde harcamalarını yaparken virüsün çıkması ile aynı rahatlığı yakalayamadıklarını ifade etmektedirler.

Katılımcı 1, virüs öncesi dışarıda haftada bir kez yemek yiyebilirken virüs dönemi içerisinde fiyatlardaki aşırı pahalılıktan dolayı dışarıda yemek yiyemeyecek duruma gelmiştir. Benzer yargıları katılımcı 4,7 ve 9 da ifade etmiştir. Hepsinin ortak yargısı ve ekonomik kriteri dışarıda yemek yeme sayılarındaki düşüştür.

2.5. Psikolojik Sorunlar

Katılımcılar Türkiye'ye geldikten sonra psikolojik olarak herhangi bir sorun ile karşılaşmadıklarını, onlar için asıl psikolojik sorunları başlangıç sürecinin Covid-19 virüsünün ortaya çıkışı olduğunu ifade etmektedirler. Sadece katılımcı 8

komşuları ile yaşadığı probleminden dolayı psikolojik olarak kendini baskı altında hissettiğini ifade etmektedir.

Katılımcı 4, virüs sürecinin ortaya çıkardığı sorunları şu şekilde ifade etmektedir: *“Gurbet hayatı her zaman baskı oluşturan bir hayattır. Covid-19 öncesinde arkadaşlarla hocalar bir araya gelip sohbet edip hasret gidermeye çalışıp baskıyı hafifletiyor. Ama Covid-19 süresince insan hep evde kalıyor akrabalarından ve arkadaşlarından hatta diğer insanlardan uzaklaşıyor bu durum çok baskı ve yalnızlık altında hissettiriyor. Sanki bir hapishanede gibi...”*

Benzer ifade katılımcı 7 tarafından da dile getirilmiştir: *“Covid-19 öncesinde çok rahat hissediyordum çünkü istediğim her şeyi yapabiliyordum ve Covid-19’ dan kaynaklanan sorunlar yoktu. Covid-19 süreci bütün dünyayı etkilediği gibi beni de çok etkiledi ve bu yüzden baskı altında, yalnız, çaresiz gibi duygular hissettim”.*

Katılımcılar aynı zamanda ailelerinden ayrı kaldıkları için de psikolojik olarak kendilerini baskı altında hissettiklerini ifade etmektedirler. Katılımcı 7 *“memleketimden ve ailemden uzak kalmak beni çok üzüyor çünkü ben aileme yakın olmayı seven biriyim o yüzden uzakta kalmak beni çok üzüyor. Buna ek olarak ailem için çok endişeleniyorum çünkü 5 senedir Ülkeme gidemiyorum. Özellikle Covid-19 süresince şöyle düşünmeye başladım: Eğer kardeşlerime bir şey olursa ya da bir akrabam vefat ederse ben oraya nasıl giderim”* memleketi ve ailesinden uzakta kalmanın kendisinde bıraktığı etkiyi ifade etmektedir. Benzer kaygıları taşıyan katılımcı 3 ise *“memleketimde ve ailemde ayrıl kalmak üzüyor. Sürekli ailem için endişeleniyorum. Covid zamanı endişem daha çok arttı, hastalık sebebiyle ölebilirler diye korkuyorum”* şeklinde ifadesi ile içinde bulunduğu durumu özetlemiştir.

Sonuç ve Tartışma

Uluslararası eğitim, öğrenciler için önemli ve vizyon katan bir deneyim olmakla beraber, aşına olunan toplumsal yapının değişimini gerektirmesi açısından çeşitli zorlukları da barındıran bir süreçtir. Bu süreçte yaşanan zorlukların düzeyi ve öğrenci tarafından algılanma biçimi, yurt dışında eğitim görmek gibi eşsiz bir deneyimi, birey yaşamını olumsuz biçimde etkileyen bir sorunlar bütünü haline getirebilir. Günümüzde uluslararası eğitimin olanaklarının yaygınlaşması dolayısıyla bu imkândan faydalanan öğrenci sayısının artması, uluslararası öğrencileri göç araştırmalarının önemli bir aktörü haline getirmiştir. Dolayısıyla öğrencilerin bu süreçte yaşadığı zorluklar, konuya farklı noktalardan bakan birçok çalışmanın (Andrade, 2006; Bulic, 2015; Forstat, 1952; Junius, 1997; Kozikoğlu & Aslan, 2018; Sawir, Marginson, Deumert, Nyland, & Ramia, 2007; Lee & Rice, 2007; Sovic, 2009; Bektaş, 2008) temasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma bahsi geçen zorluklara alternatif bir bakış açısı sunma amacıyla yapılmıştır. Özellikle Covid-19 salgınının birçok alanda olduğu gibi denizaşırı eğitim süreçlerinde ortaya çıkardığı sorunların ele alınması, bu çalışmanın alternatif bakış açısının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çalışmadan elde edilen veriler ışığında katılımcı öğrencilerin Türkiye’de aldıkları eğitim süresince yaşadıkları sorunlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen önemli sonuçlar şu şekildedir:

1. Afrika kökenli uluslararası öğrencilerin yaşadıkları sorunların başında sosyokültürel sorun kategorisinde değerlendirilen ayrımcılık sorunu gelmektedir. Çalışma katılımcılarının büyük çoğunluğu ev sahibi toplum ile kurdukları etkileşimlerde zaman zaman ayrımcılık, hatta ırkçılığa varan söylemlerle karşı karşıya kaldıklarını ifade etmişlerdir. Öğrenci ifadeleri diğer sorunlara kıyasla ayrımcılık sorunun kendilerini en olumsuz biçimde etkileyen faktör olduğunu göstermektedir. Öğrenciler son dönemde Türkiye'ye yönelik düzensiz mülteci göçlerinin öğrencilere yönelik olumsuz ön yargıların ve ayrımcılığın temel sebeplerinden biri olduğunu da vurgu yapmaktadırlar. Dolayısıyla bu noktada hali hazırda öğrencilerin yaşadığı ayrımcılığın sadece ten renginden kaynaklı değil ev sahibinin farklı kaygılarından kaynaklandığı ifade edilebilir. Mevcut literatürde öğrencileri en fazla ve derinden etkileyen sorun olarak ifade edilen bu durum farklı birçok araştırmanın (Schram & Lauver, 1988; Nieto, 2004; Tran & Vu, 2016; Brown & Jones, 2013; Dovchin, 2020; Lee J. , 2006) da ortak sonuçları arasında yer almaktadır.
2. Afrikalı öğrencilerin sorun olarak gördükleri diğer bir durum; ev sahibi toplum ile ikili ilişkilerde yaşadıkları sorunlardır. İnsanların kendileri ile kurdukları ilişkilerde samimi olmamaları, arkadaşlıkların kalıcı olmaması, aşağılayıcı ve özel yaşantıları hakkında sorular sormaları ve dedikodu yapmaları öğrencilerin ilişkilerde yaşadıkları sorunların başında gelmektedir. Buna ek olarak; ev sahibi toplumun diline hâkim olmamanın, öğrencilerin kültürlerarası uyum süreçlerini ve kültürlerarası iletişim becerilerini olumsuz biçimde etkilediği farklı araştırmaların sonuçları arasındadır (Gudykunst & Nishida, 2001; Neuliep & Ryan, 1998; Beom, 2003; Yeh & Inose, 2002; Mori, 2000).
3. Öğrencilerin yaşadıkları diğer bir sorun ise Covid-19 virüsü ile ortaya çıkan, psikolojik sorunlardır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından “uluslararası önem sahip acil halk sağlığı olayı” olarak nitelendirilen salgının uluslararası öğrencilerin eğitim süreçleri açısından birtakım çıktıkları bulunmaktadır. Öğrenciler, Covid-19 salgını ortaya çıktıktan sonra sosyal ilişkilerini eskisi gibi yürütemedikleri ve arkadaşları ile bir araya gelemedikleri için kendilerini yalnız hissetmektedirler. Bununla birlikte virüs sürecinde memleketlerine gitmekte sorunlar olduğu için ailelerinin sağlığı konusunda endişe duymuşlardır. Son olarak bazı öğrenciler ev sahibi toplumdaki bazı bireylerin kendilerine virüs taşıyıcısı, virüsü diğer insanlara bulaştıran bireyler gözüyle bakıldığını ifade etmektedirler. Bu sonuç, Cheng (2020) tarafından yapılan araştırmanın sonucu ile örtüşmektedir. Araştırmaya göre; Covid-19 pandemi sürecinde Asya kökenli öğrencilerin yaşadığı en önemli sorunların başında gittikleri ülkede virüsü yayan bireyler olarak algılanmaları gelmektedir.
4. Öğrencilerin yaşadığı akademik sorunlar özellikle Covid-19 salgını ile kendini göstermiştir. Öğrenciler derslerde, sınavlarda anlamadıkları noktalarda arkadaşları ya da ders hocalarından yardım alırken, çevrimiçi derslerde böyle bir imkânın olmadığını ifade etmektedirler. Diğer taraftan Covid-19 sürecinde bazı öğrenciler akademik olarak işlerinin kolaylaştığını

ifade etmektedir. Buna gerekçe olarak da derste bilmedikleri kelimeleri kolayca internetten araştırdıklarını aynı zamanda sınıfta sorulduğunda cevaplamak zorunda kaldıkları soruları çevrimiçi eğitimde cevaplamama seçeneklerinin olduğunu belirtmişlerdir.

Çalışmadan elde edilen bulgular, küçük bir araştırma grubuna ait olduğundan dolayı sonraki çalışmalarda araştırma grubu büyütülerek ve nicel araştırma yöntemleri kullanılarak genele hitap eden sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca çalışma sonucunda elde edilen sorunların, her biri spesifik biçimde çalışılarak elde edilen verilerin daha net sonuçlar sunmasına olanak tanınabilir.

Kaynakça

- Andrade, M. S. (2006). International students in English-Speaking Universities: Adjustment Factors. *International Education*.
- Baklashova, T., A., Kazakov, A., V., (2016) Challenges of International Students' Adjustment to a Higher Education Institution, *International Journal Of Environmental & Science Education*, 11(8), 1821-1832
- Bektaş, D. (2008). Counselling International Students in Turkish Universities: Current Status and Recommendations. *International Journal for the Advancement of Counselling*, 30(4), 268-278.
- Beom, K. (2003). The influence of internet and intercultural communication apprehension on socio-cultural adaptation. *International Communication Association*. San Diego.
- Brown, L., & Jones, I. (2013). Encounters with racism and the international student experience. *Studies in Higher Education*, 38(7), 1004-1019.
- Bulic, N. R. (2015). International students in Turkey: main problems related to poor academic performance. *Journal of Psychology & Clinical Psychiatry*, 2(5).
- Cheng H. L. (2020) Xenophobia and racism against Asian Americans during the COVID-19 pandemic: Mental health implications. *Journal of Interdisciplinary Perspectives and Scholarship*, 3:3.
- Dillard, J. M., & Chisolm, G. B. (1983). Counseling the international students in a multi-cultural context. *Journal of College Students Personnel*(24), 101-105.
- Dovchin, S. (2020). The psychological damages of linguistic racism and international students in Australia. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 1-15.
- Forstat, R. (1952). Adjustment problems of international students. *Sociology and Social Issue*, 25-29.


- Furnham, A., & Bochner, S. (1986). *Culture shock: Psychological reactions to unfamiliar environments*. London: Methuen.
- Gudykunst, W. B., & Nishida, T. (2001). Anxiety, uncertainty, and perceived effectiveness of communication across relationships and cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, (25), 55-72.
- Junius, D. P. (1997). A Study of the Problems Experienced by International Students at Northern Arizona University. Northern Arizona University.
- Kıroğlu, K., Kesten, A., & Elma, C. (2010). Türkiye’de öğrenim gören yabancı uyruklu lisans öğrencilerinin sosyo-kültürel ve ekonomik sorunları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 26-39.
- Kocabıyık, O., Bacioğlu, S. D., & Güvendir, M. A. (2019). The Problems of international Students studying in Higher Education. *International Journal of Human Sciences*, 16(2), 561-581.
- Kozikoğlu, İ., & Aslan, M. (2018). Socio-cultural, psychological and academic problems of undergraduate Syrian students in Turkey. *Issues in Educational Research*, 28(3).
- Lee, D. (1997). What teachers can do to relieve problems identified by international students. *New Directions for Teaching and Learning*(31), 473-479.
- Lee, J. (2006). International student experiences: Neo-racism and discrimination. *International Higher Education*(44).
- Lee, J., & Rice, C. (2007). Welcome to America? International student perceptions of discrimination. *Higher Education*, 381-409.
- Li, R. Y., & Kaye, M. (2001). Understanding Overseas Students’ Concerns and Problems. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 41-50.
- Lin, G., & Yi, J. (1997). Asian international students' adjustment: Issues and program suggestions. *College students Journal*, 31(4), 473-479.
- Mori, S. (2000). Addressing the mental health concerns of international students. *Journal of Counseling and Development*(77), 137-144.
- Neuliep, J. W., & Ryan, D. J. (1998). The influence of intercultural communication apprehension and socio-communicative orientation on uncertainty reduction during initial cross-cultural interaction. *Communication Quarterly*, 46(1), 88-99.
- Nieto, S. (2004). *Affirming diversity: The sociopolitical context of multicultural education*. New York: Longman
- OECD. (2022). *International student mobility (indicator)*. 17 Ocak 2022 tarihinde <https://data.oecd.org/students/international-student-mobility.html> adresinden alındı.
- Opper, S., Teichler, U. and Carlson, J. (1990). *Impact of study A broad programme on students and graduates*. London: Jessica Kingsley Publishers.

- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills: Sage.
- Peterson, J. A., & Neumeyer, M. H. (1948). Problems of foreign students. *Sociology and Social Research*(22), 787-792.
- Poyrazlı, S., & Grahame, K. M. (2007). Barriers to adjustment: Needs of international students within a semi-urban campus community. *Journal of Instructional Psychology*(24), 28-45.
- Reynolds, A. L., & Constantine, M. G. (2007). Cultural adjustment difficulties and career development of international college students. *Journal of Career Assessment*, 338-350.
- Sam, D. L. (2001). Satisfaction with life among international students: An exploratory study. *Social Indicators Research*, 315-337.
- Sam, D. L., & Eide, R. (1991). 'Survey of mental health of foreign students'. *Scandinavian Journal of Psychology*(32), 22-30.
- Schram, J. L., & Lauver, P. J. (1988). Alienation in international students. *Journal of College Student Development*, 146-150.
- Sovic, S. (2009). Hi-bye friends and the herd instinct: international and home students in the creative arts. *Higher Education*, 58(6), 747-761.
- Study in Turkey (2021). https://www.studyinturkey.gov.tr/StudyinTurkey/_PartStatistic adresinden 17 Ocak 2022 tarihinde alındı.
- Sawir, E., Marginson, S., Deumert, A., Nyland, C., & Ramia, G. (2007). Loneliness and International students: An Australian study. <http://www.sciencedirect.com>.
- Tanenhaus, R., & Roth, J. (1962). Non-Inunigrant Foreign Students: A Survey of Their Needs and Interests. *The Journal of Experimental Education*, 173-176.
- Titrek, O., Erkiliç, A., Süre, E., Güvenç, M., & Temür Pek, N. (2016). The Socio-cultural, Financial and Education Problems of International Postgraduate Students in Turkey. *Universal Journal of Educational Research* , 160-166.
- Tran, L. T., & Vu, T. T. (2016). 'I'm not like that, why treat me the same way?'The impact of stereotyping international students on their learning, employability and connectedness with the workplace. *The Australian Educational Researcher*, 43(2), 203-220.
- Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2005). *The Psychology of Culture Shock*. Taylor & Francis e-Library.
- Yardımcıoğlu, F., Beşel, F., & Savaşan, F. (2017). Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Problemleri ve Çözüm Önerileri (Sakarya Üniversitesi Örneği). *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*, 203(12), 203-254.

- Yeh, C. J., & Inose, M. (2002). International students' reported English fluency, social support satisfaction, and social connectedness as predictors of acculturative stress. *Counselling Psychology Quarterly*, 15–28.
- Yıldırım, H., & Şimşek, A. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Tüketicilerin Online Alışveriş Eğilimleri: Nitel Bir Araştırma

1_2_3_4_5

 **Havva ÖZDEMİR***

* Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi,
havva_mayis@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-7755-7411

Gönderilme/ Received
25.07.2022

Kabul Tarihi/ Accepted
01.09.2022

Yayın Tarihi/Published
30.09.2022

Öz

Bu çalışmanın amacı, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin davranışlarını belirlemek ve satın alma davranışlarını etkileyen satın alma güdülerini Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı bağlamında incelemektir. Bu doğrultuda, araştırmanın kısıtını oluşturan son bir ayda en az iki defa online alışveriş yapan 32 tüketici ile yüz yüze görüşme yapılarak elde edilen veriler keşifsel bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu kapsamda online alışverişi tercih eden katılımcılar ele alınmış olup, katılımcıların bu süreçte yaşadıkları güçlükler ve endişeler, neden online alışverişi tercih ettikleri belirlenmeye ve düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Yapılandırılmış mülakat tekniği olarak görüşme yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile incelenmiş olup; kullanım nedenleri ve tercihleri, kullanım sıklığı ve ürün tercihi, memnuniyet ve iletişimin önemi başlıkları altında temalar oluşturulmuş, katılımcılar sırasıyla K1, K2, K3 şeklinde kodlanmış ve yorumlanmıştır. Belirli temalar altında toplanan verilerin analizlerine göre tüketiciler açısından online alışverişte öncelikli hususun kolaylık yani 7/24 alışveriş yapma fırsatının olduğu ortaya çıkmıştır. Online alışverişi daha çok ihtiyaç halinde yaptıkları, çoğunlukla giyim kategorisinde sipariş verdikleri, yurt içi sitelerin yoğun olarak kullanıldığı, sunulan vadin yerine getirilmesinin ve iki yönlü iletişimin olumlu davranış sergilemede önemli bir etken olduğu görülmüştür. Bulgularda; tüketiciler için farklı kullanımlar ve doyumlar elde edildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Online Alışveriş, Kullanımlar ve Doyumlar, Tüketici

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

³ Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 24/05/2022 tarihli toplantısında alınan 121/15 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Within the framework of the decision numbered 121/15 taken at the meeting of the Social and Human Sciences Ethics Committee of Süleyman Demirel University, dated 24/05/2022, the study does not contain any ethical objections.

⁴ Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

⁵ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Özdemir, H. (2022). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Tüketicilerin Online Alışveriş Eğilimleri: Nitel Bir Araştırma. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 138-153. doi:10.29228/itamder.3



Online Shopping Tendencies of Consumers in the Context of Uses and Gratifications Approach: A Qualitative Research



Havva ÖZDEMİR*

* PhD Student, Süleyman Demirel University,
havva_mayis@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-7755-7411

Gönderilme/ Received
25.07.2022

Kabul Tarihi/ Accepted
01.09.2022

Yayın Tarihi/Published
30.09.2022

Abstract

The aim of this study is to determine the behaviors of consumers who shop online and to examine the purchasing motives that affect their purchasing behavior in the context of Uses and Gratifications Approach Theory. In this context, the data obtained by conducting in-depth interviews with 32 consumers who shopped online at least twice in the last month, which constitutes the limitation of the research, were subjected to an exploratory evaluation. In this context, the participants who prefer online shopping were discussed, and the difficulties and concerns of the participants in this process, why they preferred online shopping, and their thoughts were tried to be learned. The interview was conducted as a structured interview technique. The obtained data were analyzed by content analysis; themes were created under the headings of reasons and preferences of use, frequency of use and product preference, satisfaction and importance of communication, and the participants were coded and interpreted as K1, P2, P3 respectively. According to the analysis of the data collected under certain themes, it has been revealed that the priority issue in online shopping for consumers is convenience, that is, the opportunity to shop 24/7. It has been seen that they do online shopping more when they need it, they mostly order in the clothing category, domestic sites are used extensively, the fulfillment of the promise and two-way communication are important factors in exhibiting positive behavior. According to the findings; It has been seen that different uses and gratifications are obtained for consumers.

Keywords: Online Shopping, Uses and Gratifications, Consumer



1. Giriş

Online alışveriş sistemi alıcı ve satıcının bilgisayar aracılığıyla etkileşimli bir biçimde birbirlerine bağlanması ile ortaya çıkmıştır. Günümüzde sayıları hızla artan bu online alışveriş siteleri insanları internet üzerinden alışverişe yönlterek e-ticaretin önemli bir parçası haline gelmiş ve e-ticaretin yeni bir boyut kazanmasına olanak sağlamıştır. Bu yeni alışveriş şekli, insanların çevrimiçi perakendecilerden alışveriş yapmalarını sağlayarak, fiziksel mağazaları ziyaret etme ihtiyacını ortadan kaldırdı ve insanların günlük yaşam tarzlarında büyük değişikliklerin ortaya çıkmasına ortam hazırlamıştır (Cavlak, 2012, s. 2). Bu hızlı gelişim ve değişim hem uygulamacıları hem de akademisyenleri konu üzerinde çok fazla araştırma yapmaya sevk etmiştir. Bu bağlamda literatürde, online alışverişin tüketici davranışları üzerindeki etkisini inceleyen birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmaların birinde tüketici davranışları hazırlık ve faydacılık olarak ele alınmış ve ortaya çıkışlarında etkili olan faktörler ayrıntılı olarak incelenmiştir (Topaloğlu, 2009).

Üniversite mezunları üzerinde yapılan bir araştırma, gelir düzeyi, eğitim düzeyi ve internet becerilerinin çevrimiçi alışveriş olasılığını artıran önemli faktörler olduğunu sonucuna ulaşmıştır (Saydan, 2008, s.388). Başka bir çalışmada ise, interneti daha yoğun kullanan tüketicilerin daha sık çevrimiçi alışveriş yaptıklarını ve bu tür alışverişe karşı olumlu tutumlara sahip olduklarını bulmuşlardır (Topaloğlu, 2009, s. 18).

Cavlak'ın (2012) çalışmasında ise, online alışveriş sitelerini tercih edilir kılan kriterleri ve bu kriterlerin önem derecesini belirlemek amaçlanmış, elde edilen sonuçlar önceki çalışmaların sonuçlarıyla tutarlı olduğu için şaşırtıcı olmamıştır. Online alışverişin doğası gereği, kişilerin alışveriş sürecinde kişisel bilgilerini paylaşma zorunluluğu ve siteden alışveriş yaparken güvenliğe duyulan şüphe, güvenilirlik/gizlilik kriter grubunun diğer kriter gruplarına göre daha önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Dursun (2016) da yaptığı çalışmada internetten alışveriş yapan tüketicilerin neden firmaların pazarlama faaliyetlerine yöneldiğini araştırmış ve araştırmaya katılan tüketicilerin online tüketici davranışları arasında cinsiyete göre bir fark olmadığı görülse de tüketiciler arasında eğitim, gelir ve yaş açısından önemli bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yesir'in (2021) araştırmasında, online alışveriş kullanım sıklığının oldukça yüksek olduğu ve tüketicilerin online alışveriş davranışlarını etkileyen temel faktörün güven algısı olduğu gözlemlenmiştir. Aynı zamanda, online alışveriş davranışı ile risk algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, satış sonrası hizmetler ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Oskaybaş, Dursun ve Yener (2014) tarafından yapılan çalışmada tüketicilerin çevrimiçi alışveriş yaparken tercihlerini belirleyen faktörleri incelenmiş ve güven ile müşteri sadakati arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yılmaz (2010) ise online alışverişte algılanan değer, memnuniyet ve güven arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bu faktörlerin online alışverişte sadakati nasıl ve ne ölçüde etkilediğini belirlemeye çalışmıştır. Algılanan değer, memnuniyet ve

güven arasında istatistiksel olarak anlamlı etkiler olduğu ve bu değişkenlerin bağıllığı etkilediği sonucuna varılmıştır.

Öztrak'ın (2012) çalışmasında da online alışveriş sitelerini uzun süredir kullanan ve bu sitelerde sayıca daha fazla harcama yapan tüketicilerin, online alışveriş sitelerinin hizmetlerini diğer tüketicilere göre daha olumlu değerlendirdiği sonucuna varılmıştır.

Online alışveriş araştırmalarında, tüketici tercihlerini belirleyen faktörler genellikle nicel bir yöntem kullanılarak incelenmekte ve nitel yöntemlerin kullanıldığı çok az çalışma bulunmaktadır. Nitekim niceliksel olarak belirlenen değişkenler üzerinde karşılaştırma yapılmış ve bulgular sonuçlanmıştır. Sonuçlar da çok boyutlu bir araştırmanın ötesinde sınırlandırılmış bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca iletişim alanında bir kurama dayanarak bu konu üzerinde çalışma yürütülmemiştir. Bu çalışma, online alışveriş kullanımının ardındaki farklı kullanımları ve doyumları yalnızca öğrencilerin bakış açısıyla inceleyerek yukarıda bahsedilen boşluğu ele almakta ve böylece mevcut literatüre yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Önceki çalışmalardan farklı olarak bu çalışma; online alışveriş yapan, sürekli kendini yenileyen ve yeniliklere ayak uyduran tüketici kitlesi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın bir başka katkısının online alışveriş kullanımının arkasındaki çeşitli motivasyonların anlaşılması açısından teorik bir çerçeve olarak Kullanımlar ve Doyumlar Teorisinin kullanılması olduğu söylenebilir. Böylece online alışverişten elde edilen doyumları bulmak için Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi geleneksel medyanın ötesine taşınmıştır.

2. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, iletişim araçlarını nasıl ve hangi amaçlar doğrultusunda kullandığını ortaya koyan bir yaklaşımdır. Yaklaşımın temel odak noktası, bireylerin belirli türde medya araçlarını neden kullandığının tespit edilmesidir. Bu yaklaşıma göre bireyler, iletişim araçlarını bazı sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için kullanır ve psikolojik doyuma ulaşırlar (Özer ve Birsen, 2010, s. 352).

Herta Herzog (1944), Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının ilk geliştiricilerinden biridir. Herta Herzog'un çalışması iletişim araştırmalarının temel sorusuyla ilgilenir. Bu soru, "Medya insanlara ne yapar veya nasıl etkiler?" şeklindedir. Soruyu ileti bağlamından izleyici bağlamına taşımıştır. Bu bağlamda araştırma sorusu, "İnsanlar medya ile ne yapar?" sorusuna dönüşmüştür (West ve Turner, 2010, s. 395).

Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi, ihtiyaçlarını karşılamak ve tatmin etmek için belirli ve seçilmiş medya kanallarını kullanarak, medya tüketicilerinin ihtiyaçlarını karşılama sürecini açıklar. Kullanımlar ve Doyumlar araştırması, medya kullanıcılarının medyayı nasıl ve neden kullandıklarına bakmaktadır (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974). Yani pasif bir hedef yerini aktif bir hedefe bırakmıştır ve kitle iletişim araçlarını satın alanların ne yaptığından çok insanların bu kitle iletişim araçlarıyla ne yaptıklarına cevap aranmaktadır (Gökçe, 1993, s. 108). Burada izleyicilerin, aktif, rasyonel ve isteklerine göre hareket ettiği görülmekte ve kendi özgür iradeleriyle hareket ettikleri iddia

edilmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 156). Dolayısıyla, bu yeni yaklaşım, izleyicilerin medya deneyimlerini nasıl olumlu bir şekilde şekillendirdiğini vurgulayarak, medya ve izleyici arasında önemli ve gerçekçi bir karşılıklı denge aramaktadır (Lull, 2001, s. 127).

Katz ve arkadaşlarına (1974) göre, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının beş temel özelliği bulunmaktadır. İlk özellik izleyici etkinliği yani izleyicinin aktif olduğu durumdur. Buna göre kullanıcılar, medyayı kişisel amaçlarına ulaşmak için kullanırlar. İkinci özellik, inisiyatifin izleyiciye ait olmasıdır. Bu özellik, ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarını kullanan izleyicileri içerir. Üçüncü özellik, medyanın tek tatmin kaynağı olmamasıdır. Buna göre insanların istek ve ihtiyaçları farklılık gösterdiği için medya bunları mutlak düzeyde eşit olarak karşılayamaz. Dördüncü özellikte, insanlar motivasyonlarının ve ihtiyaçlarının farkındadır. Aslında medyanın kullanım amacına ilişkin veriler doğrudan kullanıcıdan elde edilir. Son özellik ise, izleyici yönelimlerini araştırırken, medyanın kültürel önemine ilişkin değer yargılarının göz ardı edilmesi gerektiğidir.

İlk Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı çalışmaları televizyon, gazete ve dergilerden türetilen kullanımların tatmin tipolojilerini geliştirilmiş olup; sonraki araştırmalar, ev telefonları, VCR'ler, internet, e-posta, video oyunları ve cep telefonları gibi diğer teknolojilerin faydalarını incelemek üzere genişletilmiştir (Hoştut, 2010, s. 11). Teknolojinin gelişimi bu paradigmanın araştırma konularını değiştirmiş ve her yeni teknoloji için bu yeni araştırmalar, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı altında yapılmaya devam etmiştir. Teknoloji tercihi ve özellikle katılımcı medya kullanımı için önemli bir örnek olan online alışverişin bu yaklaşım bağlamında ele alınması, kullanım ve doyum motivasyonlarının belirlenmesi açısından önemlidir. Dolayısıyla mevcut durumda, online alışverişini kullanma nedenlerini araştırmak için Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının en uygun medya araştırması yaklaşımı olduğu varsayılmaktadır.

3. Online Alışveriş Kavramı ve Tüketici Davranışı

Son zamanlarda internet, e-ticaret boyutuyla dikkatleri üzerine çekmiş ve yeni bir alışveriş biçimi olan online alışverişini gündeme getirmiştir (Turan, 2008, s. 723-731).

Online alışveriş davranışı, ürün veya hizmeti internet üzerinden satın alma süreci olarak ifade edilir. Bu süreç, geleneksel alışveriş davranışı ile ilgili 5 adımdan oluşmaktadır. Genel online alışveriş sürecinde potansiyel tüketici, ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmeti belirlediğinde internete girerek ihtiyaçları hakkında bilgi arar. Ancak, aktif olarak araştırma yapmak yerine, potansiyel tüketiciler zaman zaman, aradıkları ihtiyaçlarla ilgili ürün ve hizmetlerle ilgili bilgiler tarafından cezp edilirler. Ardından alternatifleri değerlendirir ve ihtiyaçlarına en uygun olanı seçerler. Sonuç olarak işlem gerçekleşir ve satış sonrası hizmetler sunulur (Li ve Zhang, 2002, s. 508).

Online alışveriş, çevrimiçi satıcıları bulma, ürün bilgilerini arama, ödeme seçeneklerini seçme, diğer tüketiciler ve perakendeciler ile iletişim kurma ve bir ürün veya hizmet satın almayı içeren bir etkinlik olarak da tanımlanır. Bu nedenle

online alışveriş, en önemli çevrimiçi etkinliklerden biridir (Cai ve Cude, 2008, s. 137).

Davranışsal bir bakış açısıyla, fiziksel ortamın aksine internet ortamı, tüketicinin tam anlamıyla özgürlüğe sahip olduğu yerdir. Mağazalardaki olağan iş davranışı normları bu ortamda geçerli değildir. Satın alma zorunluluğu olmadığı için ürün ve hizmet kodları ile gıda kanunu düzenlemeleri dikkate alınmamaktadır. İnternet, alışveriş ortamını olabildiğince kişiselleştirmiştir. Nitekim, alışverişte fiziksel bir çaba olmadığı için birçok web sitesi kısa sürede ziyaret edilebilmektedir (Enginkaya, 2006, s. 12).

İnternet, zamandan tasarruf, daha az zamanda daha fazla bilgiye erişim, kolaylık, rekabetçi fiyatlar, daha fazla seçenek ve daha fazla bilgiye erişim gibi avantajlar sunsa da, müşteriler genellikle online alışveriş yapmaktan kaçınmakta ve yüz yüze alışveriş yöntemlerini tercih etmektedirler (Lin, 2007, s. 433). Saydan (2008) da bu görüşü desteklemektedir. İnternet, tüketicilere ürün ve hizmet satın almaları için çok sayıda fırsat sunsa da, tüketicilerin geleneksel alışkanlıklardan kurtulması kolay değildir. Kişisel ilişki, özellikle duygulara ve güdülere hitap eden ürünleri pazarlarken, ikna süreci üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Online alışverişin bu avantajlarına rağmen, istenilen şekilde gelişmemesinin nedenleri net değildir, ancak tüketicileri bu kanalı kullanmaktan vazgeçiren bazı caydırıcı nedenler vardır (Palumbo ve Herbig, 2002, s. 253-261). Yapılan araştırmalarda belirlenen sebepler arasında kredi kartlarıyla ilgili başlıca güvenlik kaygıları, kimlik bilgilerine el konulmasına ilişkin kaygılar, ürüne dokunma, ürünü deneme, ürünün gerçek boyutlarını görme isteği, ürünün teslim süresinin uzun olması ve bilgisayarların veya servis sağlayıcıların neden olduğu erişim hızının yavaş olması alışverişini olumsuz etkilemektedir (Topaloğlu, 2009, s. 20).

Tüketicileri çevrimiçi alışveriş yapmaya iten ve karar verme süreçlerini etkileyen birçok faktör vardır. Her faktörün, karar verme sürecinin farklı aşamalarında ve düzeylerinde farklı insanları etkilediği iyi bilinmektedir. Tüketici elektronik ortamda bir hizmet ya da ürün satın almak istediğinde, o ürünü ya da hizmeti satın alıp almayacağına bazı faktörlerden etkilenerek karar vermektedir. Tüketici için önemli olan faktörler şu şekilde sıralanabilir (Yesir, 2021, s. 37);

1. Güven Algısı
2. Risk Algısı
3. Satış Sonrası Hizmetler
4. Diğer Faktörler
 - 4.1. Kullanım Kolaylığı
 - 4.2. Alışveriş Keyfi
 - 4.3. Önceki Deneyimler
 - 4.4. Ürün Kalitesi, Çeşitliliği, Özellikleri ve Tanıtımı
 - 4.5. Müşteri Hizmetleri

Fiziksel mağazada yapılan alışverişte tüketicinin özgürlüğünü kısıtlayan durumlar söz konusu iken online alışverişte daha özgür, hızlı ve daha fazla seçeneğe ulaşmak mümkün olabilmektedir. Tüm bu olanaklara erişebilmek için de

tüketiciler güven, risk, satış sonrası hizmetler ve diğer faktörler gibi unsurları değerlendirmektedirler. Dolayısıyla online alışverişin kişiler üzerindeki davranışsal niteliği de önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Soruları

Çalışmanın teorik bölümünün temelini oluşturan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'ndan bahsedilerek, bireylerin online alışveriş davranışlarının nasıl ortaya çıktığı, şekillendiği ve kullanıcıların iletişim süreçlerinde nasıl yer aldığı açıklanmaya çalışılmıştır. Bu genel amaç doğrultusunda araştırma soruları;

- 1- Tüketicilerin online alışverişi kullanım nedenleri nelerdir?
- 2- Online alışverişte hangi ürün kategorileri tercih edilmektedir?
- 3- Online alışverişte daha çok hangi siteler kullanılır ve bu sitelerin tercih edilme nedeni nedir?
- 4- Tüketicilerin alışveriş öncesi ve sonrasında genel memnuniyet algıları nasıldır? şeklindedir. Nitekim araştırma kapsamında bu sorulara cevap aranmaktadır.

4. Yöntem

Online alışverişin kullanımına yönelik çok sayıda nicel araştırma yapıldığı gerçekleştirilen literatür araştırmasında görülmüştür. Literatür taramasında, çevrimiçi alışveriş kullanım ve doyumları açısından ele alan nitel araştırma eksikliği, araştırmanın önemini ve bu alanda nitel verilerin toplanması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca nitel araştırmanın esnek ve bütüncül yaklaşımı, online alışveriş kullanıcılarının algıları, duyguları, düşünceleri ve deneyimleri hakkında ayrıntılı, kişisel bilgiler sağlarken neden sorusuna da yanıt vermektedir (Ataseven, 2012, s. 546-548). Bu açıdan bakıldığında nitel bir araştırma yapılması önemlidir. Yapılandırılmış mülakat tekniği araştırmacının görüşmecilere önceden belirlenmiş soruları yüz yüze sorduğu görüşme türüdür. Özellikle açık uçlu soruların fazla olduğu soru kâğıtlarında cevaplama oranının artmasını sağlayan bir teknik olduğundan ilgili araştırma kapsamında bu yöntemin kullanılması uygun görülmüştür (Çokluk vd., 2011, s. 99).

Yukarıdaki özellikler dikkate alınarak görüşme formu oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan görüşme formu, "kişisel bilgiler" ve "katılımcıların online alışveriş kullanımına ilişkin görüşleri" olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde demografik değişkenler hakkında bilgi içeren sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise bireyin online alışverişe ilişkin görüşü hakkında 14 açık uçlu soru vardır.

4.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini Burdur ilinin Bucak ilçesinde ayda en az iki defa online alışveriş yapan tüketici kitlesi oluşturmaktadır. Farklı demografik düzeye

sahip olan online alışverişi aktif olarak kullanan tüketicilerin, online alışveriş yapmayan kitleye göre belirli bir bilinç düzeyinde olmalarına ve araştırmanın sınırlı genellemelerine ulaşmasına yol açmaktadır. Bu kapsamda, alışveriş yapan tüm kişiler için bir genelleme yapılması söz konusu olamamaktadır. Bu nedenle, araştırmanın, belirli bir şehrin, belirli bir tüketici kitlesinin online alışverişe yönelik kullanım ve doyumlarını öğrenmek açısından anlamlı olduğu ifade edilebilir.

4.2. Veri Toplama Araçları

Veriler yüz yüze olarak gerçekleştirilmiş olup, yapılandırılmış görüşme yapılarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma kapsamında anket gibi tekniklerle bilgi toplama konusunda sınırlamalar olabileceğine inanıldığından görüşülen kişilerden nitel veri toplamanın diğer alternatiflerden daha değerli olacağı düşünülmüştür. Çalışmada veri toplanması için yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmış, bu doğrultuda görüşme formu hazırlanmıştır. Katılımcıların gönüllüğü esas alınmış ve görüşmelerin her biri yaklaşık 20 dakika sürmüştür. Her görüşmeden önce, katılımcıya çalışmanın amacı ve yöntemi hakkında ayrıntılı bir açıklama yapılmıştır. Daha sonra verilen cevaplar eksiksiz olarak yazılmıştır.

Yapılandırılmış mülakattan elde edilen nitel veriler içerik analizi ile incelenmiştir. Bu doğrultuda oluşturulan kodlar, katılımcıların cevapları ve ilgili literatür dikkate alınarak belirlenmiştir. İlgili kodlar gruplandırılmış ve literatürdeki kavramlarla karşılaştırılarak temalar oluşturulmuştur. Verilere göre yorumlar yapılmış ve bazı katılımcıların ifadeleri doğrudan başlıklarda alıntılanmıştır. Alıntı yapılan ifadelerde katılımcılar sırasıyla K1, K2, K3 vb. şeklinde numaralandırılmıştır. Araştırmanın bulgular bölümünde temsil edilen kodların son hali detaylı olarak açıklanmıştır.

4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Mülakata son bir ayda en az iki defa online alışveriş yapan tüketiciler gönüllü olarak katılmışlardır. Görüşme öncesinde tüketicilere görüşmelerin kayıt altına alınacağı ancak yaş, cinsiyet ve bölüm bilgileri dışında kimlik bilgilerinin araştırmada kullanılmayacağı bilgisi verilmiştir. Bu nedenle çalışmada tüketicilere takma isimler verilmiştir. Yapılacak görüşmenin yeri, zamanı ve içeriği hakkında öğrencilere önceden bilgi verilmiştir. Araştırmanın geçerliliğini sağlamak için objektif bir gözlem yapılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları kendi içerisinde tutarlılık ve anlamlılık göstermektedir. Araştırmanın güvenilirlik ölçeği, veri kaynağı öğrencilerinin tanımlanması, veri toplama ve analiz yöntemlerinin ayrıntılı olarak açıklanmasıyla sağlanmıştır. Toplanan veriler doğrudan betimsel bir yaklaşımla sunulmuş ve elde edilen veriler başka bir araştırmacı tarafından teyit edilmiştir. Bu nedenle araştırma kapsamında çeşitli kaynak ve görüşlerden yararlanılarak araştırma tarafsız bir şekilde yürütülmeye çalışılmıştır.

4.4. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Görüşmeler 16 Mayıs ve 5 Haziran 2022 tarihlerinde toplamda 32 tüketici ile gerçekleştirilmiştir (Tablo 1.). Tüketicilere öncelikle, neden online alışverişi tercih ettikleri sorulmuş, sonra ne sıklıkta alışveriş yaptıkları, gelirinin ne kadarını alışveriş için harcadıkları ve hangi durumlarda alışveriş yapma ihtiyacı

duyduklarını belirtmeleri istenmiştir. Online alışverişte daha çok tercih ettikleri ya da etmedikleri ürün grubunun ne olduğu, hangi siteleri kullandıkları ve bunları tercih etme nedenlerinin ne olduğuna yönelik sorular sorulmuştur. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı bağlamında memnuniyet algılarının neler olduğu, iletişimin önemi, tatmin düzeyleri ve beklentilerini karşılamayan olumsuz bir durumda nasıl davranış sergilediklerini ölçmeye yönelik sorular yöneltilmiştir.

Bu doğrultuda, kullanım nedeni ve sıklığı, ne kadar bütçe ayrıldığı ve hangi durumlarda alışverişin yapıldığı, ürün grubu ve bu doğrultuda kullanılan siteler, iletişim imkanları kullanım ihtiyacını ve hangi doyumların sağlandığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla betimsel analiz yapılırken kategorilerin belirlenmesi tüketicilerin bu mecrayı kullanımları ile elde ettikleri doyumları arasında bir anlamlandırma yapılması açısından önem taşımaktadır.

Tablo 1 Görüşme Yapılan Tüketiciler

İSİM	YAŞ	MESLEK	GELİR	M.D
(K1)	30	Ev hanımı	7.000	Evli
(K2)	27	Öğrenci	4.500	Bekar
(K3)	24	Astsubay	9.800	Bekar
(K4)	24	Teğmen	10.600	Bekar
(K5)	32	Ev hanımı	40.000	Evli
(K6)	15	Öğrenci	1.000	Bekar
(K7)	28	Ev hanımı	40.000	Evli
(K8)	36	Oto döşeme	20.000	Evli
(K9)	30	Güvenlik görevlisi	6.500	Evli
(K10)	27	Eczane çalışanı	4.500	Evli
(K11)	30	Temizlik görevlisi	4.250	Evli
(K12)	27	Öğrenci	1.000	Bekar
(K13)	27	Satış sorumlusu	7.000	Bekar
(K14)	25	Öğrenci	2.000	Bekar
(K15)	23	Öğrenci	1.500	Bekar

(K16)	27	Özel sektör	4.250	Bekar
(K17)	26	Hemşire	6800	Bekar
(K18)	27	Polis	9.600	Bekar
(K19)	30	Öğretmen	7.200	Evli
(K20)	32	Muhasebeci	15.000	Evli
(K21)	25	Öğrenci	1.000	Bekar
(K22)	32	Oto döşeme	30.000	Evli
(K23)	28	Kasiyer	4.250	Bekar
(K24)	27	Kasiyer	4.250	Evli
(K25)	31	Güvenlik görevlisi	6.500	Evli
(K26)	38	Market sahibi	15.000	Evli
(K27)	16	Öğrenci	1.500	Bekar
(K28)	25	Öğrenci	2.000	Bekar
(K29)	34	Maliyeci	9.250	Evli
(K30)	22	Garson	4.250	Bekar
(K31)	26	Reklamcı	12.000	Bekar
(K32)	18	Öğrenci	800	Bekar

Ev hanımı olarak 40.000 gelirinin olması eşinden kaynaklıdır. Eşinin işi gereği o kadar kazanç sağlamaktadır. Eşi de her ay düzenli olarak 40.000 TL hanımına vermektedir. Gerekli birikim, harcama vb. işleri o yapmaktadır (Bu kadar gelire sahip iki ev hanımı var. Her ikisi için de durum aynıdır).

Gerçekleştirilen görüşmelerin sonucunda bazı ortak bulgular elde edilmiştir. Görüşmede tüketicilere sorulan, ‘Online alışverişte daha çok hangi ürünleri tercih edersiniz?’ sorusuna tüketicilerin genelinden giyim olduğu cevabı gelmiştir. Bunun nedeninin ise ürün çeşitliliğinden kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.

‘Online alışveriş yaparken satıcı ile iletişim kurma imkanları ya da kullanıcı yorumları gibi faktörler ürüne karşı olumlu davranış sergilemenizde etkili oluyor mu?’ sorusuna tüm tüketicilerden olumlu yanıt gelmiştir. Tüketiciler satın alacağı ürünler hakkında gerek satıcıdan gerekse de o ürünü alan diğer tüketicilerden olumlu ya da olumsuz yorum almak istemektedirler. Nitekim ürün hakkında bilgi

alma, iletişimin aktif olması gibi özellikler tüketicinin en doğal hakkıdır denilebilir.

Tüketicilerin neredeyse tamamının olumlu yanıt verdiği bir diğer soru ise, 'Online mecradan satın aldığımız ürün grubu ihtiyacımızı karşılıyor mu?' sorusudur. Bu soruya verilen ortak cevabın evet olduğu görülmüştür. Dolayısıyla tüketicilerin genel olarak yaptıkları alışverişten tatmin oldukları, satın aldığı ürünlerin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır.

Kullanım Nedenleri ve Tercihleri

Genel olarak bakıldığında, tüketicilerin online alışveriş kullanım nedenlerini yönlendiren unsurların başında alışveriş kolaylığı yani 7/24 alışveriş yapma fırsatı, ürün çeşitliliği, indirim ve kampanyalardan yararlanma, kalabalığın olmaması, hediye gönderme kolaylığı ve satıcı baskısının olmaması gelmektedir. Tüketiciler kendilerine kolaylık sağlayan, çok fazla ürün çeşitliliği olan, indirim ve kampanyaların olduğu online alışveriş mecralarını kullanmayı tercih ettiklerine vurgu yapmışlardır. Bu doğrultuda hediye gönderme, satıcı baskısının olmaması ve kalabalığın olmaması gibi diğer özellikler biraz pasif kalmaktadır. K1, online alışverişin kolaylık sağladığını o yüzden tercih edildiğini söylemiştir. K1 düşüncelerini 'Online mecralardan istediğim saatte, istediğim ürünü alma şansım var. Hem de evimden çıkmadan böyle güzel bir imkan sağlıyor' sözleri ile ifade etmiştir. Aynı şekilde K10, K7, K6, K3, K21, K20, K19, K23, K13 de online alışverişin sağlamış olduğu kolaylıktan dolayı bu satın alma biçimini tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. K4 ise indirim ve kampanyalardan daha fazla yararlanabilmek için bu satın alma biçimini tercih etmektedir. Aynı şekilde K12 de bu görüşü 'Özel günlerde ya da belirli aralıklarda yapılan indirimleri takip ediyorum. Mağazada bazen aynı ürünler daha pahalı olabiliyor. Bazı siteler sadece internete özel indirim yaptığı için ihtiyacım olan ürünü online ortamdan almak daha cazip geliyor. Mağazadan da yine aynı ürünü alacağım fakat daha fazla ödeme yaparak. Neden daha uygun olan yeri tercih etmeyim.' sözleri ile destekledi. K14 için online ortamda ürün çeşitliliğinin fazla olması önemli bir faktör iken K27, K17, K26 de aynı düşüncede birleşmektedir. K13, 'Alışveriş için dışarı çıktığım zaman çok fazla zaman kaybı yaşıyorum. Çünkü alacağım ürünler için bazen birden fazla mağaza gezmek zorunda kalıyorum. Çünkü istediğim ürünü istediğim şekillerde, ebatta, modelde bulamayabiliyorum. Ama online mecralar öyle değil. Oturduğum yerden istediğim ürüne, daha az vakit harcayarak farklı alternatifleri ile birlikte değerlendirebiliyorum. Ayrıca sadece giyimle sınırlı kalmıyor, teknolojik aletlerden kişisel bakım ve gıdaya kadar birçok farklı kategoride seçim yapma şansım oluyor. Böyle ürün çeşitliliğinin fazla olması da beni daha fazla etkiliyor ve satın alma eylemini gerçekleştiriyorum' ifadeleriyle birbirleri ile aynı görüşü sergilediğini göstermektedir.

Tüketicilerin hangi durumlarda alışveriş yapma gereksinimi duydukları sorusuna; ihtiyaç durumu, ruh hali ve kişisel problemler gibi cevaplar verilmiştir. Genel olarak bakıldığında neredeyse bütün katılımcılar ihtiyaç durumunda satın alma davranışı sergilediğini dile getirmiştir. K24 bu durumu dile getirirken 'Genellikle ihtiyaç durumunda alışveriş yaparım. Ne alacağımı bilmediğim zaman çok fazla ürüne ve bilgiye maruz kalırım. Karar vermeden yaptığım bu seçimlerde anlık yanılığa uğrayabilirim ve bu da beni gereksiz satın almaya iter. Dolayısıyla

ihtiyaç duyduğum ürün hakkında kısa zamanda araştırma yaparım ve istediğim ürüne daha hızlı ulaşıyorum.’ diye cevap vermiştir.

Kullanım Sıklığı ve Ürün Tercihi

Tüketiciler online alışveriş mecralarını ayda en az iki defa kullandıklarını, yurt içi veya yurt dışı sitelerden genellikle yurt içi sitelerin tercih edildiği, gelirlerinin ise ortalama 10/1’ini alışveriş için kullandıklarını belirtmişlerdir. Hemen hemen birçok kategoride online alışverişini tercih ettiklerini ama geneline bakılacak olursa daha çok giyim ürünlerini satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Online mecralardan satın almam denilen ürün kategorilerinde ise çoğunluk gıda ürünleri olarak yanıt vermiştir. Bunu K4 ‘Kalitesi düşük olabileceğinden dolayı gıda ürünlerini tercih etmem’ derken, K6 ‘Son kullanma tarihi geçmiş ya da yakın olabilir o yüzden tercih edeceğim ürünler arasında yer almaz.’ K8 ise, gıda ürünlerine güvenemem çünkü sahtekarlık yapabilirler. Buna örnek olarak bal verebilirim. 5 kavanoz hakiki bal 200 TL diyorlar, eve bir geliyor şekerleme. Bir de reklamlarında ünlü kişiler oynadığı halde böyle yanlış pazarlama yapılırsa biz nerede kime güveneceğiz soruları akıllarımızı karıştırıyor. O yüzden kolay kolay gıda ürünü almamaya gayret ederim.’ İfadelerini dile getiriyor. K5 de kozmetik ürünlerini kullanmadığı için satın almayacağını belirtmektedir. K2 ise aynı şekilde kozmetik ürün almayacağını dile getiriyor K5’in görüşünden farklı olarak, ‘Görseldeki ürünle elime ulaşan farklı olabiliyor. Onu normal mağazadan deneyerek almak daha mantıklı geliyor. Çünkü rengini, dokusunu, kalitesini mağazada canlı olarak görüp test edebiliyorum.’ Şeklinde belirtmiştir. K1 hepsinden farklı olarak teknolojik aletler satın almadığını, bunun sebebinin ise bulunduğu yerdeki fiyatların online mecralardakine göre daha uygun olduğu ayrıca güvenemediğini dile getiriyor. Çünkü ona göre teknolojik aletlere verilen ücretler biraz yüksektir. İstenilen ürünün eline ulaşmaması durumunda çok üzüleceği, parasının boşa gideceği düşüncesindedir. K9, K11, K12, K19, K20, K25, K29, K31, K32 ise hepsinden farklı olarak online mecradan satın alınmayacak bir ürün grubunun olmadığını, her ürünü rahatlıkla sipariş verip aldıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda K12 bu görüşü ‘Online mecradan alışveriş yaparken herhangi bir ürün kısıtlaması yapmam. O an neye ihtiyacım varsa onu alırım. Kullanıcı yorumları, alacağım ürünün beğenisinin çok olması, çok satanlar listesinde yer alması benim o ürüne karşı olumlu tutum sergilememeneden olur. Aynı ürünü farklı sitelerden fiyat, kalite olarak karşılaştırma yapar hangisi benim için daha iyi ise sipariş veririm. Onun için hangi ürünü satın alıp almayacağım konusunda bir ayırım yapmam’ ifadeleri ile desteklemiştir.

Memnuniyet ve İletişimin Önemi

Tüketicilere memnuniyetin onlar için neyi ifade ettiği sorusu yöneltilmiştir. Bu soru bağlamında verilen cevapların birçoğu benzerlik gösterirken bazıları ise farklılık göstermektedir. Benzer ifadelerde tüketiciler (K1, K2, K4, K7, K9, K10, K12, K14, K15, K18, K19, K22, K23, K24, K25, K27, K29, K31, K32), istedikleri ürünün eline ulaşmasının onlar için memnuniyet olarak görüldüğü kanısındadırlar. Başka bir deyişle bekledikleri ürünle gelen ürünün aynı olması sunulan vadin yerine getirildiği anlamına da gelmektedir. Aynı soruya K3 ‘Aradığım ürünü fiyat ve kalitesi olarak uygun bulmak beni memnun eder’ yanıtını vermiştir. K8, K13, K17, K20 de K3 gibi ‘Ürünün ucuz olması ve kaliteli olması

beni oldukça memnun eder' şeklinde yanıt vermiştir. K6 'Ürünün hızlı gelmesi benim için memnuniyeti ifade eder' demiştir. Yani kargolama işlemleri K6 için önemli bir kriterdir denilebilir. K5, K11, K16, K21, K26, K28, K30 ise satıcının bilgilendirme yapması, ürünle ilgili herhangi bir durumda alıcı ile iletişime geçip yardımcı olmasının önemli olduğu görüşündedirler.

'Online alışveriş yaparken satıcı ile iletişim kurma imkanları ya da kullanıcı yorumları gibi faktörler ürüne karşı olumlu davranış sergilemenizde etkili oluyor mu?' sorusuna verilen cevaplara bakıldığında görüşme yapılan bütün tüketiciler satıcı ile iletişim kurma imkanları ve kullanıcı yorumlarının onlar için önemli olduğunu, satın alırken bu kriterlere de dikkat ettiklerini dile getirmişlerdir.

Mağazada yüz yüze yapılan iletişimle online mecrada yapılan iletişimi kıyasladığımızda ise çoğunluk mağazada yapılan iletişimin daha faydalı olduğunu savunmaktadır. K5 'Mağazada istediğim sorunun cevabını anında alabiliyorum ve hemen yardımcı oluyorlar. Fakat online mecralarda her sitedeki satıcı alıcı ile anında iletişime geçmiyor. Hatta bazıları sorulan sorulara bile yanıt vermiyor. Ürün hakkında bilgi alamadığım zaman sipariş vermekten kaçınıyorum. Bu konuda mağaza benim için sağlıklı bir iletişimin ve samimiyetin doğru adresidir' şeklinde ifadesini dile getirmiştir. K4 de 'Mağazadaki yüz yüze iletişim daha iyi çünkü ürünü kendim görüp deneyebiliyorum. Olmadığı takdirde başka bir bedenini alıyorum, online sitelerden aldığında beden falan olmadığında tekrar iade ediyorum ve bu süreç uzuyor. Bazıları da iade kabul etmiyor, iletişimde kopukluklar yaşıyorum. Bu yüzden mağaza benim için daha faydalı oluyor' demiştir. K1 'Yüz yüze yapılan alışverişte indirim yaptırabilirim fakat internet üzerinden alışveriş yaptığında ise belirlenen fiyat üzerinden almak zorundayım. Dolayısıyla mağazayı daha faydalı bulurum.' Mağazadaki iletişimi faydalı bulanların aksine bazı tüketiciler (K6, K7, K11, K18, K22, K25, K27, K28, K31) ise online mecrayı daha faydalı bulmaktadır. Bu mecrayı faydalı bulmalarının sebebi ise satıcı baskısının olmaması, rahat bir alışveriş yaptıklarıdır.

Tüketicilerin online mecradan satın aldıkları ürün grupları genellikle ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Beklentilerini karşılamayan bir durum söz konusu olduğunda ise iade, değişim, şikayet, olumsuz kullanıcı yorumunda bulduklarını dile getirmişlerdir.

Sonuç

Bu araştırma çerçevesinde, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı bağlamında tüketicilerin online alışveriş mecralarını kullanımları ve bu kullanımlardan elde etmiş oldukları doyumlar belirlenmeye çalışılmıştır. Burdur ilinin Bucak ilçesinde ayda en az iki defa online alışveriş yapan tüketiciler üzerinde nitel bir araştırma gerçekleştirilmiş ve bir odak grup çalışması yapılmıştır. Araştırma kapsamında otuz iki tüketici ile gerçekleştirilen görüşmelerde tüketicilere online alışveriş kullanımlarına yönelik sorular sorulmuş ve bu sorular, kullanım tercihleri, kullanım sıklıkları, ürün tercihi, memnuniyet ve iletişimin önemi kategorileri içerisinde şekillendirilmiştir.

Görüşmeler sonucunda elde edilen bulgularda ilk araştırma sorusunun yanıtı doyumlar kategorisi içerisinde, ; alışveriş kolaylığı yani 7/24 alışveriş yapma fırsatı, ürün çeşitliliği, indirim ve kampanyalardan yararlanma, kalite ve uygun fiyat, satıcı baskısının olmaması, satıcı ile iletişim, kullanıcı yorumları, hızlı

teslimat olarak ortaya çıkmıştır. Tüm bu kullanımlardan ve belirlenen kategorilerden öne çıkan, araştırmanın ikinci sorusunda yani tüketicilerin satın aldıkları ürün kategorisinde en çok giyimi tercih ettikleri, ürün çeşitliliğinin fazla olması, alışveriş kolaylığı, indirimlerden yararlanma, satıcı baskısının olmaması doyumlarını elde ettikleridir. Üçüncü sorunun yanıtlarına bakıldığında ise; online alışveriş siteleri daha çok ihtiyaç halinde kullanılmakta ve tüketiciler de bu sitelerden çeşitli ürünleri, indirim ve kampanyaları takip etmektedirler. Tüketicilerin geneli yurt içi siteleri tercih etmektedir. Bunun nedenini ise hızlı teslimat, güvenilirlik ve bilinirlik olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın son sorusu olan tüketicilerin memnuniyet algılarına bakıldığında ise, beklendikleri ürünle ellerine ulaşan ürünün aynı olması tüketicilerin tatmin düzeyini arttırmaktadır. Onlara göre memnuniyet diğer bir ifadeyle, sunulan vaadin yerine getirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca satıcı ile iletişim kurma, kullanıcı yorumları satın alma kriterlerinde önemli bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar mağazadaki yüz yüze yapılan iletişimin daha faydalı olduğu görüşünü savunsalar da online mecradan ürün satın alma eğilimi göstermektedirler. Satın aldıkları ürün grupları genellikle ihtiyaçlarını karşılamakta, beklentilerini karşılamayan bir durum söz konusu olduğunda ise iade, değişim, olumsuz kullanıcı yorumu gibi davranış sergilemektedirler.

Bu çalışmada tüketicilerin online alışveriş mecralarını kullanma nedenleri ve motivasyonları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı temelinde incelenmiştir. İleride yapılacak olan çalışmalarda araştırma modeline farklı değişkenler eklenerek insanların online alışveriş mecralarını kullanımına neden olan güdülerin neler olduğu daha derinlemesine araştırılabilir. Ayrıca farklı yaş grupları ve farklı online alışveriş siteleri ayrı ayrı incelenerek, elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilir.

Kaynakça

- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. (35) 157-158.
- Ataseven, B. (2012). Nitel bilimsel araştırmalarda veri kalitesinin önemi. Marmara Üniversitesi, İ.İ. B. Dergisi, 2012, Cilt XXXIII, Sayı II, s. 543-564.
- Çay, Yi ve Cude, Brenda J. (2008). Online shopping. handbook of consumer finance research, p.p: 137-159.
- Cavlak, E. (2012). Online alışveriş sitesi tercihinde etkili olan kriterlerin belirlenmesine ve önceliklendirilmesine yönelik bir karar modeli. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çokluk, Ö, Yılmaz, K. Ve Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi. Kuramsal Eğitim, 4 (1), 95-107.
- Dursun, E.Y. (2016). Tüketicilerin online alışveriş davranışını etkileyen faktörler. Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Enginkaya, E. (2006). Elektronik perakendecilik ve elektronik alışveriş. Ege Akademik Bakış Dergisi, sayı 1, cilt 6.

- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi. Ankara: Pozitif Matbaacılık. 3. Baskı.
- Gökçe, O. (1993). İletişim bilimine giriş: İnsanlar arası ilişkilerin sosyolojik bir analizi. Ankara: Adalet Matbaası.
- Herzog, H. (1944). Motivations and gratifications of daily serial listeners. In P. F. Lazarsfeld & F. N. Stanton (Eds.), Radio Research, New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Hoştut, S. (2010). Uses and Gratifications of mobile phone use among students in Turkey. Global Media Journal: Mediterranean Edition, 5(1/2), 10-17.
- Katz, E., Blumler, G. J. ve Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual E. Katz ve G. J. Blumler (Ed.), The Uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (ss. 19-32). Beverly Hills: Sage Publications.
- Lı, N. ve Zhang, P. (2002). Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research. Eight Americas Conference on Information Systems, p.p: 508-517.
- Lın, H. F. (2007). Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories. Electronic Commerce Research and Applications, p.p: 433-442.
- Lull, J. (2001). Medya, İletişim, Kültür, (Çev. Nazife Güngör). Ankara: Vadi Yayınları.
- Oskaybaş, K. Dursun, T. ve Yener, D. (2014). Online alışverişte tüketicilerin tercihlerini etkileyen unsurların belirlenmesi. Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi (2014), CİLT XXXVI, SAYI I, S. 119-135.
- Özer, Ö., Birsen, H. (2010). İnternet Aracılığıyla Şiddet İçerikli Oyun Oynamayla İlgili Kullanım ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırma. Medyada Şiddet Kültürü- Bu Öyküde Sen Anlatılıyorsun içinde. Ömer Özer (Ed.). İstanbul: Literatürk.
- Öztrack, L. (2012). E-Pazarlama etkinliklerinin tüketici davranışına etkileri ve bir uygulama. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Palumbo F ve Herbig, P. (1998). International marketing tool, the internet. Intustrial Managements Data Systems, 98, (6), 253-261.
- Saydan, R. (2008). Tüketicilerin online alışverişe yönelik risk ve fayda algılamaları. Electronic Journal of Social Sciences, p.p: 386-402.
- Topaloğlu, C. (2009). Tüketicinin satın alma davranışını etkileyen alışveriş motivasyonları: online alışveriş üzerine bir uygulama. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Turan, H. (2008). İnternet alışverişini tüketici davranışını belirleyen etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) ile bir model önerisi. Akademik Bilişim, p.p: 723-731.

- West, R., Turner, L. H. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application*. 4.Baskı. New York: McGraw-Hill Education.
- Yesir, S. (2021). Türkiye’de online alışverişin tüketici davranışları üzerindeki etkisi. Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, C. (2010). Online alışverişte algılanan değer, memnuniyet, güven ve sadakat ilişkilerinin belirlenmesi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Amerika ve Türkiye Yapımı Animasyon Filmlerinde Biçimbilimsel Analiz: Özgür Ruh ve Doru Örneği

1_2_3_4



Beyza SARGIN*

* Dr. Öğr. Üyesi, Alanya HEP
Üniversitesi,
beyzakasdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2229-2652

Gönderilme/ Received

20.07.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Öz

Propp, masalın biçimbilimsel yaklaşımını oluştururken 31 işlev ve 7 eylem alanı belirlemiş olup masalların konuları farklı olsa da içeriklerinin aynı olduğu görüşünü öne sürmüştür. Masallar, sözlü geleneğin yazıya aktarılması ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte sinema ve animasyon sektörünün ilgi alanı haline gelmiştir. Özünde masal, sinema ve animasyonda kullanılan anlatı yapıları benzerlik göstermektedir. Özellikle animasyon filmlerin masallardaki anlatıların günümüze uyarlanmış modern birer versiyonu olduğu söylenebilir. Bu çalışma, dünyanın sinema ve animasyon devi olan Amerika yapımı 2002 yılına ait orijinal adıyla Stallion of the Cimarron olan Özgür Ruh adlı uzun metraj animasyon filmi ile 2017 yapımı Türk yapımı animasyon filmi Doru üzerinden Propp'un Biçimbilimsel yöntemi üzerinden ele alarak ortak yapısal özellikler taşıdığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Özgür Ruh ve Doru animasyon filmleri anlatı yapılarının, olay örgüsünün ve kahramanlarının benzerlik taşımasından dolayı çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. Söz konusu animasyon filmlerine yönelik analiz V. Propp'un biçimbilimsel yöntemine dayandırılarak yapılmıştır. Özgür Ruh filminde 31 işlevin 22'sine, 7 eylem alanının 5'ine; Doru filminde ise 31 işlevin 18'ine, 7 eylem alanının ise 6'sına rastlanmıştır. İki farklı ülkenin animasyon filmlerindeki anlatısal benzerlik Propp'un ileri sürdüğü anlatılarda kişiler ve kişilerin karakter yapılarının farklı olmasına rağmen, gerçekleştirdikleri eylemler ve işlevlerin aynı olduğu görüşünü desteklemiştir.

Anahtar Kelimeler: V. Propp, Biçimbilimsel analiz, Animasyon, Özgür Ruh, Doru.

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

³ Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Sargin, B. (2022). Amerika ve Türkiye Yapımı Animasyon Filmlerinde Biçimbilimsel Analiz: Özgür Ruh ve Doru Örneği. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 154-170.



Morphological Analysis in American and Turkish Animated Films: The Example of Özgür Ruh and Doru



Beyza SARGIN*

* Asst. Prof. Dr., Alanya HEP
University,
beyzakasdemir@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2229-2652

Gönderilme/ Received

20.07.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Abstract

While Propp was forming the morphological approach of the tale, he determined 31 functions and 7 action areas and suggested that the contents of the tales are the same even though their subjects are different. Tales have become an area of interest for the cinema and animation industry with the transfer of oral tradition to writing and the development of technology. In essence, the narrative structures used in cinema and animation show similarities with fairy tales. Especially for animated films, it can be said that the narratives in fairy tales are modern versions adapted to the present. This study aims to reveal that the world's cinema and animation giant, the American-made feature-length animated feature "Özgür Ruh", originally called Stallion of the Cimarron in 2002, and the 2017 Turkish animated movie Doru, by examining Propp's Morphological method, have common structural features. Özgür Ruh and Doru films were selected as samples for comparison in this study because their narrative structures and storylines are quite similar, and their major protagonists are horses who live in the wild and assume/will assume leadership of their herd. The examination of Özgür Ruh and Doru was based on the morphological approach used by V. Propp. In Spirit, 22 of the 31 functions and 5 of the 7 action spheres are encountered; in Doru, 18 of the 31 functions and 6 of the 7 action spheres are encountered. The narrative resemblance in animated films from two different nations supports the notion that although the persons and characters in Propp's narratives are diverse, their actions and functions are the same.

Keywords: V. Propp, Morphological analysis, Animation, Spirit, Doru.



Giriş

İnsanlık tarihi kadar eski olan masallar, sözlü kültürün en önemli ürünlerinden biridir. Kültürel mirasın aktarılması, kültürel değerlerin korunması gibi birçok özelliği bulunan masallar aynı zamanda bulunduğu toplumu yansıtır. Her toplumun kendine özgü masalları vardır. Bu masallar topluma ait kültürel değerleri nesilden nesile aktarır. Bulduğu çağa göre şekillenen masallar özellikle teknolojinin ilerlemesiyle birlikte önce yazıya aktarılmış, sonrasında Lumiere Kardeşlerin sinematografiyi icat etmeleriyle sinema sektöründe kendini göstermeye başlamıştır. Böylece yüzyıllardır sözlü gelenekle var olan masallar sözlü kültürün bir parçası olmaktan çıkarak günümüzde teknolojik imkanlar doğrultusunda ilerlemesini sürdürmüştür. Özellikle animasyon filmler, masala işitsel olmanın yanında görsel de bir nitelik kazandırmıştır.

Masal, film, animasyon vb. türü ne olursa olsun hikâye etme biçimi özünde bir anlatıya dayanmaktadır. Anlatı, yalnızca masalarda değil edebi türlerin nerdeyse hepsinde mevcuttur. Anlatıların bilimsel metotlara dayandırılarak incelenmesi, 20. yüzyılın ortalarına rastlamaktadır. Anlatıya yönelik alanyazın araştırmaları, 1960-1980 yıllarını kapsayan klasik ya da yapısalcı dönem ve 1980-1990 yıllarını kapsayan, disiplinlerarası çalışmaların gerçekleştirildiği yapısalcılık sonrası dönem olmak üzere iki yaklaşımda değerlendirilmektedir. Yapısalcı yaklaşımda yazılı metinler anlatı olarak nitelendirilirken, 1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkan klasik sonrası dönemde senaryo, roman, oyun, film gibi öykü anlatan tüm metinler birer anlatı olarak nitelendirilmektedir. Özellikle Vladimir Propp'un ardılları olan anlatı bilimciler tarafından anlatıda biçim ve işlev üzerine geliştirdikleri çalışmaları, görsel metinler üzerinde de bir yöntem olarak kullanılmaya başlamıştır. Yapısalcılığın Rus Biçimbilimci kanadı olan Vladimir Propp'un "Masalın Biçimbilimi" adlı çalışmasının hem yapısalcılığın kuramsal açıdan zenginleşmesine hem de metinlere yönelik gerçekleştirilen analiz yönteminin gelişmesine önemli katkıları olmuştur (Alicenap, 2019, s. 400).

1960'lı yıllarda Avrupa'da "biçimcilik" adı altında yazınsal eleştiriye yapısal eleştiriler getirmek amacıyla bilimsel yapı sökülme çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmaların kökeni Propp'un öncülüğündeki Rus biçimbilimcilere dayanmaktadır. Yazınsal türleri bilimsel yollarla çözümlmek için Saussure'un yapısalcılık kuramına dayandırılan bu çözümlme yöntemi, göstergebilimin dil ve anlamından ziyade metinlerin çözümlmesine dayanmaktadır (Rifat, 1998, s. 153-154). Propp'un yazınsal çözümlme yapmasının amacı, metinlerde görünen farklı anlamlar ve yapısal benzerlikleri ortaya koymaktır. Kendi döneminde yapılan çalışmaların çok ötesinde bir çalışma gerçekleştiren Propp'un değeri, 1928 yılında "Masalın Biçimbilimi" adıyla yayınlanan kitabının 1958 yılında İngilizce'ye çevrilmesi ve yapısalcılığın temsilcileri olan Levi-Strauss, Barthes, Greimas, Bremond, Todorov vb. isimlerin Propp'un eserine erişim sağlamalarıyla anlaşılmıştır. Çünkü Propp ismi sayılan bu kişilerin metin çözümlme yöntemlerini geliştirmelerine kaynaklık etmiştir. Böylece birçok insanbilimi çalışmalarının önünü açmıştır (Rifat, 2009, s. 40).

1920'li yıllarda masallara yönelik bilimsel yayınların az olması, var olan çalışmaların ise özel soruna odaklanıp genel çerçeveden dolayı var

olan eksikliği gidermek ve bu alanda bilimsel bir çözümleme yöntemi geliştirmek adına Propp, biçimbilimsel yöntemi ortaya koymuştur (Propp, 1985, s. 12). Propp'un geliştirdiği biçimbilimsel yöntemin temelinde Saussure'un yapısalcılığı yatmaktadır. Yapısalcılık, toplumsal yapıya hakim olan egemen yapının ortaya çıkarılmasını sağlayan bilim dalıdır (Cevizci, 1999, s. 914). İnsan yaşamının arka planındaki yapıya odaklanarak, bu yapıyı açıklamaya çalışır. 20. yüzyılda yapısalcı teorisyenler yapının basite indirgenmemesi gerektiğini, bu yapının yasal dayanaklarla olan ilişkisinden dolayı yapının çok boyutlu incelenmesi gerektiğini savunmuştur (Ünal, 2016, s. 382).

Saussure dil üzerine gerçekleştirdiği çalışmalarla yapısalcılığın öncüsü olarak kabul görmüştür. Dilin toplumsal yapı içerisindeki önemine vurgu yapan Saussure'da öznenin yerini yapı almıştır. Bu yüzden özneye aktif bir rol atfetmez. Özne, bu yapının içinde doğar ve bu yapının bütün özelliklerini içselleştirerek yaşamını sürdürür (Saygın, 2010, s. 11).

Saussure dil kavramını yapısal olarak ele almasından dolayı çağdaş dil bilimin ve aynı zamanda göstergebilimin de kurucusu sayılmaktadır. Saussure göstergebilimi, dilbilimi de kapsayan bir bilim dalı olarak görmüştür. Özellikle gösterge kavramı Saussure için önemli bir yer tutar. Saussure (1998, s. 6)'a göre toplumsal yaşantı, göstergelere dayanır. Gösterge, gösteren ve gösterilen üzerine kuruludur. Gösteren, gösterenin anlamına; gösterilen ise içeriğine yöneliktir (Barthes, 1979, s. 31). Saussure göstergeyi açıklarken kavram ve işitimi öğelerinden yola çıkmaktadır. Bir dilsel gösterge bunların ikisinden oluşmaktadır.

Göstergeler, kültürü de kapsayan toplumsal ilişkiler ağında insanın ürünüdür ve yapaydır (Şahin, 2014, s. 15). İnsanlar iletişim kurmak, düşüncelerini aktarmak ve toplumsal benliğini oluşturabilmek için imge ve simgelerden oluşan göstergelere ihtiyaç duyarlar. Dolayısıyla göstergesel dizgeler insanların yarattığı bu kültürel ortamda anlam bulur (Günay, 2002, s. 159). Soyut veya somut herhangi bir düşüncenin toplumsal açıdan görsel nitelik taşıması göstergeler sayesinde mümkündür. Örneğin, paranın bir değer ölçüsü, haritanın bölgeyi temsili veya sözün bir kavramı işaret etmesi birer göstergedir (Lotman, 2012, s.13).

Saussure'un temellerini attığı yapısal çözümlemeye dayalı göstergebilime Propp çağ atlatmıştır (Rifat, 1998, s. 124). Propp'un biçimbilimde dayanak olarak ele aldığı göstergebilimsel çözümleme, Saussure'un dilde anlamını kazanan gösteren-gösterge imgelerine dayanmaktadır. Saussure'un aksine, Propp, gösterenin anlamı ve onun başkalarıyla olan ilişkisine değil, gösterenin anlatı sistemleri içinde gerçekleştirdiği işleve odaklanmıştır. Propp, söylemin kuruluş kurallarını araştırmış ve farklı olay örgülerini inceleyerek oluşturduğu sabit bir model önermiştir. Saussure biçim ve içerik arasındaki aktarımı detaylandırırken, Propp sabit bir işlevin, yani gösteren ile gösterilen arasındaki durağan bağın tekrarını anlatılarda aramıştır. Kısacası Saussure, göstergeyi açıklarken yalnızca dil içi öğeleri merkeze almış, Propp ise Saussure'un yöntemine benzer bir yaklaşım izlemiş fakat dilden ziyade anlatı yapılarını çözümleyerek biçimbilimin ilk uygulayıcısı olmuştur (Yücel, 2015, s. 122-123). Propp'un masallara yönelik gerçekleştirdiği eşsüremlili incelemeyle ortaya çıkardığı işlevler ve bu işlevleri yerine getiren karakterlerin eylem modelinin, sonraki yıllarda anlatıbilim ve

göstergebilim yöntemlerinin (özellikle de anlatı sözdiziminin) gelişmesinde önemli katkıları olmuştur (Rifat, 2009, s. 185). Bu yönüyle Propp'un yapısalcı olarak nitelendirilen Barthes, Levi Strauss, Gremias gibi isimlerden farklı olarak gerçekleştirdiği anlatı analiziyle genelde yapısalcılığın özelde ise göstergebilimin gelişiminde Saussure kadar önemli olduğu söylenebilir (Yücel, 2015, s. 124).

Vladimir Propp (1895-1970), biçimbilimsel anlatı analizini kendi ülkesi olan Rusya'nın birçok halk masalına uygulamıştır. Propp, görünürde masalların olağanüstü ve çok farklı yapıları içerdiği izlenimini verse de aslında bütün masalların tek biçime dayalı olduğunu belirtir. Propp'un temel amacı, masalların görünen yüzünün altında yatan yapısal düzeni ve bu düzenin işleyişini sağlayan işlevleri ortaya çıkarmaktır (Rifat, 1998, s. 156). Propp, biçimbilimsel analizini yaparken masalların ortak temalarını belirlemiş ve masalları analiz edilebilir işlevlerine göre ayırmıştır. Böylece masalın analiz edilebilir yapılarını 31 işlev veya anlatı birimi ile karaktere yönelik 7 eylem alanı etrafında toplamıştır. Bu işlevleri de belirlediği sembollerle ifade ederek masalın yapısının tanımlanmasını gerçekleştirmiştir

Propp'a göre, masalarda kişiler ve kişilerin karakter yapıları farklı olsa da gerçekleştirdikleri eylemler ve işlevler aynıdır. Propp'un işlev olarak adlandırdığı eylemler, anlatılardaki olayların ilerlemesini sağladığı için masalların vazgeçilmez unsurlarıdır (Propp, 1985, s. 156). Propp'un belirlediği işlevler hem anlatıyı oluşturur hem de masalların değişmez öğeleridir (Propp, 1985, s. 6). Propp (1985, s. 24-26), işlevlere yönelik dört özellik belirlemiştir:

1. Karakterler ve olay örgüsü farklılık gösterse de masalın değişmez unsuru işlevlerdir.
2. Masallar sınırlı sayıda işlevden oluşur.
3. İşlevlerin işleniş sıralaması her masalda aynı dizilişle verilir.
4. Bütün masallar yapısal açıdan aynı özellikleri taşır.

Propp'un masallara uyguladığı biçimbilimsel çözümleme yöntemi, teknolojinin ilerlemesiyle günümüzde filmlere de uygulanabilmektedir. Çünkü roman, hikaye, masal gibi edebi anlatı yapısıyla filmlerdeki anlatı yapısı benzerlik göstermektedir. Çözümlemesi yapılacak olan anlatıların masalda olduğu gibi bir başlangıcı, gelişmesi ve bir sonucu vardır (Parsa, 2008, s. 14). İletişim çalışmaları alanında son yıllarda çokça başvurulan ve biçimbilimi kapsayan göstergebilimsel yaklaşım, iletişimi süreç olmaktan çıkararak iletinin anlamlandırılması, anlamın oluşturulması gibi süreçlerin çözümlemelerini içeren yapısal bir model olarak karşımıza çıkmaktadır (Sivas, 2012, s. 529). Bu nedenle yapısal çözümlemelere dayanan film araştırmaları iki amaç üzerinden hareket etmektedir: Anlatı metinlerinin temeline inmek ve bu temele dayalı anlatı metinlerinin özelliğini, yapısını, kurulumunu ortaya çıkarmak. Özellikle son yıllarda film anlatılarına yönelik yapılan yapısal çözümlemeler, filmlerin oluşum aşamalarında yer alan öğelerin aralarındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Sözen, 2013, s. 611).

Propp'un yöntemiyle ele alınan anlatılar onun belirlemiş olduğu 31 işlev ve 7 eylem alanının tamamını kapsamasa da hiçbirini içermeyen anlatılar bulmak oldukça şaşırtıcıdır. Birçok modern anlatı türü (roman, hikaye, film vb.) Propp'un kategorilerine çoğunlukla uyum sağlamaktadır. Özellikle masalarda yer alan anlatılar ve anlatılardaki olay örgüleri artık modern dünyanın bir sonucu olarak animasyon filmlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Hatta masalların uyarlamaları da artık yazılı veya sözlü bir materyalin yanı sıra çoğu kez animasyon olarak yeniden tezahür etmektedir.

Propp'un biçimbilim yöntemine yönelik uluslararası ve ulusal alanyazında animasyon filmlerine yönelik birtakım çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmaların neredeyse tümünde Propp'un 31 işlevine rastlanmıştır. Örneğin, Frozen animasyon filmine yönelik yapılan bir çalışmada, Propp'un 31 işlevinden 24'üne 7 eylem alanının 7'sine de rastlanmıştır. Kayıp Balık Nemo animasyon filmine yönelik yapılan bir çalışmada (Kavuran, 2014), animasyon anlatısına yönelik Propp'un 31 işlevinin 11'ine rastlanmıştır. 1994-2006 yılları arasında yapılmış olan Amerikan animasyon filmleri ve Japon anime ustası Miyazaki'nin sahibi olduğu Studio Ghibli'nin animelerine yönelik analizi (Norman, 2008) ise teorik olarak Propp'un sınıflandırmasına dayandırılarak çoğunlukla ideolojik olarak ele almayı amaçlamıştır. Araştırmanın bulgularına göre Amerikan filmlerinde yapısal olarak kullanılan işlevlerle animelerde kullanılanlar birbirinden farklıdır. Amerikan filmleri hoşgörü, dayanışma gibi insani olana yönelik bir anlayış geliştirmiş olsa da Japon animasyon filmleri daha çok ekolojik olana atıfta bulunmuştur.

Propp'a göre masal anlatıları evrenseldir. Yalnızca kendi ülkesi değil, dünyanın herhangi bir yerindeki bir masal birbirine benzer biçimsel özelliklere sahiptir. Bu yönüyle animasyon filmlerin de anlatılarının masalarla benzerlik taşıdığı düşünüldüğünde; bu çalışmanın amacı, Vladimir Propp'un biçimbilimsel çözümlene yöntemi çerçevesinde her ikisi de uzun metraj animasyon filmi olan Amerika yapımı animasyon filmi Özgür Ruh (Spirit: Stallion of the Cimarron) ile Türk yapımı animasyon filmi Doru'nun anlatılarının yapısal düzenini biçimbilimsel analiz yöntemiyle ortaya koymaktır. Böylece animasyon filmlerine yönelik anlatıların Propp'un analiz yöntemiyle masallar gibi evrensel bir yapıya sahip olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bu araştırma kapsamında belirlenen iki animasyon filminin konu ve karakterler açısından birbirine benzer niteliklere sahip olması fakat yapıldıkları ülkelerin farklı olması, biçimbilimsel analiz açısından karşılaştırmaya olanak sağlamaktadır. Böylece Propp'un masallar üzerinde uyguladığı yöntemi farklı ülkelerin animasyon filmlerine uygulayarak, animasyon filmlerinin anlatılarının evrensel olduğunu 31 işlev ve 7 eylem alanı üzerinden göstermek bu çalışmanın amacını göstermektedir.

1. Vladimir Propp'un Biçimbilimsel Yöntemi

Propp, "Masalın Biçimbilimi" kitabında kendi ülkesinin halk masallarını inceleyerek, anlatıya yönelik bilimsel bir çözümlene yöntemi geliştirmiştir. Rus masallarına yaptığı çözümlenenin yalnızca Rus masallarını değil; uluslararası bağlamda bütün masalları kapsadığını öngörmektedir. Propp'a göre olağanüstü

masallar doğrusal bir hikaye sunmaktadır. Masalların konuları ve olayları işleyiş şekilleri farklı olsa da Propp, tüm masalların anlatı yapılarının aynı olduğu görüşünü ileri sürmüştür. Propp, masallar için 31 işlev belirlemiş, bu masallardaki karakterler için 7 eylem alanı oluşturmuştur (Prinsloo, 1992, s, 67). Prop, her bir işlev ve eylemi tanımlamak için her birine bir sembol belirlemiştir.

1.1. Propp'un Masalın Biçimbilimine Yönelik 31 İşlevi

Propp'un, masalın biçimbilimine ortak 31 işlevi aşağıdaki gibidir (Propp, 1985, s, 26-60):

- 1- Aileden biri evden uzaklaşır (β)
- 2- Kahraman bir yasakla karşılaşır (T)
- 3- Yasak çiğnenir (δ)
- 4- Saldırgan bilgi edinmeye çalışır (ε)
- 5- Saldırgan kurbanıyla ilgili bilgi toplar (ξ)
- 6- Saldırgan, kurbanını ya da servetini ele geçirmek için, onu aldatmayı dener (η)
- 7- Kurban aldanır ve düşmanına istemeyerek yardım etmiş olur (θ)
- 8- Saldırgan aileden birine zarar verir (A)
- 8(a)- Aileden birinin bir eksiği vardır; aileden biri bir şeyi elde etmek ister (a)
- 9- Kötülüğün ya da eksikliğin haberi yayılır, bir dilek ya da bir buyrukla kahramana başvurulur, kahraman gönderilir ya da gider (B)
- 10- Arayıcı-kahraman eyleme geçmeyi kabul eder ya da eyleme geçmeye karar verir (C)
- 11- Kahraman evinden ayrılır (\uparrow)
- 12- Kahraman büyümlü bir nesneyi ya da yardımcıyı edinmesini sağlayan bir sınama, bir sorgulama, bir saldırı vb. ile karşılaşır (D)
- 13- Kahraman ilerde kendisine bağıştta bulunacak kişinin eylemlerine tepki gösterir (E)
- 14- Büyümlü nesne kahramana verilir (F)
- 15- Kahraman, aradığı nesnenin bulunduğu yere ulaştırılır, kendisine kılavuzluk edilir ya da götürülür (G)
- 16- Kahraman ve saldırgan, bir çatışmada karşı karşıya gelir (H)
- 17- Kahraman özel bir işaret edinir (I)
- 18- Saldırgan yenik düşer (J)
- 19- Başlangıçtaki kötülük giderilir ya da eksiklik karşılanır (K)
- 20- Kahraman geri döner (\downarrow)
- 21- Kahraman izlenir (Pr)
- 22- Kahramanın yardımına koşulur (Rs)

23- Kahraman kimliğini gizleyerek kendi ülkesine ya da bir başka ülkeye varır (O)

24- Düzmece bir kahraman asılsız savlar ileri sürer (L)

25- Kahramana güç bir iş önerilir (M)

26- Güç iş yerine getirilir (N)

27- Kahraman tanınır (Q)

28- Düzmece kahramanın, saldırganın ya da kötünün gerçek kimliği ortaya çıkar (Ex)

29- Kahraman yeni bir görünüm kazanır (T)

30- Düzmece kahraman ya da saldırgan cezalandırılır (U)

31- Kahraman evlenir ve tahta çıkar (W°o)

Her masalda işlevlerin hepsi yer alacak diye bir zorunluluk yoktur, önemli olan işlevlerin sıralanışıdır. Bazı masallar kısaltmalara uğrayabilir fakat bu durumun meydana getirdiği birkaç işlevin eksikliği yine de olay örgüsünde masalların çıkış düzenini değiştirmez (Propp, 1985, s. 6).

İşlevlerin hiçbiri birbirini dışlamaz, aksine olay örgüsünün gelişmesine katkıda bulunur. İşlevler tek bir eksen etrafında toplanmıştır. İşlevler bütün masalarda aynıdır ve dolayısıyla evrenseldir (Propp, 1985, s. 60).

1.2. Masalın Biçimbiliminde Kahramana Yönelik 7 Eylem Alanı

Propp, 31 işlevin yanı sıra işlevleri alanlara göre kümelenmiştir. 7 eylem alanı masalarda yer alan karakterleri niteler (Propp, 1985, s. 76-77):

1. *Saldırganın veya kötü kişinin eylem alanı*: Masalda yer alan kötü karakterin işlevleridir.

2. *Bağışçının veya sağlayıcının eylem alanı*: Bu eylem alanı kahramanın büyülmüş nesneye sahip olmasında yardımcı olan kişiye yöneliktir.

3. *Yardımcının eylem alanı*: Kahramana işlevlerin gelişiminde yardımcı olan kişiyi işaret eder.

4. *Prencesin (aranan kişi) ve/veya babasının eylem alanı*: Kahraman ya prensese kavuşur ve masalın sonunda evlenir ya da kahramanın babasıyla ilgili bir durum söz konusudur veya kahraman birini aramaktadır.

5. *Gönderenin eylem alanı*: Kahramanın gönderilmesi işlevini üstlenen karakterin eylem alanıdır.

6. *Kahramanın eylem alanı*: İşlevlerin gerçekleştirilmesinde ve masalın oluşumunda en önemli katkısı olan karakterdir.

7. *Düzmece kahramanın eylem alanı*: Masalarda ana kahraman gibi görünmeye çalışan ve türlü aldatmacaya başvuran karakteri temsil eder.

Böylece Propp, 31 işlev ve karakterlere ait 7 eylem alanını yukarıdaki maddelere dayandırarak çözümlenmiş ve masalın yapısal biçiminin tek bir yapıyı işaret ettiğini bu yöntemle ortaya koymuştur.

2. Araştırma Yöntemi

Bu çalışma nitel bir araştırma olup Özgür Ruh ve Doru animasyon filmlerine yönelik çözümleme, Propp'un biçimbilimsel anlatı analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı animasyon filmlerindeki karakterleri Propp'un 7 eylem alanına göre belirlemiş ve 31 işleve uygun biçimde anlatıları kategorize etmiştir. Araştırmanın örnekleme nitel araştırma yöntemlerinden Benzeşik (Homojen) Örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Homojen Örnekleme, birbirine benzer özellik gösteren az sayıdaki örneklemin derinlemesine incelenmesini sağlamaktadır (Patton, 2014, s. 235). Böylece farklı ülkeleri temsil eden, ana karakterleri aynı olan uzun metraj iki animasyon filmi örneklem olarak seçilmiş ve biçimbilimsel analizle derinlemesine çözümlenmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Sorusu

Araştırmada ana karakteri aynı olan animasyon filmlerin farklı ülkelere ait olsalar bile aynı anlatı yapısına sahip olduklarını göstermek amaçlanmaktadır.

Çalışmaya yönelik oluşturulan araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

1. Animasyon filmler Propp'un işlevine ve eylem alanına uygun özellikler taşımakta mıdır?

2. Uzun metraj Amerika yapımı animasyon filmi ile Türk yapımı animasyon filminin anlatı yapısı arasında biçimbilimsel benzerlik var mıdır?

3. Biçimbilime Göre “Özgür Ruh” ve “Doru” Filmlerinin Çözümlemesi

Özgür Ruh ve Doru filmlerine ana karakter ve olay örgüsü açısından bakıldığında her iki film de birbirine yakın filmlerdir. İki filmin de ana karakteri yaban atlarıdır. Özgür Ruh filmindeki ana karakter olan at sürüsünün lideri, Doru filmindeki yılki tayı ise ileride sürüsünün lideri olacak olan ana karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. İki film de ana karakter olan atların sürüsünden ayrılarak yeniden sürüsüne/annesine kavuşmaya çalışmalarını konu almaktadır. Olay örgüsü birbirine benzerlik gösterse de yalnızca olayların işleniş şekli açısından filmler birbirinden farklılık göstermektedir. Dolayısıyla biçimbilimsel çözümleme yapılması açısından uygun örnekler olduğu düşünülmektedir.

3.1. “Özgür Ruh” Filminin Konusu

Spirit: Stallion of the Cimarron, Dream Works Animation tarafından üretilen ve Dream Works Pictures tarafından dağıtılan 2002 yapımı uzun metraj Amerika yapımı animasyon filmidir. Özgür Ruh, Vahşi Batı'da yaşayan ve sürüsünün liderliğini üstlenen yaban atıdır. Bir gün Özgür Ruh, Vahşi Batı'da yaşadıkları topraklara ayak basan askerleri görmek için merakına yenik düşer ve askeri birliğin kamp alanına gider. Fakat Özgür Ruh, insanlar tarafından esir alınır ve askeri birliğe, albaya getirilir. Bir türlü dizginlenemeyen atı, birliğe esir olarak getirilen Kızılderili (Little Creek) kurtarır. Özgürlüğüne kavuşmak isterken Little Creek tarafından esir alındığını düşünür; fakat gittiği köyde Little Creek'in atına aşık olur ve annesine kavuşmak üzere aşık olduğu atı da yanında götürmek ister ve en sonunda Özgür Ruh, Little Creek sayesinde sürüsüne ve annesine kavuşur.

3.2. “Doru” Filminin Konusu

Türk yaban atlarını konu alan 2017 Türkiye yapımı Doru, Anibera tarafından üretilmiş, uzun metraj animasyon filmidir. Doru, ileride sürüsünün liderliğini üstlenecek yılki tayıdır. Doru ve sürüsü, insanlara yakalanmamak için belli sınırlar içerisinde doğada hayatlarını idame ettirir. Bir gün sürüden ayrılarak diğer taylarla birlikte yasak bölgeye giderler ve kurtlar tarafından kovalanırlar. Kurtlardan kurtulmaya çalışırken çiftlikte seyis olarak çalışan ikiz kardeşler tarafından Doru ve arkadaşı Karatay yakalanır. Doru aynı zamanda hiç görmediği babasını bulmak istemektedir. Ormanda insanlardan kurtulmaya çalışırken ormanın tehlikelerinden ötürü insanlarla birlikte gitme kararı alırlar. Çiftliğe getirilen taylara çiftliğin diğer hayvanları yardım eder ve taylar kaçarken ahırda kilitli olan atı da serbest bırakırlar ve ahırdaki atın Doru'nun babası ünlü yarış atı Bozkır olduğu anlaşılır. Böylece Doru babasına ve kaçırıldığı için ayrı düştüğü annesine kavuşur.

3.3. Propp'un 31 İşlevine Dayanarak “Özgür Ruh” ve “Doru” Filminin Biçimbilimsel Çözümlemesi

1- Uzaklaşma (β)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, sürüsü ve annesinden uzaklaşarak vadide gördüğü kamp ateşine daha yakından bakmak ve olan biteni anlamak için evden uzaklaşır.

Doru: Doru'nun babası zamanında sürünün lideriyken sürüsünü terk eder. Doru ise babasının paçalı bir yılki atı olduğunu Çenebaz'dan öğrenir.

2- Yasakla karşılaşma (γ)

Özgür Ruh: Annesi Özgür Ruh'un sürüsünden ayrılıp gitmesini istemez.

Doru: Doru'nun babası yerine sürünün lideri olan Demirkır vadinin dışarısına çıkmamaları konusunda yasak koymuştur. İnsan ve vahşi hayvan tehditlerinden dolayı hiçbir atın vadinin dışına çıkmasına izin vermez.

3- Yasağın çiğnenmesi (δ)

Özgür Ruh: Annesini ikna ederek ateşin bulunduğu ormana doğru gider ve orada Vahşi Batı'yı keşfe çıkmış kötü askerlerin kamp kurduklarını görür.

Doru: Doru, Karatay ve Alaca yasağı çiğner ve aralarında yarışırken vadinin dışına çıkarlar. O sıra sürüden kovulmuş ve insanlara senelerce hizmet etmiş olan başka bir at olan Çenebaz vadinin dışındaki ormanda insanların ne kadar iyi olduğuyula ilgili hikayeler anlatır ve paçalı bir atın zamanında yarışlardaki en hızlı at olduğundan bahseder. Doru paçalı atın babası olduğunu öğrenir, o sıra yasak bölgede kurt saldırısıyla karşılaşınca kaçmaya başlar. Seyis kardeşler atı kurttan kurtarır.

4- Saldırganın bilgi edinmesi (ϵ)

Özgür Ruh: Özgür Ruh'u ele geçiren askerler etrafta sürünün geri kalan üyelerini bulmaya çalışırlar.

Doru: Seyis kardeşler Doru'yu sürülerinin olduğu yere kadar takip ederler.

5- Saldırganın bilgi toplaması (ζ)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Seyis kardeşler sürünün yerini bulur. Sürünün diğer atları insanlardan kaçır.

6- Saldırgan kurbanı aldatması (η)

Özgür Ruh: Albay, Özgür Ruh'u ehlileştirerek birliğin bir parçası yapmak istemektedir. Özgür Ruh'u bağlayarak, aç ve susuz bırakarak ürkütücü başka yollar dener.

Doru: Doru'yu kurtardığı için insanlara güvenen Doru ve Karatay'a seyis kardeşler, onları yakalamak (aldatmak) için havuç verir.

7- Kurbanın aldanması/suçta katılması (θ)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, 3 gün açlık ve susuzluğun ardından albaya boyun eğer.

Doru: Doru ve Karatay, seyis kardeşlerin verdiği havucu yiyerek aldanır.

8- Saldırganın kötülüğü (A)

Özgür Ruh: Albay, Özgür Ruh'u ipe bağlayıp 3 gün aç ve susuz bıraktıktan sonra albay Özgür Ruh'u ehlileştirmek için kırbaç ve mahmuzlarını kullanır.

Doru: Seyis kardeşler Doru ve Karatay'ı yakalar ve kamyonete bindirir. O sıra Doru ve Karatay'ı kurtarmak için kamyoneti takip eden Demirkır kamyonetin üzerine atlarken seyis kardeşler direksiyonu kırar ve Demirkır yüksekte düşer.

9- Kahramanın geçiş anı, aracılık (B)

Özgür Ruh: Little Creek birliğe mahkum olarak getirilir. Özgür Ruh, Little Creek'in kaçmasına yardımcı olur.

Doru: Bu işlevde Doru kaçırıldığı için ve anlatının devamı geride kalanlarla ilgilenmeyip Doru ve Karatay'ın macerasına odaklandığı için Doru burada kurban-kahramandır.

10- Kahramanın karşıt eylemi (C)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, eyleme geçmeyi kabul eder ve Little Creekle birlikte birlikteki diğer atların doğaya kavuşmasına ve kendilerinin de özgürlüğe kavuşmasına vesile olur.

Doru: Doru ve Karatay, seyis kardeşlerin kamyonetin arkasına ipe bağlanmıştır. Bağlandıkları ipten kurtulurlar ve kamyonetten nehre atlarlar.

11- Kahramanın gidişi (↑)

Özgür Ruh: Bu işlevde bağışlayıcı devreye girmektedir. Özgür Ruh'taki bağışlayıcı kışlaya getirilen Little Creek'tir. Atının dışarıdan kışlaya attığı bıçak yardımıyla hem kendisini hem de Özgür Ruh'u kurtarmıştır. Fakat Özgür Ruh, özgürlüğüne kavuşup eve gitmek üzereyken, Little Creek tarafından köyüne getirilmiş ve ağıla bağlanmıştır.

Doru: Doru ve Karatay kaybolduğunu düşündükleri anda başka bir atın izine rastlar. İzler Doru'nun annesine aittir. O sırada Doru'yu arayan annesi obruğa düşer ve obrukta kurtlar tarafından etrafı sarılır. Bu işlevde Propp'un bahsettiği

sağlayıcı karakter olarak Wofie isimli kurt köpeği annesini kurtlardan kurtarır ve annesini Doru'ya götürmek üzere yardım eder.

12- Bağışçının işlevi (D)

Özgür Ruh: Bağışçı karakterindeki Little Creek, Özgür Ruh'u ehlileştirmek ve gücünü test etmek amacıyla sınamadan geçirir.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

13- Kahramanın bağışçıya tepkisi (E)

Özgür Ruh: Özgür Ruh Little Creek ve onun kısrığı Rain'in onu ehlileştirmesine karşı çıkar ve her fırsatta kaçma girişiminde bulunur. Böylece bağışçı (Little Creek)'nin sınamasını başaramaz veya başarmak istemez.

Doru: Doru, Karatay'ı yakalayan seyis kardeşlerin yanına ormandan korkup geri döner. Amaç, seyis kardeşlerin yanında geceyi geçirip sonrasında yine kardeşlerden kurtulup babasını aramaktır. Seyis kardeşler Doru'nun arkadaşının yanına geri döndüğünü düşünerek sevinir. Böylece kahraman hasımlarını aldatır.

14- Büyülü nesneye sahip olma (F)

Özgür Ruh: Filmde bu işleve rastlanmamıştır

Doru: Filmde bu işleve rastlanmamıştır.

15- Kahramana kılavuzluk/ iki uzam arasında yolculuk (G)

Özgür Ruh: Özgür Ruh'u ehlileştiremeyeceğini düşünen Little Creek, Özgür Ruh'u eve dönmesi için serbest bırakır. Özgür Ruh yanında Rain'i de götürmek ister fakat Rain Little Creek'i bırakmak istemez.

Doru: Doru ve Karatay'ı çiftliğe götüren seyis kardeşler farkında olmadan Doru'yu babasının hapsedildiği çiftliğe getirmişlerdir.

16- Kahraman ve saldırganın çatışması (H)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, Rain'i de yanında götürmek istediği sırada Little Creek'in köyü askerler tarafından yağmalanıp yakılır. Özgür Ruh, Little Creek'i kurtarmak için Rain'in peşinden gider ve askerler ve birliğin başı olan albayla karşı karşıya gelir. Rain, çatışmada zarar görmüş ve ölmek üzeredir ve Özgür Ruh da yeniden yakalanır ve trenle tünel inşaatı için başka bir askeri birliğe gönderilir.

Doru: Doru ve Karatay, çiftlikten kaçmak için girişimde bulunurlar ve seyis kardeşlerden kaçmaya çalışırlar.

17- Kahramanın özel işareti edinmesi (I)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, diğer atlarla birlikte bağlanıp treni çekmeye başladığı an vadiyi gördüğünde trenin kendi topraklarını ele geçirmek için çekildiğini anlar. Kaçmak ve insanların topraklarını ele geçirmesini önlemek için harekete geçer.

Doru: Bu işlevde bağışçı karakterinde çoban Ali ortaya çıkar ve Ali ve çiftliğin diğer hayvanları tayların çiftlikten kaçmalarına yardımcı olur. O sırada Doru'nun annesini esir alan seyis kardeşler için Doru ve Karatay, Aliyle birlikte yeniden çiftliğe döner.

18- Kahramanın zaferi (J)

Özgür Ruh: Özgür Ruh ve onu kurtarmaya gelen Little Creek nehre atlayarak kaçarlar, böylece albay yenik düşer.

Doru: Seyis kardeşler Doru ve Karatay'ı anneleriyle birlikte esir alırlar. Fakat Doru kaçmayı başarır. Ahırda kapalı olan atı kurtarır ve o atın uzun zamandır kayıp olan babası olduğunu görür. Ali ve çiftliğin köpeğinin yardımıyla seyis kardeşler ve patronları yenik düşer.

19- Baştaki kötülüğün giderilmesi (K)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, özgürlüğüne kavuşur ve kötülük giderilir.

Doru: Doru çiftlikteki ahırda esir olan babasını kurtarır ve eksiklik giderilir.

20- Kahramanın geri dönüşü (↓)

Özgür Ruh: Özgür Ruh Little Creekle birlikte topraklarına kavuşmuştur.

Doru: Doru, babası Bozkır, annesi ve Karatay, sürüsüne geri döner.

21- Kahramanı izleme (Pr)

Özgür Ruh: Özgür Ruh ve Little Creek, yenilginin ardından topraklarına kadar izlenir ve askerler tarafından öldürülmeye çalışılır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

22- Kahramana yardım edilmesi (Rs)

Özgür Ruh: Özgür Ruh ve Little Creek'in özgürlük konusundaki kararlılığını gören albay, onları öldürmekten vazgeçer ve takip etmeyi bırakır böylece Özgür Ruh ve Little Creek özgürlüğüne kavuşur.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

23- Kahramanın kimliğini gizlemesi (O)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, Little Creek'i Rain'in yanına götürür ve ikisini de serbest bırakır. Özgür Ruh, Rain'i de alarak özgürlüklerine kavuşur ve sürüsünün yanına, evlerine dönerler.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

24- Düzmece kahramanın ortaya çıkması (L)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

25- Kahramana zor bir iş teklif edilmesi (M)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

26- Zor işin gerçekleştirilmesi (N)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

27- Kahramanın herkes tarafından bilinmesi (Q)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

28- Düzmece kahramanının gerçek kimliğinin ortaya çıkması (Ex)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

29- Kahramanın şekil değiştirmesi (T)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

30- Düzmece kahramanın cezalandırılması (U)

Özgür Ruh: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

31- Kahramanın evlenmesi (W°o)

Özgür Ruh: Özgür Ruh, yaşamının geri kalanını Rainle birlikte özgürce geçirir.

Doru: Bu işleve filmde rastlanmamıştır.

3.4. Özgür Ruh ve Doru Filmlerindeki Eylem Alanlarına İlişkin Çözümleme

1. Saldırganın veya kötü kişinin eylem alanı

Özgür Ruh: Vahşi Batı'yı keşfe çıkan askeri birlik ve birliğin albayı saldırgan karakterindedir.

Doru: Seyis kardeşler Doru filmindeki kötü kişilerdir.

2. Bağışçının veya sağlayıcının eylem alanı

Özgür Ruh: Little Creek, Özgür Ruh'u albayın birliğinden kurtarır ve doğaya salınmasında yardımcı olur.

Doru: Çoban Ali, Doru ve Karatay'ın özgürlüğe kavuşmasına yardımcı olan bağışçıdır. Ayrıca Wolfie de Doru'nun annesine sağlayıcı olarak yardım eder.

3. Yardımcının eylem alanı

Özgür Ruh: Little Creek'in kısırağı Rain

Doru: Karatay Doru'nun film boyunca yanındadır.

4. Prensesin (aranan kişi) ve/veya babasının eylem alanı

Özgür Ruh: Özgür Ruh'un annesinin eylem alanını kapsar. Kavuşmaya çalıştığı karakter annesidir.

Doru: Film Doru'nun babası Bozkır'ı bulması üzerine kuruludur.

5. Gönderenin eylem alanı

Özgür Ruh: Filmde bu eylem alanına rastlanmamıştır.

Doru: Doru'nun annesi Doru'nun kaçırılması üzerine harekete geçmiştir.

6. Kahramanın eylem alanı

Özgür Ruh: Vahşi Batı'da kendi sürüsünün lideri ve filmin ana karakteri Özgür Ruh.

Doru: Doru, hem babasını hem de çiftlikte diğer hayvanların doğaya geri dönmelerine yardımcı olan ana karakterdir.

7. Düzmece kahramanın eylem alanı

Özgür Ruh: Filmde düzmece kahramana rastlanmamıştır.

Doru: Filmde düzmece kahramana rastlanmamıştır.

4.Bulgular

Doru filmi Propp'un biçimbilimsel çözümlemesine uygunluk göstermektedir. İşlevler Propp'un belirlediği gibi çizgisel bir sıralama ile karşımıza çıkmaktadır. Propp'un 31 işlevinin 18'ine bu filmde rastlanmıştır. Doru filmine yönelik işlevleri sembollerle ifade etmek gerekirse aşağıdaki gibi bir sembol dizilimi meydana gelmektedir:

β Γ δ ε ξ η θ A B C ↑ E G H I J K ↓

Karakterlere yönelik belirlenen 7 eylem alanının da 6'sına rastlanmıştır. Filmde karakterlerden sadece düzmece kahramanın eylem alanına yer verilmemiştir.

Özgür Ruh filminde ise Propp'un 31 işlevinin 22'sine rastlanmıştır. Özgür Ruh filminin işlevlerine bakıldığında ise sembol dizilimi şu şekildedir:

β Γ δ ε η θ A B C ↑ D E G H I J K ↓ Pr Rs O Woo

Özgür Ruh'taki karakterlere yönelik 7 eylem alanının ise 5'ine rastlanmıştır. Özgür Ruh'ta gönderenin ve düzmece kahramanın eylem alanına yer verilmemiştir.

Sembollerin dizilimine bakıldığında, iki animasyon filminin de sembollerle ifade edilişi neredeyse aynıdır. Doru filminin 18 işlevinin 17 işlevi Özgür Ruh filmiyle aynıdır. Doru filminde Özgür Ruh filminden farklı olarak saldırganın karakter hakkında bilgi toplaması işlevine yer verilmiştir Özgür Ruh'ta Doru ile ortak özellik taşımayan işlevlere bakıldığında ise kahramanı izleme, kahramana yardım edilmesi, kahramanın kimliğini gizlemesi, kahramanın evlenmesi işlevleri yer almaktadır. Özgür Ruh'taki işlevlerin Doru'ya göre fazla çıkmasının sebebi, Özgür Ruh'un Doru'ya göre yetişkin bir at olması ve çatışmaya daha fazla yer verilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sonuç

Çözümlemesi yapılan iki animasyon filminde Propp'un 31 işlevine yönelik yer alan maddelerin sıralanış şekli, semboller üzerinden tanımlamasına bakıldığında, birbirilerine oldukça benzerlik göstermektedir. Filmlerde ana karakter olan iki atın yaşadıkları olaylar birbirinden farklı olsa da biçimbilimsel analize göre oldukça benzer işlevleri içermektedir. Her iki filmde de karakterlerin 7 eylem alanı neredeyse aynıdır. Örneğin, iki filmde de düzmece kahramana yer verilmemiştir

ve iki atın tek amacı özgürlüğüne, sürüsüne kavuşmaktadır. Doru'da Özgür Ruh'tan farklı olarak, gönderenin eylem alanına rastlanmıştır.

Propp'un işlevlerinden bağımsız olarak iki animasyon filminin de ortak anlatı teması, atlar üzerinden ilerleyerek, hayvanların doğanın bir parçası olarak özgür olmaları gerektiği üzerine odaklanmaktadır.

Sonuç olarak, Amerika yapımı Özgür Ruh ve Türkiye yapımı Doru animasyon filmleri Vladimir Propp'un geliştirmiş olduğu biçimbilimsel çözümleme yöntemine uygunluk sağlamaktadır. Hiçbir işlev birbirini dışlamamakta, aksine olay örgüsünün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ortak bir ana karakter üzerinden hikayeleştirilen iki animasyon filmi de Propp'un kişiler, olaylar veya olay örgüleri farklılık veya çeşitlilik gösterse de anlatıların ortak bir yapı taşıdığı görüşünü desteklemektedir. Kısacası, animasyon filmlerin olayları ele alış biçimleri ülkeler bağlamında farklılık gösterse bile masallar gibi animasyon film anlatılarının aynı yapısal öğeleri içermesinden dolayı evrensel olduğu söylenebilir. Böylece Propp'un masallar için geliştirdiği bu yöntemin animasyon filmlerin anlatıları için de geçerli olduğu, çözümleme için uygun özellikler taşıdığı düşünülebilir. Bu çalışmanın farklı ülkelerin animasyon filmlerine yönelik daha sonra yapılacak olan biçimbilimsel analiz araştırmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alicenap, Ç. T. (2019). Animasyon Film Senaryosu Üretiminde Bir Yöntem Olarak: Vladimir Propp "Masalın Biçimbilimi". Ankara: *Sanat ve Tasarım Dergisi*. 9 (2), 398 – 413.
- Barthes, R. (1979). Göstergebilimin İlkeleri. Ankara: *Kültür Bakanlığı Yayınları*.
- Cevizci, A. (1999). Paradigma Felsefe Sözlüğü. İstanbul: *Paradigma Yayınları*.
- Günay, D. V. (2002). Göstergebilim Yazıları. İstanbul: *Multilingual Yayınları*.
- Kavuran, T. (2014). "Kayıp Balık Nemo" da Masal İşlevleri. Ankara: *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 39, 148-158.
- Lotman, M. Y. (2012). Sinema Göstergebilimi. (O. Özgül, Çev.). Ankara: *Nirengi Kitap*.
- Norman, S. Ç. (2008). Miyazaki ve Batı: Çocuklar için Yapılan Animasyon Filmlerindeki Anlatım Yapısının Karşılaştırmalı bir Analizi. İstanbul: *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 9, 11 – 30.
- Parsa, S. (2008). Film Çözümlemeleri. İstanbul: *Multilingual Yayınları*.
- Patton M. Q. (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri. (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev.). Ankara: *Pegem Akademi*.
- Propp, V. (1985). *Masalın Biçimbilimi*. (M. Fırat ve S. Fırat, Çev.). İstanbul: *Bilim Felsefe Sanat Yayınları*.
- Prinsloo, J. (1992). Beyond Propp and Oedipus: Towards expanding narrative theory. Extracts of reviews: On the Wire. Güney Afrika: *Literator* 3. 65-82.
- Rifat, M. (1998). 20. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları 1. Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler. İstanbul: *Yapı Kredi Yayınları*.

- Rifat, M. (2009). Göstergibilimin ABC'si. (3. Baskı). İstanbul: *Say Yayınları*.
- Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar. İstanbul: *Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları*.
- Saygın, T. (2010). Postyapısalcılık. Ankara: *Phonex Yayınları*.
- Saussure, F. D., (1998). Genel Dilbilim Dersleri. (B. Vardar, Çev.). İstanbul: *Multilingual Yayınları*.
- Sivas, A. (2012). Göstergibilim ve Sinema İlişkisi Üzerine Bir Deneme. İstanbul: *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 527-538.
- Sözen, M. F. (2013). Yapısalcı Yöntem ve Bir Film Çözümlemesi, *Hindistan: International Journal of Social Science*, 8, 609-624.
- Şahin, S. (2014). Göstergibilim ve Tarihsel Gelişimi (Semiyotik, Semiyoloji). Ankara: *Hacettepe Üniversitesi Yayınları*.
- Ünal, M. F. (2016). Göstergibilimin Serüveni. *Mütefekkir Dergisi*, 3 (6), 379-398.
- Yusuf, A. A. (2015). Analisis Naratif Film Anıması Frozen Dengan Model Vladimir Propp. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Endonezya: *Telkom Üniversitesi*.
- Yücel, T. (2015). Yapısalcılık. (3. Baskı). İstanbul: *Can Yayınları*.

Uluslararası Başarılarda Siyasi Aktörlerin Tebrik Mesajlarına Yapılan Şiddet İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir İnceleme: Tokyo 2020 Örneği

1_2_3_4



Nedret ÇAĞLAR*



Muhammed AYBER**

* Doç. Dr., Süleyman Demirel
Üniversitesi,
nedretcaglar@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9769-056X

** Yüksek Lisans Öğrencisi,
Süleyman Demirel
Üniversitesi,
ayber003@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4365-8403

Gönderilme/ Received

01.08.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Öz

Sosyalleşme ve iletişim kurma ihtiyacı insanları sürekli bir arayışa yöneltmiş, yeni iletişim kanalları aramaya teşvik etmiştir. Günümüzde internetin icadıyla iletişim dijitalleşerek çok farklı bir boyut kazanmıştır. İnternetle birlikte sosyal ağların gelişmesi bizlere anlık olarak dünyanın her yerine ulaşma ve iletişim kurma imkanı vermiştir. İnsanları ve devleti yönetmek üzerine odaklanan siyaset alanında da siyasi aktörler; çeşitli yollarla iletişim kurarak iletilerini aktarmakta ve bazen iletişim diline şiddet karışmaktadır. Günümüzde siyasi aktörlerde fikir, düşünce ve siyasi iletişim faaliyetleri için sosyal ağları etkin kullanmaktadırlar. Yıllar boyunca insan hayatında var olan şiddet bugün tıpkı iletişim gibi dijitalleşmiş, sosyal medyanın özgür ve anonim yapısının içerisine dahil olmuştur. Sosyal medyanın verdiği özgürlükle, siyasi aktörlerden farklı düşünen insanlar fikirlerini savunurken diğer fikir ve düşüncelere karşı daha saldırgan olabilmektedir. Bu çalışmada, siyasilere yönelik nefret söyleminin çevrimiçi yansımalarını Twitter üzerinden incelemek amaçlanmıştır. Siyasi iletişim faaliyetlerinde gerçekleşen dijital şiddet örneklerine bakılarak şiddeti gerçekleştiren kişilerin şiddet eylemlerindeki devamlılığı ve duyarsızlaşmaları incelenmiştir. Çalışmada söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Sonuçta; nefret söyleminde bulunan hesapların çoğunun anonim hesaplar olduğu, bu hesapların incelenmesi sonucunda ise belirli bir siyasi düşünceye karşı sürekli olarak ağır şiddet içeren söylemlerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Dijital Şiddet, Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Twitter

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

³ Araştırmada yazarların katkısı eşittir.

The contribution of the authors to the research is equal.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Çağlar, N., & Ayber, M. (2022). Uluslararası Başarılarda Siyasi Aktörlerin Tebrik Mesajlarına Yapılan Şiddet İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir İnceleme: Tokyo 2020 Örneği. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 171-191. doi:10.29228/itamder.5



A Study On The Violent Posts Made To The Congratulatory Messages Of Political Actors In International Achievements: Example Of Tokyo 2020



Nedret ÇAĞLAR*



Muhammed AYBER**

* Assoc. Prof. Dr, Süleyman Demirel University,
nedretcaglar@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9769-056X

** MA Student, Süleyman Demirel University,
ayber003@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4365-8403

Gönderilme/ Received

01.08.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Abstract

The need to socialization and communicate has led people to a continuous search, encouraging them to search for new communication channels. Today, with the invention of the internet, communication has gained a very different dimension by becoming digital. The development of social networks along with the Internet has given us the opportunity to instantly reach and communicate anywhere in the world. Violence has also been meddle in politics science set up to govern people and the state. Today, political actors, who use social networks intensively, carry out political communication activities and realize their ideas and opinions. Violence, which has existed in human life for years, has entered into the free and anonymous structure of social media by being digitalized just like communication. With the freedom of social medias give , people who think differently from the opinions of political actors can be more aggressive towards other ideas and thoughts while defending their ideas. In this study, it is aimed to examine the online reflections of hate speech against political people on Twitter. By looking at the examples of digital violence that took place in political communication activities, the continuity and depersonalization of the perpetrators of violence were examined. Discourse analysis method was used in the study. According to the result obtained in the research, it has been determined that most of the accounts containing hate speech are anonymous accounts, and as a result of the examination of these accounts, they constantly make heavy violent statements against a certain political thought.

Keywords: Violence, Digital Violence, Political Communication, Social Media, Twitter.



Giriş

İnsan var olduğu ilk günden bu yana diğer insanlarla iletişim içerisinde olmuştur. İnsanlar arasında yaşanan fikir ve görüş ayrılıkları çeşitli koşullarda artarak nefret söylemlerini üretmiş ve şiddet eylemlerini ortaya çıkarmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre şiddet, "Gücün ya da fiziksel kuvvetin; tehdit yoluyla ya da gerçekte, ölüm, psikolojik zarar, gelişme engeli ya da yoksunluğa neden olacak şekilde; kendine, bir başkasına ya da bir grup veya bir topluma karşı niyetli biçimde kullanılması" olarak tanımlanmıştır (Polat, 2016, s.1). Nefret söylemi belirli kişi veya gruba yönelik yapılan aşağılayıcı ve saldırgan ifadeleri kapsamaktadır. Avrupa Konseyi'nin Bakanlar Komitesi ise nefret söylemini ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde tezahür eden saldırgan tavır ve söylemler, dini görüşlere karşı olan hoşgörüsüzlük ve bu hoşgörüsüzlüğe dayalı çeşitli nefret biçimleri, insanları kışkırtan, teşvik eden veya davranışı meşrulaştıran her türlü ifade biçimi olarak tanımlamıştır (Weber, 2009). Nefret söyleminin süreklileşmesi ve yaygınlaşması sonucunda insanlar nefrete karşı duyarsızlaşıp, kendi içlerinde nefret söylemini meşru olarak görebirler. Bu durum sonucunda nefret söylemine maruz kalan kişi veya gruba karşı bu durumu ileriye taşıyarak şiddet eylemleri de gerçekleşebilir.

Şiddeti beş farklı kategoride sınıflandırmak mümkündür. Bunlar; fiziksel şiddet, cinsel şiddet, duygusal şiddet, ekonomik şiddet ve dijital şiddettir. Fiziksel şiddet, kasıtlı olarak bir kişinin sağlığını olumsuz yönde etkileyecek biçimde mağdurun vücudunda yaralanmalara sebebiyet vermek şeklinde tanımlanabilir. Fiziksel şiddet en sık başvurulan şiddet türüdür. Cinsel şiddet, kişiyi kontrol altında tutarak cinselliğinden yararlanmak suretiyle zorlamak ve zarar vermek şeklinde tanımlanabilir. Cinsel şiddet, zorlayıcı ve yıkıcı cinsel davranışlar vasıtasıyla uygulanan, bir şiddet suçu olarak ifade edilebilir (Polat, 2016, s. 26). Cinsel şiddet, cinsiyet ayrımı yapmaksızın her yaşta bireyi gerek sözel gerek bedensel olarak cinsel yönden şiddete maruz bırakmaktır. Ekonomik şiddet, kişinin ekonomik özgürlüğünün kısıtlanarak mal varlıklarının kontrol altında tutulması, kişinin üzerinde ekonomik olarak baskı kurulması ve maddi gelirine el konulması suretiyle gerçekleşir. Dijital şiddet, bir kişinin, bir topluluğun, dinin, cinsiyetin, cinsel yönelimin, etnik kökenin veya siyasal düşüncenin internet ortamında aşağılanması, ötekileştirilmesi ve nefret unsuru olarak gösterilmesidir. Teknolojinin gelişmesi ve internet ağının yaygınlaşması sonucu tek taraflı paylaşım çağı olan WEB 1.0 döneminden, katılımcı ve üretici kullanıcı dönemi olan WEB 2.0 çağının başlaması ile günümüzde oldukça yaygınlaşan sosyal medya kullanımı 'şiddet' kavramını dijital ortama taşımış ve 'dijital şiddet' kavramı ortaya çıkmıştır.

Dijital Şiddet

Yeni medya kontrol edilmesi güç, özgürlükçü ve bilgi dağları barındıran bir mecra olarak konvansiyonel medyanın aksine bireylerin katılımcı olduğu dijital ortamı ifade etmektedir (Bayrak, 2017, s. 45). Sosyal medya ağları ile internet kullanıcıları hem tüketici hem de üretici olmaktadır. Bundan dolayı insanlar kendi fikir ve düşüncelerini diğer insanlara karşı istedikleri şekilde

sunabilmektedir. Bu durum insanların içerisinde barındırdığı öfke ve nefret söylemlerini de rahatlıkla paylaşabilmelerine olanak sağlamaktadır. Özellikle dijital ortamın sağladığı rahatlık ile kişi normal hayatta söylemekten ve yapmaktan kaçınacağı eylemleri dijital ortamlarda rahatlıkla gerçekleştirebilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarına sunulan sınırsız özgür ortam kullanıcıların sanal ortamda nefret suçu işleyebilmesinin önünü açmıştır. (Taş, 2017, s. 60). Cebecioğlu ve Altıparmak'ın (2017, s. 424) aktardığına göre dijital ortamlarda birey herhangi bir olumsuzlukla veya ceza alma tehlikesi ile karşılaşmayacağını düşündüğünden kendisini farklı bir isim, kimlik veya karakter ile tanıtabilmektedir. Böylece herhangi bir olumsuzlukla karşılaşmayacağı düşüncesinin verdiği rahatlık ile gerçekte yapamayacağı şiddet eylemlerini dijital ortamlarda gerçekleştirebilmektedir. Bu eylemler dijital platformlarda büyük kitlelere yayılır ve internet ortamında kalıcı olarak durmaya devam eder. Bu şiddet türüne ise dijital şiddet denmektedir. Dijital şiddet diğer şiddet olaylarına göre daha yıkıcı ve yıpratıcı olabilmektedir. Dijital şiddetin diğer şiddet eylemlerinden daha yıkıcı olmasının nedeni gerçekleştirilen şiddet eyleminin geniş kitlelere çok hızlı bir şekilde yayılması ve kalıcı olmasıdır. İnternet teknolojisi gelişiminin açtığı etik problemlerden birisi de şiddet ve nefret söyleminin küresel ölçüde yayılması olmuştur. Avşar ve Varış (2022, s. 350), dijital teknolojinin gelişimi internet ortamında yapılan paylaşımların kolay bir şekilde manipüle edilerek nefret söyleminin üretilmesini, meşrulaştırılmasını ve önlenemez bir hızla yayılmasına zemin hazırlayarak olmayan olayları da oluyor gibi gösterme gücüne sahip olduğunu belirtmişlerdir.

İnternetin yaygınlaşması ve WEB 2.0 dönemiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformları bugün çok büyük kitleler tarafından kullanılmaktadır. We Are Social tarafından yapılan bir araştırmaya göre Ocak 2022 itibarıyla dünya üzerinde yaklaşık 4 milyar 620 milyon kişi aktif olarak sosyal medya kullanıcısı olarak tanımlanıyor. Türkiye’de ise sosyal medya kullanıcılarının sayısı yaklaşık 68,9 milyonu bulmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın ilk günlerinden bu yana hızla artan kullanıcı sayısı, pek çok alan gibi siyasal iletişim faaliyeti yürüten kişi ve kurumlar ile siyasi aktörlerin de dikkatini çekmektedir. Sosyal medya platformları ilk olarak siyasal iletişim çalışmalarında 2008 yılında Barack Obama’nın seçimi kazanması sonucunda dikkat çekmiş ve seçim kampanyalarının yeni mecrası olarak siyasal pazarlama alanlarının oluşması sağlanmıştır (Solmaz, 2019, s. 26).

Siyasal İletişim

Siyaset Arapça kökenli bir sözcük olup at eğitimi anlamına gelmektedir; ancak günümüzde siyaset kavramı ülke, devlet ve insan yönetimi biçiminde tanımlanmaktadır. Siyaset bilimini ise Kışlalı “siyasal otorite ile ilgili kurumların ve bu kurumların oluşmasında ve işleminde rol oynayan davranışların bilimi” (Kışlalı, 2014, s. 19) olarak tanımlamıştır. Siyaset bilimi; psikoloji, sosyoloji, antropoloji, halkla ilişkiler, iletişim, hukuk, retorik, felsefe gibi birçok disiplin ile birlikte çalışmaktadır. Siyasal kavramına iletişim kavramının da eklenmesi ile bir başka disiplin olan siyasal iletişim kavramı ortaya çıkmıştır. Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin kendi ideolojik amaçları ve politikaları doğrultusunda; belirli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kendi düşüncelerini kabul ettirmek ve

gerektiğinde eyleme dönüştürmek üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları olarak tanımlanmaktadır (Aziz, 2021, s. 3). Siyasal iletişim ve iletişimin süreci benzerlik göstermektedir. Verici kaynak kanallar vasıtasıyla mesajları alıcılara göndermekte ve alıcılardan geribildirim olarak süreç sonlanmaktadır. Siyasal iletişimde; verici kaynak siyasi aktörler, kanallar kitle iletişim araçları, alıcı, hedef kitle seçmenler veya halk, geribildirim ise alıcının tepkisi olarak tanımlanabilir. Siyasal iletişim seçim kampanyalarında, siyasal reklam, pazarlama, halkla ilişkiler ve propaganda faaliyetlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Siyasi aktörlerin en temel hedefi seçmenleri ikna ederek kendileri lehine oy kullanma eylemini gerçekleştirmelerini sağlamaktır. Bundan dolayı siyasi aktörler kendi fikir ve düşüncelerini en iyi şekilde aktarmak için siyasal iletişim yöntem ve tekniklerini kullanmaktadırlar. Özkan (2004, s. 41), siyasal aktörlerce üretilen program, hedeflenen politikalar ile iletilen mesajların hedef kitle üzerinde etkinliğinin sağlanabilmesi amacıyla siyasal iletişim yöntem ve tekniklerinin kullanılmasının bir gereklilik olduğunu ifade etmektedir. Kendi düşüncelerini empoze etmek için siyasal iletişim faaliyetlerini yürüten siyasal aktörler kitlelere ulaşabilmek için birçok mecrada kendilerini anlatmaktadırlar. Siyasal aktörler bu amaçları doğrultusunda sosyal medya platformlarını da aktif olarak kullanmaktadırlar.

Sosyal Medyada Siyasal İletişim ve Dijital Şiddet

Şiddet dünya üzerinde her zaman var olmuş ve şiddeti iletmek için medya yani iletişim kanalları kullanılmıştır. İnsanın olduğu her yere şiddet taşınmıştır (Yumrukuz, 2017, s. 90). Özellikle sosyal medya platformlarında yürütülen siyasal iletişim faaliyetlerinde sosyal medyanın katılımcı yapısından kaynaklı siyasal iletilere farklı düşünce ve fikirde olan kişiler tarafından çeşitli şiddet söylemleri yapılabilmektedir. Nefret söylemi; bir düşünceye, belirli bir ırka, herhangi bir dine, mezhebe, siyasi bir görüşe ya da siyasi aktöre karşı oluşabilmektedir. Yapısı gereği herkesin rahatça kendini açıklayabileceği bir mecra olan sosyal medyada hesabı olan herkes anonim hesaplarla dahi kendi düşünce ve fikirlerini paylaşarak siyaset yapabilmektedir. Bu durum insanların gündeme ilişkin anlık tepkilerini ortaya koymalarına fırsat vererek siyasi aktörlerin dikkatini çekebilmektedir (Işıklı ve Önce, 2020, s. 146). Böyle bir mecrada eşik bekçilerinin bir önemi kalmamış ve gündemi kullanıcıların kendileri belirlemeye başlamıştır. Sosyal medya elit bir azınlığın elindeki medyanın yönetme gücünü almıştır. Sosyal medya ile insanlar tek yönlü bir iletişimden çok yönlü bir iletişime geçmiştir. Sıradan insan artık yalnızca bir içerik tüketicisi değil aynı zamanda içerik üreticisi konumuna gelmiştir. İnsanlar artık hem üretici hem tüketici yani üretüketici konuma gelmiştir (Avşar ve Varış, 2022, s. 353). Her kullanıcı kendi gündemini oluşturup, kendi gündemi hakkında paylaşımlarda bulunabilmektedir. Bunun getirdiği yozlaşma sonucunda farklı düşüncelere sahip kişilere saldırgan bir duruş ile şiddet içerikli paylaşımlar çok fazla yapılmaktadır. Bu paylaşımları destekleyici mesajlar ile tam tersi düşüncede olan kişilerinde kendi düşüncelerini savunmak adına şiddete şiddetle karşılık vermeleri sonucu bir çatışma ortamı oluşabilmektedir. Işıklı ve Önce'ye göre (2020, s. 157) siyasetçiler sosyal medya sayesinde halka çok daha yakındırlar. Ancak bu yakınlık sosyal medyanın getirdiği anonimlik ile kişilerin kendi düşüncesinde olmayan siyasetçilere ve o

görüşte bulunan insanlara karşı öfke ve nefret söylemlerini kolaylıkla paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Yine sosyal medyanın sağladığı gizlilik ile siyasetçileri karalamak adına çeşitli paylaşımlar yapılabilmekte, sahte hesaplar üzerinden kişi ve kurumlara yönelik nefret söylemleri paylaşılabilir. TDK'ya (sozluk.gov.tr) göre nefret “Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu”, “tiksinme, tiksinti” olarak tanımlanmıştır. Bu duygunun dışa vurumu ise nefret söylemi olarak adlandırılmıştır. Sosyal medya üzerinde siyasi bir düşünceye veya siyasi bir aktöre yönelik çok fazla nefret söylemine rastlamak mümkündür. Sosyal medya üzerinde yapılan bir paylaşımın nefret söylemi olarak görülmesi için nefret güdüsü ile bir kişiye, gruba veya düşünceye yönelik şiddet, dışlama, ötekileştirme veya hedef gösterme suretiyle düşmanlaştırma gibi çeşitli söylemlerin bulunması gerekmektedir (Aydos ve Aydos, 2019, s. 7). Nefret söyleminin olduğu yerde sosyal medya üzerinden işlenen bir suç olduğu kadar bir hak da söz konusu olmaktadır. Bu hak ise ifade özgürlüğü hakkıdır. Nefret söylemi ve ifade özgürlüğü hakları birbirleri ile çatışmaktadır (Bulunmaz, 2015, s. 80). Bu konuda birçok farklı görüş bulunmaktadır. Hukuki ve insani boyutu hala tartışılmaktadır. İfade özgürlüğünün sınırlandırılmayacağı İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 29. Maddesinde açıkça yazılmış bulunmaktadır (Özulu, 2014, s. 19). Ancak özgürlüğün temelinde hoşgörü ve başkasının özgürlük alanına zarar vermemek vardır. Bu nedenle “Özgürlük bir başkasının özgürlüğünün başladığı yerde biter” sözünden hareketle gerçekleştirilen nefret söylemlerini ifade özgürlüğü altında masumlaştırmak doğru olmayacaktır.

Özgürlük alanı olarak ifade edilen internet alanı üzerinden ifade özgürlüğü adı altında başkalarını hedef alarak sınırlarına müdahale edildiğinde bu hak başkalarının mağduriyetine neden olabilmektedir. Yeni medya ortamlarından Facebook, Instagram, Twitter vb. sosyal ağlar, WhatsApp, E-posta gibi mesajlaşma uygulamaları veya web siteleri vasıtasıyla bireyleri aşağılayan içerikler yayınlanabilmektedir. Mağdur olarak kişileri, kurumları hedef alan, hakaret ve aşağılama içeren iletilerin paylaşılması sosyal medya üzerinden hakaret suçu kapsamında değerlendirilmektedir (Çerasi ve Atiker, 2016, s. 19).

Sosyal medyanın yaygın kullanımı özel alan ile kamusal alan ayrımını ortadan kaldırmış ve özel alan büyük ölçüde yok olmuştur. Dijital ortamlarda gerçekleştirilen şiddetin çok fazla kişi tarafından görülebilmesi ve sosyal medya üzerinde sürekliliğinin olmasından dolayı tekrarlanma olasılığı çok yüksektir. Şiddet içeriğinin tekrarlanarak artması ve çok fazla kişiye yayılarak dijital ortamlarda kalıcı olması nedeniyle fiziksel şiddetten daha tehlikeli bir hal almaktadır (Çınar, 2021, s. 37). Sosyal medyada nefret söylemi çok hızlı yayılmaktadır. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar bir denetime tabi olmadığı için kontrolsüz bir şekilde yayılmaktadır. Geleneksel medyada etik değerler çerçevesinde yayıncılık faaliyetinde bulunulurken sosyal medyada herhangi bir etik değer kaygısı güdülmemektedir. Bundan dolayı sosyal medyada nefret söylemi geleneksel medyaya göre daha yıkıcı olabilmektedir. Sosyal medyada nefret söylemine maruz kalan bireyler kendilerini ifade etmekte zorlanacaklardır. Özellikle genç nesilde nefret söylemine maruz kalmak mağdurun hayatını olumsuz etkileyebilmektedir. Sosyal medyada anonim veya gerçek hesaplar

kişilere hayat tarzı üzerinden, düşüncesi üzerinden, giyiminden, kilosundan, fiziksel özelliklerinden, cinsiyetinden ya da kendi cinselliği üzerinden nefret söylemine maruz bırakılmaktadır. (Örn. Bkz. ensonhaber.com; yeniakit.com.tr) Sosyal medyada hakaret ve tehdit içerikli mesajların yanında özel hayatın gizliliğini ihlal eden kişilerin kendi arasındaki konuşmaların ortaya saçılması kişilerin özel fotoğraf ve videolarının sosyal platformlarda paylaşılması hem suç hem de dijital şiddettir. Bu doğrultuda dijital şiddetin teknoloji ile alakalı hemen her ortamda karşılaşılabilen, en az diğer şiddet türleri kadar bireyi etkileyen ve önemli sorunlar oluşturabilen bir şiddet türü olduğu iddia edilebilir (Cebecioğlu ve Altıparmak, 2017, s. 425). Sosyal medya şiddet içeriklerinin yayılması için sınırsız bir evren sunmaktadır. Medyanın sınırsızlığı ve dinamikliği üretilen içeriklerin denetimini zorlaştırmaktadır. Yeni medya şiddet içeriklerinin serbestçe dolaşıma girmesine olanak sağlamaktadır (Tunçer, 2020, s. 69).

Bu durum birçok siyasi aktörün önünü alamayacağı krizlere sebep olmaktadır. Bu noktada geçtiğimiz günlerde bir siyasi partinin yönetiminde yer alan siyasi aktörün sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği özel konuşmaları sızdırılmış, hızlıca yayılan bu paylaşım kısa sürede sosyal medyanın gündemini oluşturmuş ve siyasi aktörün istifası ile sonuçlanmıştır. Özel alan ile kamusal alanın birbirine karıştığı sosyal medyada siyasi aktörler ve kamuya mal olmuş kişiler, özel hayatlarında daha bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olmalı, sosyal medyasını bulunduğu konuma göre profesyonelce kullanılmalıdır.

Siyasal iletişimde nefret söylemine özellikle dijital ortamlarda çok daha fazla karşılaşılmaktadır. Ülkemizde internet kullanımında oluşabilecek dijital suçlara ilişkin yasal düzenlemeler 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da(mevzuat.gov.tr) yer almaktadır. Söz konusu kanunun, 8. Maddesinde içeriğe erişimin engellenmesi kararı ve yerine getirilmesini düzenlerken; aynı kanunun 9. maddesinde ise içeriğin yayından kaldırılması ve cevap hakkı düzenlenmektedir. Türk Ceza Kanunu'nun 122. Maddesi (mevzuat.gov.tr) 'dil, ırk, milliyet, renk, cinsiyet, engellilik, siyasi düşünce, felsefi inanç, din veya mezhep farklılığından kaynaklanan nefrete dayalı ayrımcılık suç sayılmıştır' (Avşar ve Varış, 2022, s. 357) olarak düzenlenmiştir.

Araştırma Amacı -Yöntem – Örneklem ve Bulguları

Bu çalışmada, siyasilere yönelik nefret söyleminin çevrimiçi yansımalarını Twitter üzerinden incelemek amaçlanmıştır. Örneklem olarak Tokyo 2020 Olimpiyat oyunları sonrasında kazanılan başarıları kutlamak adına paylaşımında bulunan altı siyasi aktörün paylaşımlarının altına gelen toplam 2.436 tweet incelenmiş ve her siyasi aktörün mesajının altına gelen şiddet içerikli cevaplar arasından en dikkat çekici olan üç cevap seçilmiştir. Nefret söyleminde bulunan Twitter hesaplarının diğer paylaşımları da incelenerek hesapların bu nefret söylemine bulunma nedenleri üzerinde çıkarımlar yapılmıştır. Etkileşim oranı yüksek olan, araştırma döneminde gündemde olan, farklı konumlarda bulunan siyasi aktörlerin Twitter hesaplarında yaptıkları paylaşımlar dikkate alınmış ve paylaşımların altına yapılan cevaplar amaçlı örneklem yoluyla seçilmiştir. Çalışmada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Cumhuriyet Halk Partisi

Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener, Saadet Partisi Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu, Demokrasi ve Atılım Partisi Genel Başkanı Ali Babacan ve İçişleri Bakanı Süleyman Soylu'nun paylaşımlarına cevap veren hesaplar incelenmiştir. İncelenen hesapların araştırma sonrasında herhangi bir olumsuz duruma maruz kalmaması için ve araştırmada hesapların gerçek kişilere ait olup olmadığının belirlenmesinin sınırlı olmasından dolayı hesap isimleri ve profil fotoğrafları bulanıklaştırılarak gizlenmiştir. Bu araştırmada incelenen nefret söylemleri ve söylemi gerçekleştiren hesapların dijital şiddet içeriklerini ne kadar yoğunlukla gerçekleştirdikleri, incelenen hesapların nefret söylemini tekrarlayıp başka kişilere yönelik bir şiddette bulunup bulunmadığı da göz önüne alınarak bu hesapların genel durumları incelenmiştir. Analizde söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi ile dil ve temsilin ne şekilde üretildiğine ek olarak temsil, anlam, iktidar arasındaki ilişkiler, kimlikler ve öznelliklerin oluşumu irdelenmektedir (Yardımcı ve Doğruel, 2019, s. 137). Söylem, ideolojilerin yeniden üretiminde rol oynar. Söylem yapıları içinde imgeler, söz dizimi ve tonlamadan tutun da konu, tutarlılık, varsayımlar, metaforlar ve çıkarımlar gibi anlamın birçok yönüne kadar çoğu konuda ideolojilerin söylem yapılarını nasıl etkilediği önem kazanmaktadır (Van Dijk, 2003, s. 13-14). Van Dijk, söylemin yapısal bağlamda kendine has kategori ve unsuru olan birçok düzeyde yapıyı içermesinden dolayı oldukça karmaşık bir olgu olduğunu belirtmektedir. Söylem karmaşık olduğu ve ideolojik yapılar farklı şekillerde ifade edilebildiğinden, daha pratik bir 'buldurucu' ya, ideolojiyi metin ve konuşmada bulmayı sağlayan bir yöntemle sahip olmada faydalı olmaktadır (Van Dijk, 2003, s. 53-54). Tweetlerin içeriklerinin en doğru şekilde analiz edilebilmesi için, Van Dijk'in (1988) söylem analizi modeli örnek alınarak yapılan paylaşımlar makro ve mikro düzeyde incelenmiştir. Bu yöntemde metinler makro ve mikro olmak üzere iki ana boyutta incelenir. Makro boyutta metinlerin tematik açıdan içerikleri tespit edilirken, mikro boyutta ise cümle yapıları ile içeriği tespit edilirken aynı zamanda yorum kısmı yer alır (Solak, 2011, s. 3). Tespit edilen nefret söylemleri, Hrant Dink Vakfı tarafından 2019 yılında hazırlanan "Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem 2019 Raporu"nda (hrantdink.org/tr) yer alan nefret kategorilerine ayrılarak incelenmiştir.

1. **Kategori:**

Abartma/Yükleme/Çarpıtma: Bir kişi ya da olaydan yola çıkarak bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, abartma, olumsuz atıf içeren söylemler

2. **Kategori:**

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

3. **Kategori:**

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

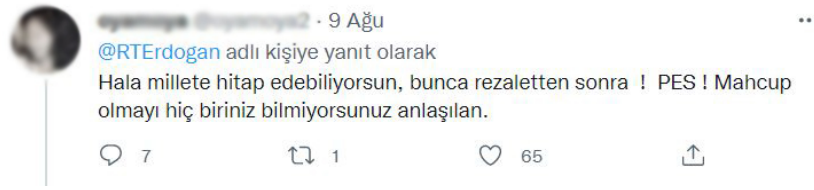
4. **Kategori:**

Simgeleştirme: Doğal bir kimlik ögesinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanıldığı, simgeleştirildiği söylemler

Tablo 1: Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan		Tokyo'daki olimpiyatlara katılan bütün sporcuları tebrik etmiştir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar

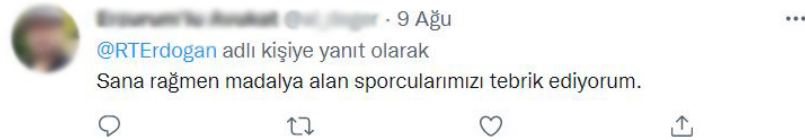


Makro Analiz:

“Hala millete hitap edebiliyorsun, bunca rezaletten sonra ! PES ! Mahcup olmayı hiç biriniz bilmiyorsunuz anlaşılır.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Ünlem işareti ve büyük harflerle yazımla belirli kısımları vurgulanmıştır. Tweet 7 cevap 1 retweet ve 65 beğeni almıştır.

Mikro Analiz:

Tweet incelendiğinde siyasi aktörün bazı olayları kabullenmeyerek görmezden geldiği ima edilmiş ve aktör suçlanmıştır. Tweet içerisinde ciddi bir hakaret aşağılama bulunmamaktadır. Söylem içerisinde yapılan atıflar sadece siyasi aktöre değil temsil ettiği siyasi görüşe de yüklenmektedir. Yani anonim bir yaklaşım söz konusudur. Bu söylemi olumsuz bir durumu yükleme olarak görmek ve birinci kategoride değerlendirmek mümkündür. Hesabın incelenmesi sonucu bu hesap özel olarak sadece siyasi paylaşımlar yapmak üzere açılmıştır. Paylaşımları mevcut siyasi iktidara karşı paylaşımlardan oluşmaktadır.



Makro Analiz:

“Sana rağmen madalya alan sporcularımızı tebrik ediyorum.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet herhangi bir etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweet incelendiğinde; siyasi aktörün uluslararası oyunlarda kazanılan başarıların önünde bir engel gibi algılandığı ve bu engellemelerin başarısız olduğu ima edilmektedir. Bu söylemde bir çarpıtma söz konusu olduğundan dolayı birinci kategoride değerlendirmek mümkündür. Hesabın incelenmesi sonucu birçok siyasi paylaşım yapılmasına rağmen ciddi bir şiddet içeriği yoktur.



Makro Analiz:

“Yaa Reis birgün sende ülkemizi hakkıyla temsil etsen.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet bir beğeni almıştır.

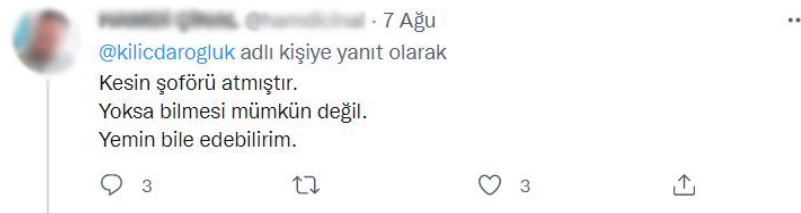
Mikro Analiz:

Tweet incelendiğinde; siyasi aktörün temsil kabiliyetinin düşük olduğu alaycı bir ifade ile dile getirilmiştir. Bu söylemde olumsuz bir çarpıtma olduğundan dolayı birinci kategoride değerlendirmek mümkündür. Hesabın incelenmesi sonucu belirli bir siyasi görüşe hakim paylaşımlar yapıldığı ve hesabın sahibinin anonim olduğu gözlenmektedir.

Tablo 2: CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu		Tokyo olimpiyatlarında madalya kazanan kadın sporcuları tebrik etmiştir.

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar



Makro Analiz:

“Kesin şoförü atmıştır. Yoksa bilmesi mümkün değil. Yemin bile edebilirim.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Kişi söylemini “Yemin” ile vurgulamıştır. Tweet 3 cevap ve 3 beğeni almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörün yetersiz ve bilgisiz olduğunu, uluslararası müsabakalar ile hiçbir ilgisinin olmadığı ima edilmektedir. Bu içerik olumsuz bir durumu siyasi aktöre yükleme ve siyasi aktörü aşağılama durumundan dolayı birinci ve ikinci kategoride yer almaktadır. Hesabın incelenmesi sonucu bu hesap sürekli olarak siyasal şiddet içerikli paylaşımlar ile muhalefet görüşlerine karşı bir aşağılama ve hakaret içerikli paylaşımlar yapmaktadır.

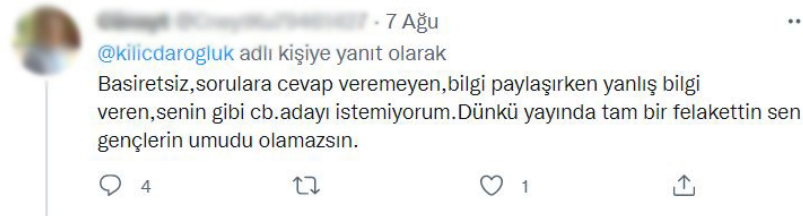


Makro Analiz:

“Sen kutlamayaydın iyiydi yaaa. Allah korusun sakatlanmasın kızlar.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 1 cevap ve 1 beğeni almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktör sürekli kötü giden şeylerden sorumlu tutulmaktadır. Yapacağı iyi eylemlerin dahi kötü sonuçlanabileceği vurgulanmıştır. İçerik bu durumda olumsuz bir durumu siyasi aktöre yüklediğinden dolayı birinci kategoride yer almaktadır. Hesabın incelenmesi sonucu bu hesap sürekli olarak siyasal şiddet içerikli paylaşımları ile dikkat çekmektedir. Özellikle fiziksel şiddeti destekleyici yorumları ile şiddete büyük bir meyil olduğu söylenebilir.



Makro Analiz:

“Basiretsiz, sorulara cevap veremeyen, bilgi paylaşırken yanlış bilgi veren, senin gibi cb.adayı istemiyorum. Dünkü yayında tam bir felakettin sen gençlerin umudu olamazsın.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 4 cevap ve 1 beğeni almıştır.

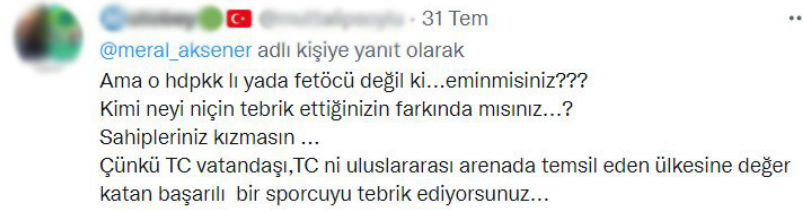
Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörün yetersiz ve insanları yanlış yönlendirip, yanlış bilgiler verdiği ifade edilmiştir. Siyasi aktör aşağılandığı için bu içerik ikinci kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu anonim olan hesap üzerinden birçok siyasi paylaşım yapılmasına rağmen ciddi bir şiddet içeriği yoktur.

Tablo 3: İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener		Tokyo olimpiyatlarında altın madalya kazanan Mete Gazoz'u tebrik etmiştir.

İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar

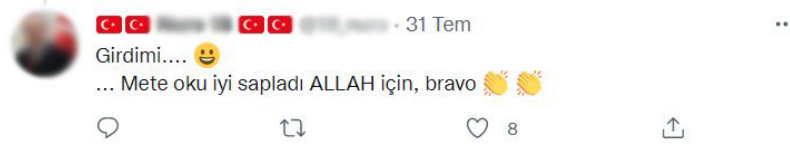


Makro Analiz:

“Ama o hdpkk lı yada fetöcü değil ki... eminmisiniz??? Kimi neyi niçin tebrik ettiğinizin farkında mısınız...? Sahipleriniz kızmasın ... Çünkü TC vatandaşı,TC ni uluslararası arenada temsil eden ülkesine değer katan başarılı bir sporcuyu tebrik ediyorsunuz...” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Çok fazla noktalama işareti kullanılarak söylem vurgulanmıştır. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde saldırgan bir dil ile siyasi aktörü ve temsil ettiği düşüncüyü kötülemiştir. Alaycı bir üslup ile siyasi aktörün terörist gruplar ile birlikte olduğunu iddia etmektedir. Bu içerik çarpıtma ve aşağıma içerdiğinden dolayı hem birinci hem de ikinci kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu kişinin sürekli olarak kendi düşüncesini olumlayarak diğer görüşlerin yanlış ve kötü olduğunu şiddet içerikli söylemler ile dile getirdiği gözlemlenmiştir.



Makro Analiz:

“Girdimi... Mete oku iyi sapladı ALLAH için, bravo” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 8 beğeni almıştır. Bir başka hesaptan atılan cevapta da “Mete'nin attığı ok Meral'in Tam ağzının ortasına düştü” gibi benzer bir tweet dikkat çekmektedir.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktöre karşı cinsiyetçi bir şekilde hakaret edilerek şiddet söyleminde bulunmuştur. Bu içerik ikinci kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu farklı görüşlere yönelik cinsiyetçi ve şiddet içerikli paylaşımlar yapılarak nefret söylemi gerçekleştirilmektedir.



@meral_aksener adlı kişiye yanıt olarak

Teşekkürler hırsınıza yenilmeyip mete gazoz kardeşimizi de karalamadığınız, ona da iftira atmadığınız için

Makro Analiz:

“Teşekkürler hırsınıza yenilmeyip mete gazoz kardeşimizi de karalamadığınız, ona da iftira atmadığınız için” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde alaycı bir şekilde siyasi aktörün sürekli olarak iftira attığı ve herkesi kötülemeye çalıştığı iddia etmiştir. Bu içerik abartma ve çarpıtma içerdiğinden dolayı birinci kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu bu hesap sürekli olarak siyasal şiddet içerikli paylaşımlar ile muhalefet görüşlerine karşı bir aşağılama ve hakaret içerikli paylaşımlar yapmaktadır.

Tablo 4: SP Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
SP Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu	 <p>Temel Karamollaoğlu  ... @T_Karamollaoglu</p> <p>#OlimpiyatOyunlari'nda kadınlar boksta gümüş madalya alan Buse Naz Çakıroğlu'nu ve altın madalya kazanan Busenaz Sürmeneli'yi yürekten kutluyorum.</p> <p>  </p> <p>ÖÖ 10:44 · 7 Ağu 2021 · Twitter for iPhone</p>	Olimpiyat oyunlarında başarı elde eden Buse Naz Çakıroğlu ve Busenaz Sürmeneli'yi tebrik etmiştir.

SP Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu'nun Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar



Makro Analiz:

“O kadar yöneticilik yaptın... spora zerre katkın katılımın olmadı... Bırak laf salatasını...” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörün daha önce yaptığı çalışmalarında konu ile ilgili daha önce hiçbir girişiminin olmadığı ifade edilerek nefret söyleminde bulunmuştur. Bu içerik olumsuz bir durumu siyasi aktörün üzerine yüklenmesinden dolayı birinci kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu farklı siyasi aktörlere yönelik aşağılayıcı söylemlerde bulunduğu ve sürekli olarak şiddet içerikli paylaşımlar yapıldığı gözlenmiştir.

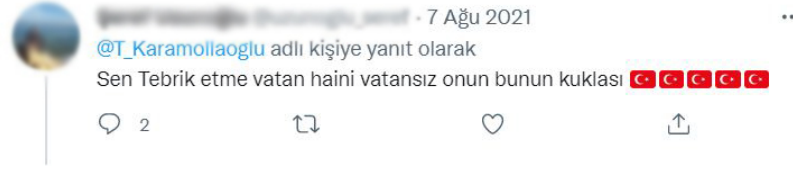


Makro Analiz:

“Bu sıralar fazla sesin çıkmıyor, kenara çekildin zamanın gelince bitecek işin ve görevin” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 2 cevap almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktöre karşı tehdit içeren bir paylaşım yapmıştır. Bu içerik düşmanlık içerdiğinden dolayı üçüncü kategoride değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu yaptığı paylaşımlar da birçok siyasi aktöre yönelik şiddet unsuru bulunmaktadır.



Makro Analiz:

“Sen tebrik etme vatan haini vatansız onun bunun kuklası” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 2 cevap almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktöre yönelik hakaret ve düşmanlık yapılmaktadır. Bu içerik ikinci ve üçüncü kategorilerde değerlendirilebilir. Hesabın incelenmesi sonucu siyasi paylaşımların çokluğu dikkat çekmektedir. Özellikle belirli bir siyasi düşünceye ait paylaşımların ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Tablo 5: DEVA Partisi Genel Başkanı Ali Babacan Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
DEVA Partisi Genel Başkanı Ali Babacan		Tokyo olimpiyatlarında altın madalya kazanan Mete Gazoz'u tebrik etmiştir.

DEVA Partisi Genel Başkanı Ali Babacan'ın Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar



Makro Analiz:

“Ali efendi senin Tayyip Erdoğan'a imza verip Abdullah için çalıştığını söylediğin günden beri hiç samimi ve dürüst gelmiyor söylediklerin. Burda da acaba italyani destekliyor muydu diye düşünmekten kendimi alamıyorum.” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörün kendi içerisinde çelişkiler yaşadığı iddia edilmiş ve dürüst olmadığı belirtilmiştir. Siyasi aktörü rakip sporcuyu desteklemek ile suçlamıştır. Bu içerik olumsuz bir durumu yükleme ve çarpıtma konularından değerlendirilmekte ve içerik birinci kategoride yer almaktadır. Hesabın incelenmesi sonucu özellikle bir siyasi düşünceye ait paylaşımlar yapılmaktadır. Birçok siyasi liderin paylaşımlarının altına şiddet içeren cevaplar vermektedir.



Makro Analiz:

“Ha ali bu senin elemanın değilmiydi yok ama sen ne yapabilirsin ki bu çocuk bilal erdoganin turkiyeye yetistirdigi yigit sen böyle bi yigit kazandirabildinmi memlekete” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörü aşağılayarak kendi düşüncesini yüceltmıştır. Bu içerikte abartma ve aşağılama olduğundan dolayı birinci ve ikinci kategoride değerlendirilmektedir. Hesabın incelenmesi sonucu özellikle bir siyasi düşünceye ait paylaşımlar yapılmıştır. Paylaşımları ağır hakaret ve şiddet içermektedir.



Makro Analiz:

“Bizde halk size yetki vermişken sizin yaptıklarınızla gurur duymak isterdik ama pek bir deva olmadınız maalesef!” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet herhangi bir etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweet incelendiğinde; siyasi aktörün daha önceki çalışmalarında başarısız olduğu ve herhangi bir sorunun çözümüne katkı sağlamadığı vurgulanarak olumsuz durum siyasi aktöre yüklenmiştir. Bu söylemi birinci kategoride değerlendirmek mümkündür. Hesabın incelenmesi sonucu çok fazla siyasi paylaşım göze çarpmamaktadır.

Tablo 6: İçişleri Bakanı Süleyman Soylu Tarafından Atılan Tebrik Tweeti

Siyasi Aktör	Atılan Tweet	İçerik
İçişleri Bakanı Süleyman Soylu		Tokyo olimpiyatlarında altın madalya kazanan Busenaz Sürmeneli ve gümüş madalya Buse Naz Çakıroğlu'nu tebrik etmiştir.

İçişleri Bakanı Süleyman Soylu'nun Attığı Tebrik Tweetine Verilen Şiddet İçerikli Cevaplar



Makro Analiz:

“Aman dikkat @busenazsurmneli kardeşim ganimet avcıları var madalyana sahip ol” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 2 cevap ve 95 beğeni almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktörü suçlayıcı bir içerik olduğu gözlenmektedir. Bu içerik çarpıtma ve abartma içerdiğinden dolayı birinci kategoride değerlendirilmektedir. Hesabın incelenmesi sonucu özellikle bir siyasi düşünceye ait paylaşımların sıklıkla yapıldığı görülmektedir.



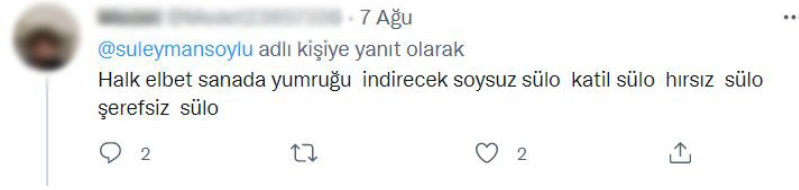
Makro Analiz:

“Escobar seni tanısa yanına staja gelirdi bunca iddia delil karşısında susmak değil istifa etmelisin artık TAMAM hepinize TAMAM!!!” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet 1 retweet ve 67 beğeni almıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde dünyaca ünlü uyuşturucu baronu ile siyasi aktörün kıyaslamasını yaparak siyasi aktörün istifa etmesini istemiştir. Bu kıyas olumsuz bir durumu siyasi aktöre yükleme ve çarpıtma içermektedir. Bundan

dolayı içerik birinci kategoride değerlendirilmektedir. Hesabın incelenmesi özellikle bir siyasi düşünceye ait paylaşımlar yapıldığı görülmektedir.



Makro Analiz:

“*Halk elbet sanada yumruğu indirecek soysuz sülo katil sülo hırsız sülo şerefsiz sülo.*” tweeti siyasi aktörün kutlama mesajının altına cevap olarak verilmiştir. Tweet etkileşim almamıştır.

Mikro Analiz:

Tweetin içeriği incelendiğinde siyasi aktöre karşı hakaret ve küfür ile nefret söyleminde bulunulmuştur. Bu içerik ikinci kategoride değerlendirilmektedir. Hesabın incelenmesi sonucu özellikle bir siyasi düşünceye karşı şiddet içerikli paylaşımlar yapıldığı görülmektedir.

Bulgular

Yapılan çalışma sonucunda Twitter üzerinden yapılan şiddet eylemleri ve nefret söylemleri genel olarak kullanıcısı direkt tespit edilemeyen anonim hesaplar üzerinden yapıldığı tespit edilmiştir. Bu hesapların içeriği incelendiğinde yaptıkları paylaşımların belirli bir siyasi düşünceye karşı ciddi bir nefret söylemi içerisinde olduğu ve siyasi aktörlerin yapıları paylaşımlara çok şiddetli ağır söylemlerde bulunduğu gözlemlenmiştir. Özellikle muhalefette yer alan siyasi aktörlerin bu şiddete daha çok maruz kaldığı söylenebilir. Şiddet içeriğinde çok yoğun bir şekilde cinsiyetçi bir bakış açısının etkileri görülmektedir. Bunların aksine kullanıcıları belli olan hesapların ise söylemleri diğer hesapların söylemlerine göre daha hafif olduğu ve ağır hakaretler içermediği tespit edilmiştir. Kadın siyasi aktörlerin erkek siyasi aktörlere nazaran daha ağır söylemlere maruz kaldığı ve cinsiyetçi hakaretlere uğradığı, özellikle muhalefet olan siyasi aktörlerin çok ciddi nefret söylemine uğradığı belirlenmiştir. Altı siyasi aktörün Tokyo 2020 Olimpiyatlarında kazanılan başarıları kutlamak için yaptığı Twitter paylaşımlarının altına verilen on sekiz nefret söylemi içeren cevap incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda on dört cevap birinci kategoride (Abartma/Yükleme/Çarpıtma), altı cevap ikinci kategoride (Küfür/Hakaret/Aşağılama), iki cevap üçüncü kategoride (Düşmanlık/Savaş söylemi) yer almaktadır. Nefret söyleminde bulunan hesapların diğer paylaşımları incelendiğinde genellikle siyasi paylaşımlarda buldukları ve birçok konuda siyasi aktörlerin paylaşımlarının altına nefret söylemi içeren cevaplar verdikleri görülmektedir. Bu cevapların çoğunlukla siyasi aktörleri suçlayan ve ağır hakaretler içeren paylaşımlar olduğu gözlemlendi. Özellikle muhalefet olarak görev yapmakta olan siyasi aktörlerin paylaşımlarının altına çok daha fazla nefret söylemi içeren cevap verildiği tespit edilmiştir.

Sonuç

Yapılan inceleme neticesinde özellikle siyasi aktörler içerisinde muhalefet kesiminde bulunan adayların daha çok dijital şiddete ve nefret söylemine maruz kaldığı tespit edilmiştir. Bu aktörler içerisinde ise yine en çok kadın siyasilerin diğer siyasi aktörlere göre daha çok cinsiyetçi bir nefret söylemine, küfür ve hakarete maruz kaldığı söylenebilir. Çalışma sonucunda; nefret söylemi içeren paylaşımlarda en fazla “abartma/yükleme/çarpıtma” olarak sınıflandırılabilir nefret söylemlerinin kullanıldığı, bunu “küfür/hakaret/aşağılama”ya yönelik söylemlerin takip ettiği tespit edilmiştir.

Şiddet içerikli paylaşım yapan hesaplar ve paylaşımlar incelendiğinde ise bu hesapların birbirleri ile bağlantılı olarak sürekli bir şiddet eğiliminde oldukları farklı siyasi paylaşımlara sıklıkla küfür ve hakaret içeren cevaplar verdikleri görülmektedir. Özellikle fiziksel şiddet içeren paylaşımlar üzerinden hakaret içerikli ve aşağılayıcı mesajlar ile olumsuz bir olayı olumlayarak paylaşmaktadırlar. Şiddet içerikli paylaşımları yapan hesapların genellikle anonim hesaplar olduğu ve paylaştıkları içerikler ile yazdıkları cevapların belirli bir siyasi düşünce etrafında şekillendiği gözlemlenmiştir. Siyasi paylaşımlara yapılan şiddet içerikli cevaplara karşı verilen tepkiler ise yine şiddet içerikli olmaktadır. Sosyal medya üzerinde bu hesapların siyasi bir karşılaşma yaşayarak birbirlerine karşı ağır hakaret, aşağılama ve düşmanlık yaptıkları görülmektedir. Yapılan analizlerde gerçekleştirilen nefret söylemi genellikle cinsiyetçi bir yaklaşımla yapılmış ve bu nefret söyleminde bulunan hesaplar buna benzer birçok siyasi aktöre veya belirli siyasi düşünceyi savunan, siyasi görüşü hakkında fikir paylaşımında bulunan kişilere karşı da gerçekleştirilmiştir. İnsanların kendi görüşleri dışındaki görüşlere karşı duyduğu öfke ve aşağılama düşüncesi kişileri dijital şiddet içerikli paylaşımlar yapmaya yöneltmektedir. Özellikle insanların birbirlerini görmemesi ve dijital ortamlarda yapılan eylemlerin herhangi bir yaptırımını olmadığı düşüncesi şiddetin boyutunu da arttırmaktadır. Anonimliğin vermiş olduğu özgüven ve eylemlerinin karşısında herhangi bir yaptırım görmeyeceği düşüncesi insanların şiddete yönelmesini desteklemektedir. Bu tür dijital şiddet eylemlerinin artmasının birçok faktörü vardır. Bunlardan en önemlilerinden birisi de insanların dijital ortamlarda şiddet unsurlarına çok fazla maruz kalmaları sebebiyle yaşanan şiddete karşı duyarsızlaşmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durum insanların empati yeteneğini köreltmekte ve kendileri bir şiddet eylemine maruz kalmadıkça yaşanan şiddet olaylarına karşı duyarsızlaşmaktadırlar. Milli bir olay karşısında dahi şiddet içerikli cevapların veriliyor olması, insanların kendi düşünce ve fikirlerine zıt kişi ve durumlara ne kadar radikal ve hoş görüden uzak olabileceklerini göstermektedir. Bu durum insanları şiddet söylemlerine ve şiddet içerikli davranışlara yöneltmektedir. Şiddet içerikli paylaşımların ve şiddet olaylarının sürekli olarak tekrarlanması sonucu insanlar şiddete karşı duyarsızlaşmaya başlamaktadır. Bunun sonucunda zamanla şiddeti normal görmekte ve kendileri de şiddet faaliyetinde bulunabilmektedir.

Birlik ve beraberliğin vurgulandığı; milli, dini bayramlar, spor müsabakalar, uluslararası etkinlikler, kazanılan başarı ve ödüllerde siyasi aktörler ve kanaat önderleri tarafından yayınlanan tebrik ve kutlama mesajlarının ortak bir

açıklama veya ortak bir dil ile paylaşılması şiddet içeren paylaşımların da azalmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Şiddet içerikli paylaşımların sürekliliği ve tekrarlanması insanları gerçek yaşamda da şiddete itebilmektedir. Olası bir olağanüstü durumda dijital olarak gerçekleştirilen şiddet eylemleri belli bir gruba veya düşünceye karşı sokak eylemlerine ve fiziksel şiddete de dönüşebilmektedir.

Kaynakça

- Aydos, S. S., & Aydos, O. S. (2019). Yeni medyada nefret söylemi ve nefret söyleminden doğan hukukî sorumluluk. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 23(2), 3-35.
- Bulunmaz, B. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Sosyal Bilimler Dergisi, 2014(19). <https://doi.org/10.12780/uusbd.44538>
- Aziz, A. (2021). Siyasal İletişim, Nobel Yayınevi, Ankara
- Bayrak, T. (2017). Sosyal Medyada Dijital Etik: Twitter’da Şiddet İçerikli İletilerin İncelenmesi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(1), 32-46.
- Cebecioğlu, G., & Altıparmak, İ. B. (2017). Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma.
- Çerasi Çubukçu, C. ve Atiker, B. (2016), Sosyal Medya ve Bilişim Suçları, Enformatik, Toplum ve Hukuk içinde, Legal Yayıncılık, <https://www.researchgate.net/publication/332936451> (Erişim: 28.07.2022)
- Çınar, Ö. (2021). Sosyal Medyada Şiddet. Journal of Management Theory and Practices Research, 2(1), 37-44.
- Işıklı, Ş., & Şirvan, Ö. (2020). Siyasal Zehirlenme, Semptomları ve Sosyal Medya. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 11(42), 143-169.
- Kışlalı, A. T. (2014) Siyaset Bilimi, İmge Kitapevi, Ankara
- Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Söylem Raporu, (2019), <https://hrantdink.org/tr/asulis/yayinlar/72-medyada-nefret-soylemi-raporlari/2665-medyada-nefret-soylemi-ve-ayrimci-soylem-2019-raporu> (Erişim: 15.06.2022).
- Özkan, A., (2004), Siyasal İletişim, Partiler, Seçimler, Stratejiler, Nesil Yay., İstanbul.
- Özulu, S. (2014). Nefret söyleminin engellenmesinde siyaset kurumu. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(7), 15-29.
- Polat, O. (2016). Şiddet. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 22(1), 15-34.
- Solak, Ö. (2011) Küçük Ağa Romanının Eleştirel Söylem Analizi, Akademik Bakış Dergisi, 1-14.
- Solmaz, B. (2020) Siyasal İletişimin Dijital Dönüşümü, Literatürk Academia, Konya
- Taş, E. (2017). Yeni Medyada Nefret Söylemi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(1), 60-71.
- Tunçer, Ç. (2020). Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük’te Çinli Algısı. İnsan ve İnsan, 7(25), 65-84.
- Türk Dil Kurumu Genel Sözlük <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01.08.2022)

- Van Dijk, T (2003) “Söylem ve İdeoloji Çok Alanlı Bir Yaklaşım,” Çev: N. Ateş, Söylem ve İdeoloji, Haz: Barış Çoban, Zeynep Özarlan, İstanbul: Su Yayınları. İstanbul.
- Varış, M., & Avşar, B. (2022), Sosyal Medyada Nefret Söylemi. TRT Akademi, 7(14), 348-359.
- Weber, A. (2009). Nefret Söylemi El Kitabı. (Çev. M. Çulhaoğlu). Avrupa Konseyi Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 2009)
- WeAreSocial, <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (Erişim tarihi: 01.08.2022).
- Yardımlı, G. & Doğruel, H., (2019), Eleştirel Söylem Çözümlemesi Bağlamında Haber Metinlerinin İncelenmesi, Erciyes İletişim Dergisi, Cilt/ 6, Sayı/ 1, 137-148.
- Yumrukuz, Ö. (2017). Şiddete Karşı Duyarsızlaşma ve Sosyal Medya İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. Marmara İletişim Dergisi, (28), 89-106.
- 5651 Sayılı Kanun,
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf?dil=tr-TR> (Erişim tarihi: 12.08.2022).
- 5237 Sayılı TCK 122. Madde
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> (Erişim tarihi: 12.08.2022).
- Ensonhaber, <https://www.ensonhaber.com/medya/ebrar-karakurt-hizli-cikti-takim-arkadasiyla-yeni-bir-aska-yelken-acti-paylasimi-sosyal-medyayi-yikti;> (Erişim Tarihi: 14.08.2022).
- Yeni Akit, <https://www.yeniakit.com.tr/haber/cnn-trumpa-hakaret-eden-reza-aslanin-isine-son-verdi-343460.html> , (Erişim Tarihi: 14.08.2022).

Haber Değerinin Değişimi, Dijitalleşme ve Tabloidleşme: Rusya-Ukrayna Savaşı ve TV Haberleri

1_2_3_4



Mehmet Armağan
KASAP *

* Doktora Öğrencisi,
Süleyman Demirel
Üniversitesi,
makasap@gmail.com
ORCID:0000-0001-7915-7876

Gönderilme/ Received

28.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.09.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Öz

Türkiye’de televizyon yayıncılığının tarihi sürecini üç ayrı bölümde özetlemek mümkündür: Kamusal yayıncılık, özel televizyonlar ve bugün yaşanan dijital süreç. Kamusal yayın döneminde kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğu ön planda iken özel televizyon kanallarının ortaya çıkmasıyla eğlence içerikli programlar, sansasyonel habercilik, yanı sıra giden haberin tabloidleşmesi bu dönemi belirleyen tarz olmuştur. 24 Şubat 2022 tarihinde Rusya’nın Ukrayna’ya başlattığı işgal harekâtı, ana haber bültenlerinde haberin tabloidleşmesi örneklerini sunmaktadır. Bu çalışmanın öndeyisi, kamuyu etkileyen bir haber söz konusu olduğunda kamu yayıncılığı ile özel yayıncılıkta haberin çerçevelenmesinin birbirinden farklı olduğudur. Dijitalleşmenin ön plana çıktığı günümüzde haber değeri değişime uğramış ve tabloidleşme artmıştır. Haber değerinin değişimi ve dijitalleşmeyle artan tabloidleşme araştırılmaya, sorgulamaya ve bilimsel çıkarımlarda bulunmaya olanak veren bir vakadır. Show TV, FOX TV ve TRT 1 ana haber bültenleri niteliksel bir içerik analizine tabi tutulmuş, dijitalleşmenin haber değerinde de değişime neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özel televizyonların olağan dışı gelişmelerin olduğu dönemlerde dahi tabloid habercilikten vazgeçmediği kamu yayıncılığında ise tabloid haberlerin daha az tercih edildiği tespit edilmiştir. Dijitalleşmenin kavga, çatışma, sömürü, eğlence, istismar gibi içeriklerin üretilmesini hızlandırdığı, yurttaş gazeteciliğinin devreye girmesiyle vatandaşların da tabloidleşmeye katkı sunduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Haber Değeri, Tabloidleşme, Dijitalleşme, Rusya-Ukrayna Savaşı.

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

³ Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Kasap, M. A. (2022). Haber Değerinin Değişimi, Dijitalleşme ve Tabloidleşme: Rusya-Ukrayna Savaşı ve TV Haberleri. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 192-208. doi:10.29228/itamder.6



Change in News Value, Digitization and Tabloidization: Russia-Ukraine War and TV News



Mehmet Armağan
KASAP *

* PhD Student, Suleyman
Demirel University,
makasap@gmail.com
ORCID:0000-0001-7915-7876

Gönderilme/ Received

28.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.09.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Abstract

It is possible to summarize the historical process of television broadcasting in Turkey in three separate sections: Public broadcasting, private televisions and the digital process experienced today. While the responsibility of informing the public was at the forefront in the period of public broadcasting, entertainment programs, sensational journalism, as well as tabloidization of outgoing news became the style that determined this period with the emergence of private television channels. The invasion operation launched by Russia on Ukraine on 24.02.2022 offers examples of tabloidization of the news in the main news bulletins. The premise of this study is that when it comes to news that affects the public, the framing of the news in public broadcasting and private broadcasting is different from each other. Today, when digitalization has come to the fore, news value has changed and tabloidization has increased. The change in news value and increasing tabloidization with digitalization is a case that allows research, questioning and making scientific inferences. Show TV, FOX TV and TRT 1 main news bulletins were subjected to a qualitative content analysis and it was concluded that digitalization also caused a change in news value. It has been determined that private televisions do not give up tabloid journalism even in periods of extraordinary developments, and tabloid news are less preferred in public broadcasting. It has been seen that digitalization accelerates the production of content such as fight, conflict, exploitation, entertainment and abuse, and citizens also contribute to tabloidization with the introduction of citizen journalism.

Keywords: News Value, Tabloidization, Digitalisation, Russia-Ukraine War



Giriş

Türkiye’de televizyon yayıncılığı ilk olarak 1968 yılında başlamış ve geçen 50 yılı aşkın sürede teknolojik gelişmeler ve ihtiyaçların farklılaşmasıyla büyük bir değişime uğramıştır.

Bu değişim sürecini sırasıyla kamu yayıncılığı, özel yayıncılık ve dijitalleşme başlıkları altında kategorize edebiliriz. Kamu yayıncılığında tek yönlü olarak bilgi aktarımı ve toplumu bilinçlendirme adına hareket edilirken, 1990’lı yıllardan itibaren özel televizyon kanallarının yayına geçmesiyle yeni bir sürece girilmiştir. Televizyon yayıncılığının yalnızca kamu hizmeti olmaktan çıkmasıyla, sermaye ve yatırımın devreye girmesiyle medya sahiplerinin ticari kaygıları bu süreçte dikkat çekmeye başlamıştır. Habercilik ve haber değeri kavramları da değişimden nasibini almış ve izlenme oranını ifade eden reyting kavramı ortaya çıkmıştır. Reytingin yüksek olması, programın daha fazla sayıda kişi tarafından izlenmesi anlamına geldiğinden, reklam ve dolayısıyla sermaye ve kâr elde etmenin de yolunu açmıştır. Kamuoyunu bilgilendirme işlevi zamanla yerini eğlence içerikli programlara, sansasyonel haberciliğe bırakmış ve habercilikte de tabloidleşme dönemi başlamıştır.

Kamusal yayın döneminde bilgi ve haber akışını sağlama ve kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğu ön planda iken sermaye odaklı özel televizyon kanallarının ortaya çıkmasıyla ile eğlence içerikli programlar, sansasyonel habercilik, yanı sıra giden haberin tabloidleşmesi bu dönemi belirleyen tarz olagelmıştır. “Tabloidleşme⁵” sıklıkla, gazeteciler, medya eleştirmenleri ve akademisyenler tarafından kitle iletişim araçlarındaki güvenilir trendleri karakterize etmek için kullanılmıştır (Esser, 1999, s. 291). “Tabloid” önceki dönem gazetelerine oranla küçük ve daha kolay okunabilir formatta, fiyat olarak daha ucuz, nispeten daha çok sansasyonel haberlere, magazin haberlerine yer veren gazete biçimini tasvir etmekte kullanılmıştır. Medyada kullanıldığı anlamıyla tabloid, ilk olarak Alfred Harmsworth tarafından bir ilaç firmasından esinlenilmek suretiyle “tablet” ve “alkaloid” sözcüklerinin birleşiminden oluşmuştur (Örnebring ve Jönssön, 2004, s. 285).

1896 yılında kurulan Daily Mail, tabloid gazeteciliğin ilk örneğini teşkil etmektedir. Gazete taşınabilirliğinin, diğer gazetelere oranla yarı ebatta olması, yer kaplamaması sayesinde toplu taşıma araçlarında dahi kolayca okunabilmesiyle kısa sürede halk tarafından benimsenmiş ve tirajlarını artırmıştır. Gazetecilikte yaşanan bu değişim ileriki yıllarda televizyonculuğu da etkilemiş ve gazetelerin karşılaştığı teknolojik baskıların benzeri yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarında televizyonculukta da yaşanmıştır (Lotz, 2007, aktaran García-Perdomo, 2021, s. 543). İleriki yıllarda televizyon haberciliğinde de tabloid haberciliğe doğru bir dönüşüm yaşanmış ve dijitalleşmenin de etkisiyle tabloidleşmeye yeni uzamlar dahil olmuştur.

⁵ Tabloidleşmeyi magazinelleşme olarak çevirenler olsa da gazetecilik jargonunda bir türe denk gelen kavram, magazin kelimesi ile daralmaya uğramaktadır. Bu nedenle bu çalışmada kasıtlı olarak tabloidleşme kavramı kullanılmıştır.

Haber bültenleri enformasyon arayan bireylerin başvurduğu mecralardır. Ana haber bültenleri ise prime-time'da yayınlanması ve gün içindeki tüm haberlerin seçilerek en önemlilerinin kapsam içine alınmasıyla izlenirliği en yüksek olan haber bültenleridir. 24 Şubat 2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'ya başlattığı işgal harekâtı ana haber bültenlerinde haberin tabloidleşmesine dair önemli örnekler sunmaktadır.

Harekatla birlikte Twitter, Instagram, Whatsapp gibi dijital sosyal mecralarda paylaşımlara başlanmıştır. Kamu yayıncılığında tek yönlü olarak bilgi aktarımı ve toplumu bilinçlendirme adına hareket edilirken, 1990'lı yıllardan itibaren özel televizyon kanallarının yayına geçmesiyle yeni bir sürece girilmiştir. Televizyon yayıncılığının yalnızca kamu hizmeti olmaktan çıkmasıyla, sermaye ve yatırımın devreye girmesiyle medya sahiplerinin ticari kaygıları bu süreçte dikkat çekmeye başlamıştır. Habercilik ve haber değeri kavramları da değişimden nasibini almış ve izlenme oranını ifade eden reyting kavramı ortaya çıkmıştır. Reytingin yüksek olması, programın daha fazla sayıda kişi tarafından izlenmesi anlamına geldiğinden, reklam ve dolayısıyla sermaye ve kâr elde etmenin de yolunu açmıştır. Kamuoyunu bilgilendirme işlevi zamanla yerini eğlence içerikli programlara, sansasyonel haberciliğe bırakmış ve habercilikte de tabloidleşme dönemi başlamıştır.

İnsanları, geniş kitleleri konu edinen, etkileyen bir olay söz konusu olduğunda kamu yayını yapan televizyon kanallarında daha az tabloid haber yayınlanırken özel televizyonların haber değerini değiştirdiği ve tabloidleştirdiği varsayımı çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Buna ek olarak ikinci varsayım ise dijitalleşmenin etkisiyle, tabloidleşmenin dijital ortama da yansıdığı ve bir etkileşim içinde olduğudur. Bu etkileşimin doğasıyla birlikte tabloidleşmenin haber değerini de değiştirmesi tartışılabilir bir sorun olarak değerlendirilmiştir.

Rusya-Ukrayna savaşı örnek olayında, haberin dijital olarak anında enformasyon arayan birey tarafından hızla paylaşılması, habercilerin de ana haber bülteni için hazırladığı içeriklerle olan etkileşim klasik yayıncılık ile şiddetli etkileşimsel dijital medya arasındaki farkları da görünür kılmaktadır. Enformasyon arayan kişi dijitalleşmede yaşanan olağanüstü gelişimler sayesinde bilgiye kolayca ve hızlı bir şekilde erişebilmekte özellikle sosyal medyanın da sürece dahil olmasıyla haber kaynakları hızla artmakta ve bu dinamik süreç sayesinde etkileşim ve feed-back de hızla yükselmeye başlamıştır. Artık yeni ve dinamik bir haber üretim ve paylaşım sürecinden bahsetmek mümkündür.

Dijital dağıtım platformları, Facebook Live, Periscope, Snapchat gibi uygulamalar, YouTube Connect, Netflix ve Apple TV gibi mecralar üzerinden televizyon haberinin video tüketimini, canlı yayını ve kablolu uydu işlemlerini kesintiye uğratarak, mobil cihazlar üzerinden gerçek zamanlı olarak geniş kitlelerin video yayınlanmasına izin vermektedir. Bu amaçla işgal ve savaş haberleri, ana haber bültenlerinin nasıl dijitalleştiği ve özel kanallarla kamu yayıncılığı örneği olarak TRT arasında herhangi bir farklı yayıncılık, habercilik yapıp yapılmadığı, farklılık var ise boyutunun ne derecede olduğu incelenmiştir.

Bu çalışma, televizyon haberciliğinde, tabloidleşmeyi birincil verilerle tartışmaya açan akademik bir araştırma makalesi olması nedeniyle bilimsel katkı bakımından önemlidir.

Literatür

Türkiye’de televizyon yayıncılığının başlamasından üzerinden geçen yarım yüzyılın ardından gerek toplumların ihtiyacındaki farklılaşmanın gerekse teknolojinin baş döndürücü şekilde gelişmesinin etkisiyle yayıncılık, bilgiye erişim ve buna bağlı olarak da habercilik anlayışı ve algısı büyük bir değişim göstermiştir. Bu değişim sürecini sırasıyla kamu yayıncılığı, özel yayıncılık ve dijitalleşme başlıkları altında kategorize edebiliriz.

Kamu yayıncılığında tek yönlü olarak bilgi aktarımı ve toplumu bilinçlendirme adına hareket edilirken, 1990 ve sonraki yıllarda kamusal yayıncılığın yanına özel televizyon yayıncılığının da eklenmesiyle yeni bir süreç başlamıştır. Televizyon yayıncılığının yalnızca kamu hizmeti olmaktan çıkmasıyla, sermaye ve yatırımın devreye girmesiyle medya sahiplerinin ticari kaygıları bu süreçte dikkat çekmeye başlamıştır. Habercilik ve haber değeri kavramları da değişimden nasibini almış ve izlenme oranını ifade eden reyting kavramı ortaya çıkmıştır. Reytingin yüksek olması, programın daha fazla sayıda kişi tarafından izlenmesi anlamına geldiğinden, reklam ve dolayısıyla sermaye ve kâr elde etmenin de yolunu açmıştır. Kamuoyunu bilgilendirme işlevi zamanla yerini eğlence içerikli programlara, sansasyonel haberciliğe bırakmış ve habercilikte de tabloidleşme dönemi başlamıştır. Bu dönem, nihayetinde tüm haber ve bilgileri “satılabilirliği” gözeterek üreten yapının kurulmasına yol açmıştır.

Tabloid kelimesinin henüz tam bir Türkçe karşılığı yoktur. Nitekim Türk Dil Kurumunca yayımlanan Türkçe Sözlük’te de bu kelime yer almamaktadır. Tabloid terimi ilk olarak, hap veya tablet olarak konsantre ilaç formu için farmakolojik bir ticari markaya atıf yapmak için kullanılmıştır. Bu narkotik tabloid etkisi ve yutulmasının kolay olması medyaya kolaylıkla aktarılmıştır. 20. yüzyılın ilk yarısında bu terim Londra’da trenlerde ve otobüslerde kolaylıkla okunabilen gazetelerin boyutunu ifade etmek için kullanılmaya başlanmıştır (Fang, 1997, s.103-104).

Buna karşılık "tabloidleşme" terimi oldukça yeni bir kelimedir. Mirriam Webster'daki sözlük ekibi, 1991'de Amerikan kelime dağarcığındaki bu kelimenin ilk kanıtlarını bulmuş ve o tarihten itibaren giderek popüler biçimde kullanılmaya başlayan bu kavram hızla diğer ülkelere de yayılmıştır (Lowe, 1994). Harvard Üniversitesi Politika ve Halkla İlişkiler Direktörü Marvin Kalb'ın (1997, s. 2) “Zor haberlerin (hard news) azaltılması, seks, skandal ve bilgi-eğlence sisteminin artırılması” şeklindeki ifadesi tabloidleşme tanımının özünü oluşturmuştur. İngilizlerin tartışması çoğunlukla yazılı basın üzerine odaklanırken, Almanlar tabloidleşmeyi esas olarak televizyonla sınırlamışlardır (Stephenson, 1998, s.79; Klein, 1998, s.13).

Zamanla tabloidleşme konusunda dile getirilen çeşitli endişeler yaygınlaşmakla birlikte, tartışmanın kendisinin -akademik çevrelerde bile- hala

kafa karıştırdığını göstermiştir. Medyadaki veya toplumdaki belirli gelişmeleri onaylayan veya onaylamayan herhangi bir yorumcu, her şeyi kapsayıcı “tabloidleşme” terimini kolayca kullanabilir. Başka bir deyişle, tabloidleşme terimi, retorik genelleme mantıklı ve düşünömsel eleştiriye gölgede bıraktığı geniş kapsamlı argümanların hizmetine yerleştirilmiş çok amaçlı bir metafor olarak işlev görebilir. Gripsrud’a (2000, s. 298) göre tabloidleşme, ciddi gazetecilikte gerileme dönemini ifade ederken Esser (1999, s. 291) bu terimin kitle iletişim araçlarındaki güveni erozyona uğratan süreci betimlemek ve karakterize etmek üzere kullanıldığını savunmuştur.

Bu çalışmadaki literatür taraması, tabloidleşmenin haber değeri üzerindeki etkisinin ancak geniş bir yelpazede ampirik ölçüler ve analitik araçlar kullanılarak kaliteli medya kuruluşlarının uzun vadeli, uluslararası bir çalışmasıyla yeterince incelenebileceğini ortaya koymuştur. Bu nedenle çalışmada yalnızca tabloid televizyon konusuna odaklanılmış ve tabloidleşmenin haber değerini nasıl değiştirdiğine yönelik inceleme seçili televizyonların ana haber bültenlerinde yayınlanmış haberler üzerinden yapılmış ve yazılı basın kapsam dışında tutulmuştur.

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren televizyon yayıncılığının kamunun tekeline sınırlanması ve özel televizyonların da sisteme dahil olmasıyla birlikte özellikle son yıllarda tabloidleşme artışa geçmiş ve bu durum haber değerinde ciddi bir değişime ve yozlaşmaya yol açmıştır. Bu konuda Türkiye’de pek fazla çalışma yapılmamıştır.

Ergül (2000, s.11), televizyon haberciliğinde tabloidleşmeyi haber bültenlerinde daha az haber değeri taşıyan öğelerin artması ve haberde ikincil öneme sahip popüler ve magazin öğelerin öne çıkartılması olarak iki şekilde tanımlamıştır. Bununla birlikte Türkiye’de, her geçen yıl artan televizyon kanalı sayısına ve haber bültenlerine rağmen, haber değerindeki değişim, haberlerin kamuoyunu aydınlatma, bilgilendirme ve eğitim işlevini yerine getirip getirmediği, haber oluşturulması ve sunumunda gazetecilik ilkelerine bağlı kalınıp kalınmadığı, haberler yapılırken hangi kriterlerin göz önünde bulundurulduğu, tabloidleşmenin haber değerini nasıl etkilediği, kamu yayıncılığı, özel televizyon yayıncılığı, yabancı/yerli sermaye sahipli televizyon kanallarında tabloidleşme konusunda ayrıştımlar olup olmadığı konularında literatürde yeterli çalışma göze çarpmamıştır.

Araştırma Soruları

Araştırma aşağıdaki sorulara cevap aramaktadır:

1- Dijitalleşme televizyon haberciliğinde haber değerinde nasıl bir değişime sebebiyet vermiştir, tabloidleşme var mıdır?

2- Tabloidleşmede kamu yayıncılığı ile özel televizyon yayıncılığı arasında nasıl bir farklılık oluşmaktadır?

3- Dijitalleşmenin, televizyon haberlerindeki içerik üretimine etkisi nasıl olmuştur. Gazetecilik sorumluluk ve doğruluk ilkeleri bu süreçten etkilenmiş midir?

4- Televizyon haberlerinin görselliğe bağlı olması yüzeyselliğe, geç enformasyona ve şaibeli bir duygusallığa sebebiyet vermekte midir?

Yöntem

24.02.2022 tarihinde Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik işgal harekâtı televizyon ana haber bültenlerinde haberin tabloidleşmesi örneklerini sunmaktadır. Bu çalışmada, yöntem olarak televizyon ana haber bültenleri üzerinden nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Nitelik analizi yöntemiyle ulaşılan veriler, Semetko ve Valkenburg tarafından 2000 yılında geliştirilen ve tabloid haberleri kategorize etmede kullanılacak haber çerçeveleme ölçeğindeki beş kategori (çatışma, insani ilgi, sorumluluk atfetme, etik, ekonomik sonuçlar) üzerinden analiz edilmiştir.

Çalışmanın evreni televizyon ana haber bültenleridir. Örneklem olarak ise üç ayrı televizyon kanalının ana haber bültenleri seçilmiştir. Bu kanallar TRT1, Show TV ve FOX TV'dir. TRT 1 kamu yayıncılığı yapması, Show TV, 2022 yılı verilerine göre ulusal kanallar içinde ana haber bülteni genel olarak en yüksek reytinge sahip kanal olması, FOX TV ise uluslararası küresel sermayenin sahipliğinde yayın yapması nedeniyle örnekleme dahil edilmiştir.

Kamusal yayıncılığı özetle, kamu hizmeti için ülkenin geneline ve vatandaşların bütününe yönelik, kamu tarafından finanse edilen ve denetlenen, halkın eğitimi, bilgilendirilmesi, olaylardan haberdar edilmesi, bilinçlendirilmesi, eğlenmesi ve hoşça vakit geçirmesini kendine ilke edinen, özerk, tarafsız, kamu tüzel kişiliği bulunan bir yayıncılık anlayışını ifade etmektedir (Avşar, 2005, s. 93). TRT, Anayasa'nın 133. maddesi ve 2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanunu uyarınca tarafsız bir kamu tüzel kişiliğe sahip Türkiye'nin tek kamu yayın kuruluşudur.

FOX TV, The Walt Disney Company'nin sahibi olduğu FOX Networks Group'un Türkiye'de yayın yapan ulusal televizyon kanalıdır. Show TV, ana haber bülteni reytinglerinde FOX TV ana haber bülteninin ardından ikinci sırada gelmektedir (TİAK, n.d.).

Televizyonların gün içinde belirli aralıklarla ekrana getirdikleri ara haber bültenleri yerine ana haber bültenlerinin tercih edilmesi ise ana haber bültenlerinin gün içinde yapılan yüzlerce haber içerisinden en önemli görülenleri seçilerek oluşturulan ve dolayısıyla tabloid haberin en az sayıda olması beklenen bültenler olmasından kaynaklanmıştır.

Söz konusu televizyonların ana haber bültenleri Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik işgal harekâtını başlattığı günden itibaren bir hafta süreyle (7 gün) incelenmiştir. Bu dönemin seçilmesinin nedeni olağanüstü bir gündemin olduğu savaş döneminde tabloid haberlerin daha az olacağı varsayılmıştır. 24 Şubat-2 Mart 2022

tarihleri arasındaki bu dönemde toplam 21 ana haber bülteni incelenmiş ve tablolar oluşturulmuştur.

Ölçek yorumlanırken, “Teknolojinin Sosyal İnşası Kuramı” (Social Construction of Technology: SCOT) kullanılmıştır. SCOT, ilk olarak Pinch ve Bijker’in (1987) geliştirdikleri bir yaklaşımdır ve tüm ilişkilerin gerek sosyal gerekse teknik görüldüğü takdirde mevcut durumun anlaşılabilirliğini savlar.

Bulgular

Haber denildiğinde klasik iletişim paradigmasında sadece gazetecilik akla gelmektedir. İnal’ın (1996, s. 19) da işaret ettiği gibi; “Habercilik işi artık sadece yazılı basının yani günlük gazete ve haftalık, aylık dergilerin tekelinde değildir. Radyolar ve televizyon kanalları bugün daha yaygın bir kullanıma ve tüketime sahip iletişim araçlarıdır.”

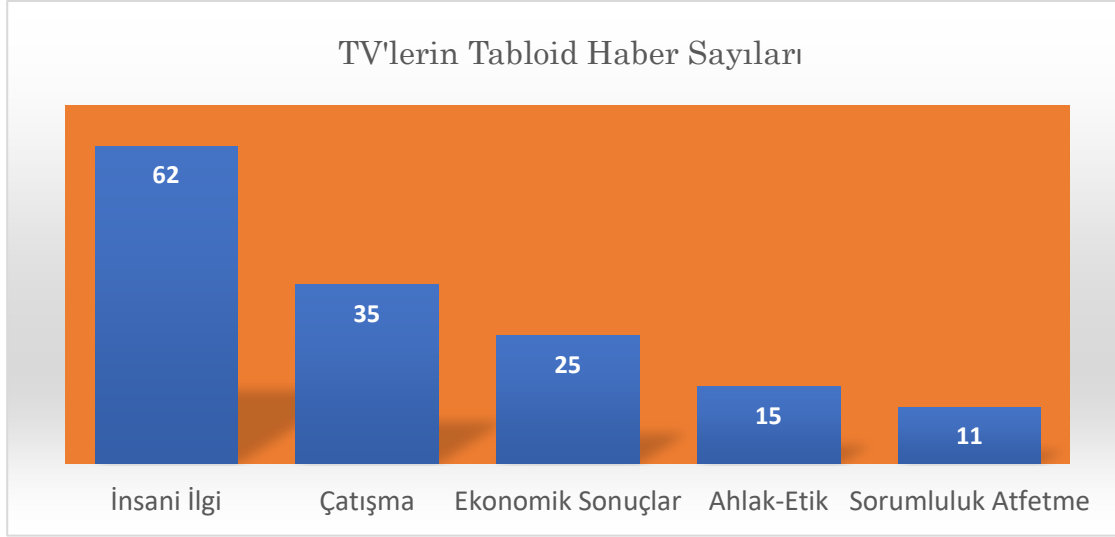
Özsoy (2011), uzun yıllar sosyalleşme aracı olarak görülen kitle iletişim araçlarının, bugün yeni medya içinde, yeni bir sosyallik tanımını tartışmaya açtıklarını belirterek şu ifadeleri kullanır:

“Özünde bireyi yalnızlaştıran, sanal bir uzamda ve alanda gerçekleşen sanal bir sosyalliktir bu. Yeni televizyon ve yaygınlaşan kültür, uzakları, çok uzakları gösterip yakınlaştırırken insanı en yakınındakinden, kendisinden, çevresinden uzaklaştırabilir. İnternet kullanan yeni izleyici (...) aktiftir, hızlıdır, paylaşımcıdır ama bir o kadar egoist, sabırsız ve topluluk içinde yalnızdır” (s. 264).

Bu çalışmada elde edilen verilere, televizyonun da “Youtubelaşmasıyla” FOX TV ve Show TV’nin Youtube kanalları, TRT 1 içinse medya takip merkezinden temin edilen dijital kayıtlar izlenerek ulaşılmıştır.

Tabloidleşmenin getirdiği sorun ya da sonuçlardan biri hem enformasyonun hem de dezenformasyonun muğlaklaşmasıdır. Haberciliğin bir yarış hâline dönüştüğü, haber akışının hızlandığı ve yurttaş gazeteciliğinin de etkisiyle dijital medyanın daha ön plana çıktığı günümüzde dezenformasyon konusu çalışılmaya değer akademik bir sorundur. Birincil veriler üzerinden televizyon haberciliğinin tam da bu nedenle tartışılması ve sorgulanması gerekmektedir. Analize televizyonlarda ekrana getirilen tabloid haberlerin genel dağılımıyla başlanacaktır.

Aşağıdaki bir numaralı tabloda üç kanaldaki tabloid haberlerin toplam olarak haber çerçeveleme kategorilerindeki sayıları sunulmuştur: 21 tane ana haber bülteni her biri bir belge kabul edilerek incelenmiştir. Bu incelenen 21 belgenin tamamında “insani ilgi”den bahsedilmiştir. Bulgulara göre, televizyon haberciliğinde daha çok insani ilgi üzerinde durulmaktadır.



Şekil 1: Tabloid Haberlerin Çerçeveleme Kategorilerine Göre Dağılımı

Üç televizyon kanalı ana haber bülteninde: İnsanî ilgi kategorisinde 62, çatışma kategorisinde 35, ekonomik sonuçlar kategorisinde 25, ahlak-etik kategorisinde 15 ve sorumluluk atfetme kategorisinde 11 tabloid haber yayınlanmıştır.

Analizi yapılan bir haftalık sürede üç televizyon kanalı ana haber bülteninde yayınlanan toplam tabloid haber sayısı 148 olarak gerçekleşmiştir. En çok tabloid haberin insanî ilgi kategorisinde yer aldığı, bunu sırasıyla “çatışma”, “ekonomik sonuçlar” “etik-ahlak” ve “sorumluluk atfetme” kategorilerindeki tabloid haberlerin takip ettiği görülmüştür. İnsanî ilgi ve çatışma kategorilerindeki haberlerin çokluğu, dijitalleşme sürecine geçilmesinin ardından vatandaşların cep telefonu kanalıyla çektikleri videoların ana haber bülteninde yayınlanmasıyla teknoloji-toplum etkileşiminin ve ortak kamu vicdanının (*common sense*) baskın hale gelerek görünürlüğünün arttığı iddiasını desteklemektedir.

Yazılı basın, radyo ve televizyon toplumsal çatışmaları ve sivil toplumun pozisyonunu ilgili yurttaşlara özetleyebiliyorsa demokrasi kendi mecrasında doğru olarak ilerliyor demektir. Ancak kitle iletişim araçları politik enformasyonu popülist söylemlere, pazarlamaya veya propagandaya dönüştürürse demokrasi ciddi biçimde zarar görür. Fleury (2010)’un da belirttiği üzere demokrasinin sağlıklı işleyişinin temelinde vatandaşların cesareti vardır. Yurttaşların çektikleri görüntülerin tabloidleşmesi konusuna sonraki bölümdeki analizlerde detaylıca değinilecektir.

Televizyon haberciliğinin görüntü ve ses teknolojilerini kullanarak klasik habercilikte yeni bir süreç başlatması ve gerek radyo gerekse gazete yayıncılığının önüne geçerek popüler hale gelmesi gibi dijital sürecin başlamasıyla internet basını, internet gazeteciliği, internet haberciliği gibi yepyeni bir döneme geçmiştir. Bu dönemin önceki dönemden farkları şu başlıklar altında özetlenebilir:

- Haberlerin hedef kitleye daha hızlı ulaştırılması,

- Haberlerin anlık gelişmelere göre güncellenerek yeniden servis edilmesi,
- Okurun dilediği bilgi ve habere kendisine belirtilen saatte değil, dilediği anda erişebilmesi,
- Görüntü, grafik ve ses içeren multimedya dosyaların haber yayınında kullanılmaya başlanması,
- Yalnızca güncel değil, arşiv haberlere de erişim olanağının ortaya çıkması,
- İstenilen haberlerin bilgisayarlara indirilebilmesi, saklanabilmesi,
- Hedef kitleyle etkileşimin başlaması,
- Haberlere ilişkin arka plan (background) bilgilere erişimin kolaylaşması,
- Diğer mecralarda yer almayan çok farklı ve detay haberlerin kolayca bulunabilmesi.

Yukarıda maddeler halinde sıralanan bu yenilikler hem avantaj hem de dezavantaj olarak görülebilmektedir. Gazetecilik 2.0 döneminin getirdiği aktif katılımcı izleyici, “yankı odası etkisini” (*echo chamber effect*) de ortaya çıkarmıştır. Yankı odası etkisi “kullanıcıların sadece kendi görüşlerini destekleyen görüşleri izlemeleri, takip etmeleri” olarak tanımlanabilir (Narin, 2017). Yankı odası etkisi internet kullanıcılarına tercih etmedikleri, istemedikleri, beğenmedikleri mesajları, kanalları filtreleme ve kendilerine ait yeni bir yankı odası kurma imkânı sunmaktadır. Bu sarmal gerçeklerden uzaklaşmaya hatta karşıt görüşleri görmemeye, duymamaya ve bir nevi sağırlaşmaya neden olabilmektedir. Kendi görüş ve beğenilerine göre homojen gruplar oluşturan bireyler buna uygun internet kanal ve kaynaklarını, hesapları takip etmektedir.

Başlangıçta zararsız, daha kullanışlı ve daha verimli gibi gözüken bu seçici maruz kalma neticesinde insanlar bir tuşa basarak (tıklama) yalnızca kendi görüşlerini destekleyen ve sadece kendi ihtiyaçlarını gözeten mesajlarla sınırlı kalmaktadır. Farklı ya da eleştirel görüşlerin saklanması, yok farz edilmesi demokrasinin özüne de zarar vermekte, kimi zaman da insanları hem gerçeklerden ve hem de empatiden uzaklaştırmaktadır.

Televizyon haberlerinin dijital ortamlara taşınması izleyicilerin de birer kullanıcıya ve takipçiye dönüşmesine neden olmuş, önceleri yalnızca “izleyen izleyici” artık “izlerken paylaşan, tartışan, yorum yapan ve kendi gibi düşünenlerle gruplaşan, düşünmeyenlerle kutuplaşan bir toplum oluşturmaktadır.

Bu dijital dönemde etiketleme (hashtag) kullanımı da gündemi belirli konular etrafında toplamayı sağlamıştır. Hemen hemen tüm televizyon programlarında izleyicilerin aktif katılımını sağlamak, ilgiyi artırmak ve gündem oluşturmak amacıyla etiketleme kullanılmaya başlanmış, doğal olarak habercilik de bu yeni süreçten etkilenmiş ve haber değerindeki değişim daha da belirgin hale gelmeye başlamıştır. Örneğin, incelenen televizyon kanallarından FOX TV, ana haber

bülteni her gün yeni bir etiketle yayınlanmakta ve seyircilerin o etiketi kullanarak sosyal medyadan yaptıkları yorumlardan bazıları haber bülteni içinde aktarılmaktadır.

Dijital sistemde izleyiciler ana haber bülteni yayınının altına yorum yazabilmektedir. Bu yorumlar bir yandan geri bildirimleri dikkate alma yolunda yayıncılara imkân sağlarken bir yandan da reklam ve reyting sonucunu doğuran tıklanma ile ilgiyi ve beklentiyi de ölçümlemeyi mümkün kılmaktadır. Önceleri haberi muhabir oluştururken dijitalleşme ile dileyen herkes birer muhabir haline gelmiştir (yurttaş gazeteciliği). Sıradan, sade, uzman olmayan bir vatandaş da artık bir kameraman, bir muhabir hâline gelmekte ve çektiği görüntüleri sosyal medya aracılığıyla paylaşabilmekte, bu içerikler televizyon haberlerinde de kullanılmaktadır.

Çalışmaya konu Rusya-Ukrayna savaşı sonrasındaki haber bültenlerinde de yurttaş gazeteciliğinin birçok örneğine rastlanmıştır. Yalnızca savaşla ilgili haberlerde bile her ana haber bülteninde vatandaşlar tarafından çekilen görüntülerin haber haline getirilerek aktarıldığı görülmüştür. Ayrıca vatandaşların kameraları dışında haber bültenlerine yardımcı bir diğer kaynak ise güvenlik kamerasına yansıyan görüntülerdir. Bu görüntüler de haberlerde oldukça sık yer almaktadır. Harekât sırasında anında çekilen görüntüler, binalara isabet eden bombalar, bazı binaların, yapıların yıkılma anları, yaşanan endişe, korku, panik en çok güvenlik kamerası kayıtlarından haberlere yansıtılmıştır.

Yurttaş haberciliğinde de klasik habercilikte de en ciddi sorunlardan birisi mahremiyet ve gizliliğe ilişkin etik sorunlardır. Dijitalleşmenin haberciliğe getirdiği yeniliklerin gizliliği ortadan kaldırmaya başlamasının, insanların her daim görüntülenebileceği ve bu görüntülerin bir anda tüm ülke hatta dünya tarafından izlenebileceği düşüncesinin insan davranışları üzerindeki etkisi başka bir çalışmanın konusu olmakla birlikte haber değerinde insani ilgi ve etik gibi çerçeveleme kategorilerinin ön plana çıkmaya başladığı, bu çalışmada tespit edilmiştir. Özellikle insani ilginin vurgulandığı haberlerde, etik değerler sorgulanmakta ve siyasi haberlerden ziyade sosyal medyada ve dijital ortamlarda bu tür haberler ön sıralarda yer almaktadır.

Aşağıdaki iki numaralı tabloda, ana haber bültenlerinde, incelenen dönemdeki tabloid haberlerin sayısı ve bunların haber çerçeveleme kategorilerine göre dağılımı sunulmuştur. Buna göre üç kanaldaki toplam tabloid haber sayısı 148 olarak gerçekleşmiştir. Bu sayının dağılımına bakıldığında, Show TV'de 130, FOX TV'de 15, TRT 1'de 3 tabloid habere yer verildiği görülmektedir.

Tablo 1: Tabloid Haberlerin Çerçeveleme Kategorilerine ve TV'lere Göre Dağılımı

ÇERÇEVELEME KATEGORİSİ	SHOW TV	FOX TV	TRT 1	TOPLAM
Çatışma	34	1	0	35
İnsani İlgi	56	4	2	62
Sorumluluk Atfetme	5	5	1	11
Ahlak Etik	15	0	0	15
Ekonomik Sonuçlar	20	5	0	25
Toplam	130	15	3	148

TRT 1 ana haber bülteninde, hareketin başladığı 24 Şubat 2022 tarihinden itibaren dört gün boyunca hiç tabloid habere yer verilmemiştir. TRT 1’de ilk tabloid haber 28 Şubat 2022 tarihinde ekrana getirilmiştir. En az tabloid haber TRT 1’de, en fazla tabloid haber ise açık ara Show TV’de yayınlanmıştır. Bu genel tablonun kristalize ettiği veri TRT’de kamu yayıncılığının yurttaşa doğru bilgiyi verme konusundaki rolünün devam ettiğidir. Tablo 1’de görüldüğü üzere incelenen dönemde tabloid haber sayısı, çatışma kategorisinde Show TV’de 34, FOX TV’de 1, TRT 1’de 0 olurken, insani ilgi kategorisinde Show TV’de 56, FOX TV’de 4, TRT 1’de 2 olarak gerçekleşmiştir.

Sorumluluk atfetme kategorisinde Show TV ve FOX TV’de 5’er habere yer verilirken, TRT 1’de bu kategoride hiç tabloid yayınlanmamıştır. Ahlak/Etik kategorisinde yalnızca SHOW TV’de tabloid haber yayınlanırken, ekonomik sonuçlar kategorisinde Show TV’de 20, FOX TV’de 5 haber yer almış, TRT 1 bu kategoride de tabloid habere yer vermemiştir.

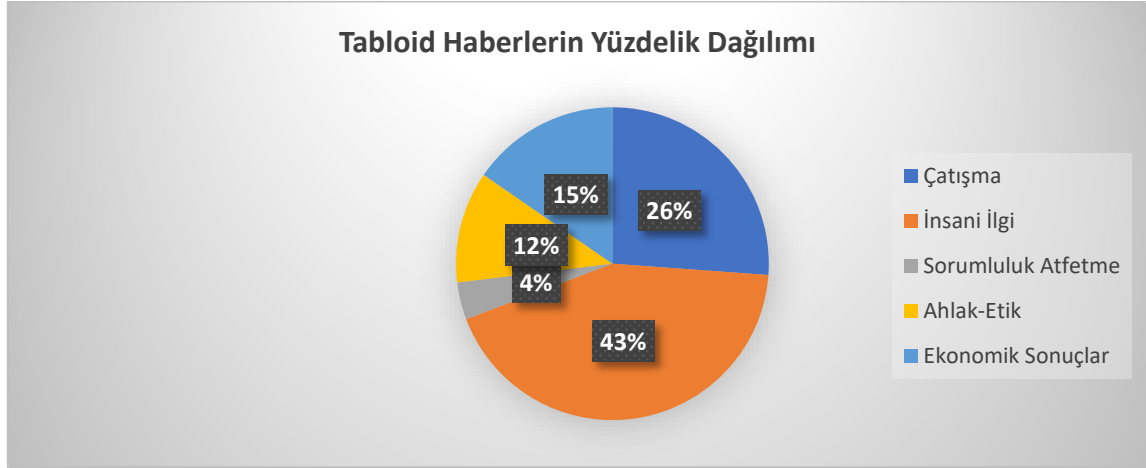
TRT 1 Ana Haber Bülteninde, incelenen dönemde ekrana getirilen 3 tabloid haberin dağılımına bakıldığında, ikisinin insani ilgi, birinin de sorumluluk atfetme kategorilerinde olduğu görülmüştür.

İnsani ilgi kategorisinde “bir site önünde meydana gelen trafik kazaları ve mahalle sakinlerinin tepkisine” ve “olası bir depremin ne zaman gerçekleşebileceğine” ilişkin haberler bültende yer alırken, sorumluluk atfetme kategorisinde yer alan tek tabloid ise 28 Şubat 1997’deki darbe girişiminin yıl dönümü nedeniyle aktarılan ve yorum da içeren “hesaplaşma olmadan helalleşme olamayacağı” yönündeki haberdur. İncelenen kanallar içinde yalnızca TRT’de çatışma ve ekonomik sonuçlar kategorisinde hiç tabloid habere yer verilmemiştir.

Show TV Ana Haber Bülteninde incelenen dönemde ekrana getirilen 130 tabloid haberin dağılımına bakıldığında, haberlerin 56 tanesi insani ilgi, 34 tanesi çatışma, 20 tanesi ekonomik sonuçlar, 15 tanesi ahlak-etik, 5 tanesi de sorumluluk atfetme kategorisinde yer almıştır. Şekil 2’de de görüldüğü üzere tabloid haberlerin yüzde 43’ü insani ilgi, yüzde 26’sı çatışma, yüzde 15’i ekonomik

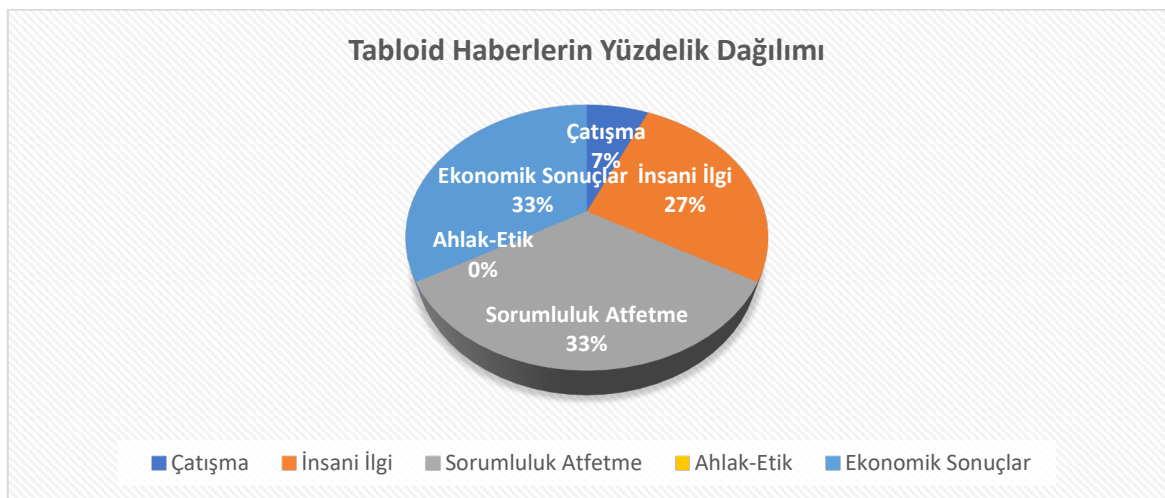
sonuçlar, Yüzde 12'si ahlak-etik, yüzde 4'ü de de sorumluluk atfetme kategorisindedir.

Diğer kanallara göre tabloid haberlerin çok fazla olması, çatışma kategorisinin haberlerde sıkça konu edildiği, tüm kategorilerde tabloid haberlerin en çok Show TV'de yayımlandığı görülmüştür.



Şekil 2: Show TV'deki Tabloid Haberlerin Çerçeveleme Kategorilerine Göre Oransal Dağılımı

FOX TV'deki 15 tabloid haberin dağılımına bakıldığında, 5'er tanesinin ekonomik sonuçlar ve sorumluluk atfetme, 4'ünün insani ilgi, birinin de çatışma kategorisinde yer aldığı görülmüştür. Şekil 3'te de görüldüğü üzere tabloid haberlerin yüzde 33'eri sorumluluk atfetme ve ekonomik sonuçlar, yüzde 27'si insani ilgi, yüzde 7'si de çatışma kategorisindedir. Diğer iki televizyon kanalına göre tabloid haber sayısının ekonomik sonuçlar ve sorumluluk atfetme kategorisinde yoğunlaştığı görülmüştür. Buna karşın çatışma ve insani ilgi kategorisindeki haberlerin diğerlerine göre daha az sayıda olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 3: FOX TV'deki Tabloid Haberlerin Çerçeveleme Kategorilerine Göre Oransal Dağılımı

Sonuç

Geniş kitleleri etkileyen olağan dışı bir gelişme olduğunda doğal olarak televizyonların ilk haberi de bu gelişme ve olayı konu edinmektedir. Buna karşın kamu yayıncılığı ile özel yayıncılık arasında haberi sunma tarzı açısından belirgin bir fark olduğu görülmüştür.

Rusya'nın Ukrayna'yı işgaline ilişkin TRT 1, FOX TV ve Show TV televizyonlarında incelenen örneklerin büyük çoğunluğunda insani ilgi çerçevesiyle haberler halka sunulmuştur. Sorumluluk atfetme kategorisinde (Örn: Kolonu kesen ve binanın yıkılmasına neden olan kişi/kişiler) yer alan tabloid haberlerin azlığı dikkat çekmiştir.

Tabloid haberlerde yansıtılan ve şüpheli bir duygusallık barındıran bireysel hikayelerin ön plana çıkması, halkın ekranda görmek istediği hikâyelere dair yapılan oylamalara dayandırılmakta ve bunun ölçümü ise *Youtube* kanalları ve dijital reytinglerle yapılmaktadır. Dacheux'a (2010, s. 83) göre, medya türleri şu anda haklı olarak kaygı verici bir ekonomik değişim yaşamaktadır ve giderek artan oranda gazetecilerden kurtulmaktadır (...) Medyanın geleneksel rolünden feragati dijital teknolojilerin gelmesiyle birlikte daha da artmıştır.

Artık vatandaşlar sadece beğenme ya da izleme butonuna tıklayarak değil bizzat kendileri de içerik üretmekte ve memnuniyetle tabloidleşmeye katkı ve destek vermektedir. Ellul'e (2012) göre yurttaşların kontrol toplumu içinde yaşayarak özgürlüklerinin ya da mahremiyetlerinin azalmasında, doğrulanmamış enformasyonun tüm dünyada dolaşıma girmesinde ve anti demokratik propagandanın yayılmasında dijital teknolojinin çok büyük rolü vardır. Formal haberler yerini herhangi bir iletişim eğitimi almamış insanlar tarafından üretilen, gösterilen haberlere bırakmaktadır. Hikâyenin taslağı, eski adıyla izleyiciler, yeni adıyla takipçiler/kullanıcılar tarafından yazılmaya başlanmıştır. Kalanının ise (kaçınılmaz bir şekilde) internette, Whatsapp gruplarında yayınlanan haberlerle yazılması muhtemeldir. Bu aşırı etkileşimsel dijital ortam; elektronik postalar, grup paylaşımları, Twitter ve Instagram paylaşımları ile devam eder. Televizyon haberlerinin dijital ortamlara taşınması izleyicilerin de birer kullanıcıya ve takipçiye dönüşmesine neden olmuş, önceleri yalnızca "izleyen izleyici" artık "izlerken paylaşan, tartışan, yorum yapan ve kendi gibi düşünenlerle gruplaşan, düşünmeyenlerle kutuplaşan" bir toplum oluşturmaktadır.

Televizyon kanallarının karşılaştırılması sonucunda en az tabloid haberin kamusal yayıncı örnekleme olan TRT 1'de, en fazla tabloid haberin ise prime-time televizyon kanalları içerisinde ana haber bülteni en çok reyting alan Show TV'de yayımlandığı görülmektedir. Show TV Ana Haber'in tabloid haber sayısının diğer iki kanala oranla çok daha fazla olmasına, bilhassa çatışma kategorisindeki haberlere baskın biçimde yönelmesine rağmen reytinglerde ilk sırada yer alması yani şiddet içeren haberlerinin izleyici tarafından rağbet görmesi altı çizilmesi gereken önemli bir husustur. Bu konunun ayrı bir çalışmada ele alınarak nedenlerinin ortaya çıkarılması iletişimciler kadar sosyal bilimcilerin de üzerinde durabileceği yeni soru ve sorunların varlığını gözler önüne sermektedir. Öte yandan uluslararası sermayenin sahipliğindeki FOX TV'nin ekonomik

sonuçlar ve sorumluluk atfetme kategorilerindeki tabloid haberlerinin yoğunluğu da dikkat çeken bir başka husus olarak altı çizilmelidir.

Bütün bu bulgulardan yola çıkarak televizyonda tabloidleşme serüvenine bakıldığında, şu panoramayı görmek mümkündür: II. Dünya Savaşı yıllarında, insanlar radyoların etrafında toplanarak son haberleri (ajans) dinler ve hangi liderin yükselip hangi liderin düştüğünü radyodan takip ederdi. Gazeteler ise konuyla ilgili detayları, takip eden haftalarda verirlerdi. Dergiyse gazeteden daha geriden gelir ancak bir perspektif sunabilirdi. Klasik, yazılı habere görsel ve hareket ekleyerek ortaya çıkan televizyon, izleyicilerin ilk kez bir suikaste, ABD Başkanı Kennedy'nin ölümüne tanıklık etmesine imkân tanımıştı. 11 Eylül 2001'de bu trajik örüntü aynı şekilde tekrarlandı: İkiz Kulelere yapılan terör saldırısı, tekrar tekrar, sayısız kez izlendi. Haber tüketicileri, saldırı ile ilgili “Ne?”yi TV ağlarından, dehşeti görsel grafiklerden “Nasıl?” ve “Niçin?”i de bir parça yazılı basından öğrendiler.

Dacheux'ye (2010, s. 89) göre, “Medya nesnel bir enformasyon yaymamaktadır: Mesleki normlar, editöryal politikalar, uyulması gereken bütçe gibi içsel zorlamaların yanı sıra kamunun beklentileri, politik yasalar, ekonomik aktörlerin baskıları gibi dışsal zorlamaların belirlediği değişikliklere göre enformasyonu inşa etmektedirler. İletişim teknolojilerindeki hızlı değişimin sonucu olarak, içinde yaşadığımız çağ, “dijital” olarak adlandırılmasını beraberinde getirdi. Televizyon haberlerindeki tabloidleşme de bu yeni dijital çağın sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkmıştır.

Kamu yayıncılığı yapan TRT 1 bu çalışmada tabloidleşmeden çok az etkilenen kanal olarak dikkat çekmiştir. Geray'a (2019, s. 349) göre, “... televizyon yayınlarından her anten takan ve televizyon alıcısına sahip olan yararlanabilir zira millî güvenlik veya emniyeti sağlamak için verilen hizmetler kamu malı niteliği taşımaktadırlar”. Bu durum aslında yansız/tarafsız yayın politikaları hakkında ciddi eleştirilere maruz kalsa da TRT'nin “haberciliğin tabloidleşmemesi bağlamında” doğru bir habercilik anlayışı benimsediği şeklinde değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

Birincil kaynaklar:

FOX TV Ana Haber Bülteni 24 Şubat 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 25 Şubat 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 26 Şubat 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 27 Şubat 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 28 Şubat 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 1 Mart 2022

FOX TV Ana Haber Bülteni 2 Mart 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 24 Şubat 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 25 Şubat 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 26 Şubat 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 27 Şubat 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 28 Şubat 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 1 Mart 2022

SHOW TV Ana Haber Bülteni 2 Mart 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 24 Şubat 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 25 Şubat 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 26 Şubat 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 27 Şubat 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 28 Şubat 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 1 Mart 2022

TRT 1 Ana Haber Bülteni 2 Mart 2022

İkincil Kaynaklar:

Avşar, Z. (2005). Kamu hizmeti yayıncılığı, uluslararası yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi. Yeni Düşünceler (1), 93-124.

Dacheux, E. (2010), (çev. Esra İlkay Keloğlu-İşler) Kamusal Alan, Kamu Yararı ve Medya, içinde: *Kamusuz Yararlar Ülkesi*, (editör: Hüseyin Köse), Ankara: Ütopya Yayınevi.

García-Perdomo, V. (2021). Technical frames, flexibility, and online pressures in TV newsrooms. *Information, Communication & Society*, 24(4), 541–556.

Geray, H. (2019). Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Ellul, J. (2012). *Le Bluff Technologique*, Paris: Hachette.

Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*. İstanbul: İletişim.

Esser, F. (1999). 'Tabloidization' of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14(3), 291–324.
<https://doi.org/10.1177/0267323199014003001>

- Fang, I. (1997). A history of mass communication. Newton:Butterworth-Heinemann
- Fleury, C. (2020). La Fin du Courage: La reconquête d'une vertu démocratique. Paris: Fayard.
- Gripsrud, J. (2000). Tabloidization, Popular Journalism, and Democracy", pp. 285-300 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rovvman&Littlefield.
- İnal, A. (1996). Haberi Okumak, Temuçin Yayınları: İstanbul.
- Kalb, M. (1997). Editorial: The Clock is Ticking, Intellectual Capital.Com 2(1).
- Klein, U. (1998). Tabloidised Political Coverage in Bild-Zeitung, Javnost. The Public 5(3). 79-93.
- Lotz, A. (2007). The Television will be Revolutionized. New York: New York University Press.
- Lowe, J. G. (1994). A Sampling of New Words in Chronical Lists from 1972 to 1994 According to First Attestations.
- Narin, F.B (2017). Gazetecilik 2.0: İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik, Ankara: Gece Kitaplığı.
- Örnebring, H. & Jönsson, A. M. (2004) Tabloid journalism and the public sphere: a historical perspective on tabloid journalism, *Journalism Studies*, 5:3, 283-295, DOI: 10.1080/1461670042000246052
- Özsoy, A. (2011). Televizyon ve İzleyici: Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109.
- Stephenson, H. (1998). Tickle the Public: Consumerism Rules, London: Longman, 13-24.
- Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş (TİAK) (n.d.). *Tablolar*. <https://tiak.com.tr/tablolar#aylik-tablolar> erişim tarihi: 08.09.2022

Medyada Ahlaki Panik Üretilmesi: Suriyelilerle İlgili Yayınlanan Haberler Üzerine Bir İnceleme

1_2_3_4_5



Cemile YAĞMUR*



Mustafa AKDAĞ**

* Yüksek Lisans Öğrencisi,
Erciyes Üniversitesi,
cemile.gencoglu1@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3809-8520

** Prof. Dr., Erciyes
Üniversitesi,
makdag@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1818-2960

Gönderilme/ Received

27.05.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

27.08.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

Öz

Ahlaki panik, toplumsal değerler ve normlar karşısında tehdit olarak görülen, sapkın davranışlar sergileyen kişi veya gruplara karşı gösterilen bir tepki olarak tanımlanmaktadır. Medya tehdit unsuru olarak görülen bu durumu o kadar abartılı bir şekilde kamuoyuna aktarır ki toplumda yaşanan diğer olaylar görmezden gelinmesine neden olur. Olayları kamuoyuna aktarırken elinde bulunan bütün mecraları kullanan medya; durum, kişi ya da olayları kamuoyunda sapkın bir konuma getirmektedir. Kanaat önderleri ve egemen güçlerin medyayı kullanarak kamuoyunda panik ve korku kültürü oluşturarak gündemi meşgul etmektedir. Yapılan bu çalışma ile Suriyelilerle ilgili yayınlanan haberlerin, medya aracılığıyla nasıl bir ahlaki panik konusu olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda A Haber ve Halk TV'nin internet sayfalarında Suriyelilerle ilgili haberler çerçeveleme yöntemi ile analiz edilmiş ve Suriyelilerle ilgili haberlerin ahlaki panik unsurlarını barındırdığına ulaşılmıştır. Medya uzun yıllar boyunca Suriyelilerle ilgili haberleri görünür hale getirerek kamuoyunda bir ahlaki panik yaşanmasına neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ahlaki Panik, Medya, Suriyeliler, Haber, Çerçeveleme Analizi

¹ Bu makale Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında 13.06.2022 tarihinde savunulan “Göçmenlerle İlgili Haberlerin Ahlaki Panik Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Haber Kanallarının Twitter Hesapları Üzerine Bir Analiz” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

This article is derived from the master's thesis titled “Evaluation of News About Migrants in The Framework of Moral Panic: an Analysis of News Channels on Twitter Accounts”, defended on 13.06.2022 at Erciyes University, Institute of Social Sciences, Department of Public Relations and Publicity.

² Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

³ Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

⁴ Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

The authors' contribution rates in the study are equal.

⁵ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Yağmur, C., & Akdağ, M. (2022). Medyada Ahlaki Panik Üretilmesi: Suriyelilerle İlgili Yayınlanan Haberler Üzerine Bir İnceleme. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 209-223. doi:10.29228/itamder.8



The Creation of Moral Panic in Media: An Examination on The News Published About Syrians



Cemile YAĞMUR*



Mustafa AKDAĞ**

* MA Student, Erciyes University,
cemile.gencoglu1@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3809-8520

** Prof., Erciyes University,
makdag@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1818-2960

Gönderilme/ Received
27.05.2022

Kabul Tarihi/ Accepted
27.08.2022

Yayın Tarihi/Published
30.09.2022

Abstract

Moral panic is defined as a reaction against people or groups that display deviant behavior, which is seen as a threat to social values and norms. The media exaggerates this situation, which is seen as a threat, so much that other events in the society are ignored. The media, which uses all the channels at its disposal while presenting the events; makes a situation, person or event in a perverted position in public opinion. By using the media, opinion leaders and dominant powers occupy the agenda by creating a culture of panic and fear in the public. In this study, it has been examined how the news about Syrians is a moral panic issue through the media. In this context, news about Syrians on the websites of A Haber and Halk TV were analyzed with the framing method, and it was found that the news about Syrians contained moral panic elements. In recent years, the media has made the news about Syrians visible, causing a moral panic in the public.

Keywords: Moral Panic, Media, Syrians, News, Framing Method



Giriş

Toplumlarda belirli dönemlerde toplumsal değer ve normlar karşısında tehditler ortaya çıkar. Bu tehditler medyanın önderliğinde sürekli olarak gündeme getirilerek halk arasında korku ve panik ortamı oluşturulur. Bu durum ahlaki panik kavramıyla açıklanmaktadır. Ahlaki panikler, genellikle egemen güçlerin ve medyanın etkisi ile halkı yönlendirmede kullanılmaktadır.

Ahlaki panikleri kamuoyuna ulaştırmada önemli yerde duran medya, meydana gelen olayları başlangıçtan sonuna kadar iktidar ve kanaat önderleri ile beraber hareket ederek halka ulaştırır. Bu aktarımları yaparken ise olayları abartılı bir hale getirerek toplumda suni bir gündem oluşturur. Medya tehdit unsuru olarak görülen bu durumu o kadar abartır ki toplumda yaşanan diğer olaylar göz ardı edilir. Olayları sunarken elinde bulunan bütün mecraları kullanan medya; durum, kişi ya da olayları kamuoyunda sapkın bir konuma getirmektedir. Toplumlarda sapkın olarak nitelendirilecek konular zamana, kültüre ve ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bazen bir kadın cinayeti ya da bir çocuk istismarı ahlaki paniğe yol açarken bazen farklı kültür grupları, göçmenler, eş cinseller bazen de AIDS, SARS ve Covid-19 gibi salgın hastalıklar ahlaki paniğe sebep olabilmektedir. 2011 yılında Suriye’de başlayan iç savaş ile milyonlarca insan farklı ülkelere göç etmek zorunda kalmıştır. Suriye’nin Türkiye’ye komşu bir ülke olması nedeniyle de Türkiye bu göçten fazlasıyla etkilenmiş ve milyonlarca insan sınırın diğer tarafından Türkiye’ye göç etmiştir. 2019 yılına kadar aralıklarla devam eden göç hareketleri ulusal basında oldukça fazla yer almıştır. Toplumda artan yabancı nüfus ile birlikte Suriyeliler ülkenin hemen hemen tamamında yaşamlarını sürdürmeye başlamış ve bu durum kamuoyunda endişe ve paniğin yaşanmasına neden olmuştur. Yerel ve ulusal medyanın önemli kuruluşları Suriyelileri birer sapkın haline getirip “Suriyeli” kelimesini Türk kamuoyunda bir risk faktörü gibi göstererek kamuoyunda Suriyelileri belirsizlik, savaş, çatışma, ekonomik zorluklar, huzursuzluk, önyargı gibi simgesel çağrışımlarla anılmalarına neden olmuştur (Soyguder, 2013, s. 99).

Bu çalışmada, ahlaki panik unsurlarını taşıdığı düşünülen Suriyelilerle ilgili haberler incelenecektir. Yapılacak çalışma ile haber kanallarının Suriyeliler üzerinden bir ahlaki panik sürecinin yaşatılıp yaşatılmadığı araştırılacaktır. Çalışmada Türkiye’nin önemli iki haber kanalı A Haber ve Halk TV’nin internet sayfalarındaki 2019 yılında Suriyeliler ile ilgili haberler çerçeveleme yöntemi ile değerlendirilecektir.

Ahlaki Panik

Toplumsal değerler ve normlara bir tehdit ortaya çıktığında, gösterilen toplumsal ve politik tepki hali (Şenol, 2014, s. 276-277) olan ahlaki panik; Cohen’e göre, “Bir durum, olay, kişi ya da insan grupları toplumsal değerlere ya da çıkarlara bir tehdit olarak tanımlanmaya başlar; onun doğası kitle iletişim araçları tarafından belirli bir tarzda ve önyargılı bir biçimde sunulmuştur; editörler, piskoposlar, siyasiler ve diğer sağ düşünceli insanlar tarafından ahlaki engeller tasarlanmıştır; toplumsal olarak akredite olmuş uzmanlar kendi teşhislerini ve çözümlerini duyururlar; onlarla baş etme yöntemleri geliştirilir ya da onlara başvurulur; durum daha sonra ortadan kaybolur, gündemden kalkar ve geriler veya daha görünür hale gelir. Bazen panik konusu oldukça yenidir ve bazen

de uzun süredir var olan bir şeydir ama aniden ilgi odağı olarak belirir. Bazen panik kaybolur, mitler ve kolektif hafıza dışında unutulur; diğer zamanlarda ise daha ciddi ve uzun süreli yansımaları olabilir ve yasal ve sosyal politikalarda ya da toplumun kendisini algılamasında bile bazı değişimler üretebilir” (2019, s.65).

Toplumlar hayatlarının belirli zamanlarında ahlaki panik ile karşı karşıya kalırlar ancak ahlaki paniğe neden olan kişi, olay ya da durumlar hep aynı kalmamakta zamana, kültüre ve ülkelere göre farklılık göstermektedir. Dünya genelinde ciddi korku ve panik ortamı oluşturan SARS Virüsü, AIDS, kuş gribi, deli dana hastalığı ve domuz gribi gibi salgın hastalıklar, çocuk istismarları ahlaki paniğin konusu olmuştur. Türkiye’de ise kapkaç olayları, teröre yönelik panikler gösterilirken son zamanlarda Suriye’den Türkiye’ye gelen Suriyeliler ve yaşanan Covid-19 salgını ahlaki panik olayları olarak gündemi oldukça meşgul etmiştir (Süslü, 2013, s. 40).

Ahlaki paniklere neden olan olaylar; ülkeler ve toplumlar arasında farklılık gösterse de ahlaki paniğin oluşumundaki unsurlar evrenseldir. Cohen, ahlaki paniği oluşturan unsurların özelliklerini şöyle sıralamaktadır (Aktaran, Jewkes, 2002):

Endişe: Herhangi bir olayın kamuoyunda ahlaki panik konusu olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle kamuoyunun belirli bir kısmı üzerinde korku oluşturmaya gerekmektedir.

Düşmanlık: Toplumda korku ortamını oluşturan kişi veya gruplara karşı bir öfke sergilenmesidir.

Düşünce Birliği: Toplumda tehdit unsuru olarak belirlenen kişi veya gruplara karşı ortak bir fikir birliği vardır.

Orantısızlık: Kamuoyunda davranışa toplum olarak verilen tepkinin gerçek ciddiyet (risk, zarar, tehdit) boyutuyla arasındaki orantısızlıktır.

Geçicilik: Toplumda ortaya çıkan panik ve korku aniden oluşur bazen etkisi çok kısa sürebilmektedir

Ahlaki paniğin oluşumunda korku ve paniğin kamuoyunda belirli bir kısma yayılması gerekmektedir. Genelde toplumun belli bir kısmını etkisi altına alan ve güvenlik için ölçsüz davranışlar gösterilmesine sebep olan, şiddetli tehlikeye bağlı yoğun korku hali olarak tanımlanan panik, yaşanan korku duygusu ile bireylerin hayat düzenlerini değiştirmekte ve kamuoyunda birtakım farklılaşmalara neden olmaktadır (Kırçıl, 2009, s. 125).

Korku, bireylerin günlük hayatlarında öncelik haline geldiğinde etrafında yaşanan diğer olaylar sıra dışı gibi algılanmakta ve olaylar abartılarak üstesinden gilemeyecek gibi bir hale sokulmaktadır. İnsanların kendi iç dünyalarında oluşturup büyüttüğü korku, medya aracılığıyla sürekli işlenmekte kanaat önderleri veya egemen güçler tarafından da desteklenerek kamuoyunda bir korku kültürü meydana getirilmektedir (Furedi, 2001, s. 13-19). Böylece toplum ahlaki panik ortamına hazır hale gelmektedir.

Ahlaki Panik ve Medya İlişkisi

Ahlaki paniklerin oluşumlarını medyadan ayrı düşünmek neredeyse imkansızdır. Çünkü ahlaki paniğin oluşum ve gelişimi medya önderliğinde olmaktadır. Çıkarlara ve değerlere aykırı olarak hareket edenler birey, olay veya gruplar medya tarafından abartılı bir haber haline getirilir. Medya bu haberleri sürekli sunarak halka öğretir ve ahlaki paniğe neden olan birey veya gruplar medya tarafından sapkın bireyler olarak konumlandırılır. Son aşamada ise önyargılarla da beslenen izleyicide oluşan korku ile ahlaki panik oluşmaktadır (Tombul, 2020, s. 54).

Ahlaki paniklerin gelişim evresinde sapkın hale getirilecek birey, grup veya durumların belirlenmesinde başat rol alan medya, geniş kitlelere ulaşma imkânı ile kamuoyunu yönlendirebilmektedir. Şiddet ve suç konulu haberlerde medyanın haberi sunarken kullandığı görseller ile kamuoyunda oluşturulan algı ile korku kültürü oluşturulmaktadır. Korku kültürünün etkisi altına giren halk, yaşadığı panik duygusu ile yönlendirmeye hazır bir hale getirilmektedir. Böylece medya sahip olduğu mecralarla risk faktörlerini şekillendirerek kendi bakış açısına uygun bir toplum oluşturmaktadır (Yıldız, 2015, s. 68).

Devlet ve hükümet yetkilileri ile beraber hareket edebilen medya, resmen bu kişilerin bir meşruiyet aracı olmakta ve sapkın gibi gösterilen birey veya gruplara yönelik kanunların sözcülüğünü yapmaktadır (Süslü, 2013, s. 35).

Araştırma Yöntemi

2011 yılında Suriye’de başlayan iç savaş, milyonlarca insanın vatanından edilmesine sebep olmuştur. Suriyelilerin sığındıkları ülkeler arasında Türkiye ilk sırada yer almaktadır. Uzun yıllar boyunca sürekli devam eden göç hareketleri Türk basınında oldukça yoğun bir şekilde yer almıştır. Haber kanallarının internet sayfalarında Suriyelilerle ilgili haberlerin kamuoyunda bir ahlaki panik süreci oluşturup oluşturmadığının tespit edilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın evrenini 2019 yılında yayınlanan haberler oluşturmaktadır. Bu tarihin seçilme nedeni ise bir önceki yılda en fazla sığınmacı göç ettiği ve medyada çalışma kapsamında belirtilen çerçevelerde haberlerin yer aldığı bir tarih olmasıdır. Çalışmanın örnekleme ise 2019 yılında Suriyelilerle ilgili yayın yapan A Haber ve Halk TV’nin internet sayfaları ile sınırlandırılmıştır. Bu haber kanallarının seçilme nedeni ise en çok izlenen haber kanalı olmalarıdır. A Haber ve Halk TV’nin internet sayfalarında Suriyelilerle ilgili haberler araştırılırken 2019 yılı baz alınarak ilgili haber kanallarının kendi arama motorları kullanılmıştır. Haberler aranırken “Suriyeliler, göç ve Suriye” kelimeleri ile taranmıştır.

Ahlaki panik oluşumuna dair sonuçlar almayı hedefleyen bu çalışmada, belirlenen haber kanallarının internet sayfalarının kamuoyunda ahlaki panik oluşumuna neden olup olmadığı ve bu haberlerin insanlar arasında bir korku ve panik ortamını oluşturup oluşturmadığı da çalışmanın araştırma sorularını oluşturmaktadır.

Toplanan veriler çerçeveleme analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada çerçeveleme analizi yönteminin kullanılmasının sebebi yayınlanan

haberlerin belirli çerçeveler dahilinde halka sunulması ve bu sebeple medyanın bir ahlaki panik oluşturma sürecinde aktif rol oynamasıdır.

Çerçeveleme, ilk olarak Ervin Goffman tarafından literatüre kazandırılmış olsa da kavram, Robert Mathew Entman'ın katkıları ile iletişim bilimine taşınmıştır (Oğuz, 2019, s. 26). Entman'a göre çerçeveleme, algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçerek bu yönleri iletişim tabanında daha göze görünür hale getirmektir. Bu aynı zamanda sözü geçen konu için belirli bir problem tespitini öne çıkararak, resmi olmayan bir yorumlama ya da ahlaki bir değerlendirme yapmak ve/veya tavsiyede bulunmak gibi bir yolla yapılabilir" (1993, s.51).

Entman, çerçeveleme kavramına yaptığı yorum ile bir yönden de medyanın haberleri üretirken metinleri gerçekliğinden biraz uzaklaştırarak birtakım değişimler yaptığını savunur. Medya, topluma vermek istediği algıyı kendi istediği şekilde şekillendirerek belli çerçeveler dahilinde sunar. Böylece toplum, gerçekliği medyanın oluşturduğu çerçeveler dahilinde öğrenebilir (Süslü, 2013, s. 74).

Literatürde çerçeveleme analizi ile yapılmış çok çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak bu çalışmaların bazıları haberlerin içeriğini incelerken, bazıları ise hedef kitle üzerindeki bıraktığı etkiyi açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Hedef kitle üzerindeki etkiyi açıklamaya çalışan araştırmalar genellikle psikoloji sosyoloji alanındaki araştırmalardır. Haber içeriğine odaklanan çalışmalar ise daha çok iletişim çalışmalarında görülmektedir (Iyengar, 1990, s.7).

Bu bağlamda bu çalışmada içerik (tür) üzerine yoğunlaşan çerçeveleme yöntemi kullanılacaktır. İletişim bilimlerinde sıklıkla kullanılan tür çerçevelerini Semetko ve Valkenburg (2000, s. 95) beş tür çerçevede grupta toplanmaktadır (Özarslan, 2007, s. 60);

Sorumluluk Çerçevesi: Sorumluluk çerçevesi bir olay veya problemin sebebi ve bu sorunların çözümü hükümete, kişilere yükler.

Çatışma Çerçevesi: Bu çerçeve kamuoyunun dikkatini ilgisini çekmek için kişi, gruplar veya kurumlar arasındaki çatışma davranışlarını kapsar.

Ahlak Çerçevesi: Ahlak çerçevesinde ise olaylar durumlar veya problemler ahlaki ve dini inançlar boyutunda ele alınarak değerlendirilir.

İnsani İlgi Çerçevesi: Bu çerçeve ele alınan durum veya olayı insan yaşamını ve duygusal öğelerini öne çıkararak ele alır.

Ekonomik Sonuçlar Çerçevesi: Yaşanılan durum; bireyler, gruplar, kurumlar veya ülkeler için ortaya çıkan ekonomik sonuçları kapsar.

Araştırmaya Konu Edilen Olay Örgüsü

Türkiye mültecilik, göçmenlik ve sığınmacılık kavramlarına hiç yabancı değildir. Uzun yıllar boyunca farklı medeniyetten insanları bir arada barındırarak bu medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. 2011 yılında yaşanan Suriye krizi, bölgesel bir savaş olarak birçok insanın göç etmesine neden olurken, birçok ülkeyi etkileyen küresel bir kriz haline gelmiştir. Kriz ilk olarak 2011 yılında Arap halkının baskıcı iktidarlara karşı, ekonomik, siyasi hakları ve özgürlükleri için seslerini duyurmaya çalışmasıyla başlamıştır. 2011-2020 yılları arasında düzenli olarak göç hareketleri devam etmiştir. 2011 yılında Türkiye'de bulunan Suriyeli

sayısı 10 bin iken, bu sayı 2020 yılında yaklaşık 3,5 milyon olmuştur (Adıgüzel ve Tanyaş 2020, s. 45).

Bölgeye olan yakınlık sebebiyle Türkiye'ye göç etmek zorunda kalan Suriyeliler zamanla Türkiye'nin birçok ilinde yaşamlarını sürdürmeye başlamıştır. Beklenilmedik bir anda Türkiye'yi en çok sığınmacı barındıran ülke konumuna getiren Suriyeliler, uyum sürecinde oldukça ciddi problemlerle karşı karşıya kalmıştır. Bu süreçte yerel ve ulusal basında sürekli olarak yer almışlardır. Önemli medya kuruluşları sığınmacıları sapkın bireyler konumuna getirerek "Suriyeli" sözcüğünü Türk kamuoyunda risk faktörüymüş gibi göstermiştir. Suriyelilerin basında sürekli olarak yer alması halkın genelinde belirsizlik, savaş, ekonomik zorluklar, işsizlik, huzursuzluk gibi çağrışımlarla zihinlere kazınmalarına neden olmuştur (Soygüder, 2013, s. 99).

Suriyelilerle İlgili Haberlerin Çerçevenmesine Dair Nicel Veriler

Suriyelilerle ilgili haberlerin çerçevelemesine geçmeden önce bu haberlerin haber kanallarının internet sayfalarında ne sıklıkla ve hangi şekilde yayınlandığı göstermek faydalı olacaktır. Bu bağlamda, Suriyelilerle ilgili haberlerin A Haber ve Halk TV haber kanallarının internet sayfalarında 2019'da yer alma sayıları aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Suriyelilerle İlgili Haberlerin Dağılımı

	2019
A Haber	197
Halk TV	257
Toplam	454

Tablo 1'e bakıldığında haber kanallarının internet sayfalarında 2019 yılında toplam 454 adet Suriyelilerle ilgili habere yer verildiği görülmektedir. A Haber'in internet sayfasında toplam 197 adet Suriyelilerle ilgili habere yer verilmiştir. Halk TV'nin internet sayfasında ise 257 adet Suriyelilerle ilgili habere yer verilmiştir.

Tablo 2: Suriyelilerle İlgili Haberlerde Kullanılan Çerçevelerin Haber Kanallarının İnternet Sayfalarında Yer Alma Sayıları

	Sorumluluk	Çatışma	İnsani İlgil	Ahlakilik	Ekonomik Sonuç	Toplam
A Haber	151	22	21	2	1	197
Halk TV	142	91	8	9	7	257
Toplam	293	138	29	11	8	454

Tablo 2 incelendiğinde kanalların haberlerde en fazla kullandığı çerçevenin sorumluluk çerçevesi olduğu görülmektedir. A Haber'in internet sayfasında toplamda 151 adet sorumluluk çerçevesi dahilinde haber gözlenirken; Halk TV'nin internet sayfasında 142 adet sorumluluk çerçevesine dayalı haber olduğu gözlemlenmiştir. Çatışma çerçevesi dahilinde ise A Haber internet sayfasında 22

habere yer verirken; Halk TV ise çatışma çerçevesi kapsamında toplam 91 adet habere yer vermiştir. Yapılan analiz sonucunda haber kanallarının internet sayfasında ez az yer verilen çerçevenin ise ekonomik sonuçlar çerçevesi olduğu görülmüştür. Ekonomik sonuçlar çerçevesi dahilinde Halk TV'nin internet sayfasında 7 habere yer verilirken; A Haber ise internet sayfasında ekonomik sonuçlar çerçevesi dahilinde yalnızca 1 habere yer vermiştir.

Belirlenen Haberlerin Ahlaki Panik Oluşturma Kapsamında Çerçeveleme Kuramları ile İncelenmesi

Haber kanallarının örneklem ve evreni kapsamında paylaştıkları toplam 454 haber yer almaktadır. Yer alan bu haberlerden tür çerçevelerine (sorumluluk, çatışma, insani ilgi, ahlakilik, ekonomik sonuçlar) uygun her bir haber kanalından 1'er örnek haber seçilerek analiz edilmiştir.

Sorumluluk Çerçevesi: Sorumluluk çerçevesi herhangi bir soruna sebep olma ya da var olan soruna çözüm önerileri sunma sorumluluğunu kişiye, gruba ya da kurumlara yükleyen çerçevedir. Haber kanallarının internet sayfalarında yer alan Suriyelilerle ilgili haberlerde genellikle siyasilerin açıklamaları ve kurumların yaptırımlarına yer verilmiştir. Sorumluluk çerçevesi dahilinde incelenen haberler aşağıdaki gibidir.

“İstanbul'da suça karışan Suriyeliler göç idaresine yollanacak”

“İstanbul İl Emniyet Müdür Yardımcısı Erden Bursalı imzasıyla tüm birimlere gönderilen yazıda, İstanbul genelinde suça karışan Suriyelilerin durumu hakkında talimat verildi. "Suçun niteliğine bakılmaksızın kimlik sahibi olsa dahi adli, idari ve kabahatlerden işlem yapılan 'Geçici Koruma Kapsamındaki' Suriyeliler hakkında kamu düzeni ve güvenliği ile toplumun huzur ve sükununu bozucu olaylara karışan şahıslar serbest bırakılmayarak dosyaların mesai saatleri içerisinde Yabancılar Şube Müdürlüğü'ne teslim edilmesi şahıslar ile ilgili İl Göç İdaresi Müdürlüğü'nün değerlendirilmesinin beklenilmesi gerekmektedir". (Halk Tv- 07.07.2019)

“İstanbul'da suça karışan Suriyeliler göç idaresine yollanacak” başlıklı haber Suriyelilerin halk arasında birer risk faktörü olarak görülmesini kanıtlayacak niteliktedir. Halk TV, yaptığı bu haberle Suriyelileri toplumda huzuru bozan ve toplumun genel yapısını tehdit eden bir unsur olarak haberleştirmiştir. Ahlaki paniğin oluşum aşamasında tehdit unsuru olarak görülen kişi, durum veya gruba karşı yasa yapıcılarından ve iktidar sahiplerinden çözüm yolları beklenir. Örnek haber de suça karışan Suriyelilerin göç idaresine gönderiliyor olması bir devlet kurumunun sorumluluğu üstlenerek halkın beklediği tedbir ve çözüm önerisini gerçekleştirmiştir. Böylece ahlaki paniklerin sonucu olan olaylara karşı yasa yapıcıların paniği önlemeye yönelik çabaları başlatılmıştır.

“YÖK'ten 'Suriyeli öğrenci' iddialarıyla ilgili açıklama”

“Son dakika haberi... Yükseköğretim Kurulunun (YÖK), Suriyeli mültecilerin hiçbir sınava girmeden Türkiye'de istedikleri üniversiteye girebileceklerine dair bir açıklamasının olmadığı, bundan sonra da olmasının mümkün olmayacağı bildirildi. YÖK'ten yapılan yazılı açıklamada, son günlerde bazı sosyal medya hesaplarından, "YÖK'ün, Suriyeli mültecilerin hiçbir sınava tabi tutulmadan Türkiye'de istedikleri üniversiteye girebilecekleri şeklinde bir açıklama yaptığı”

yönünde, tamamen gerçek dışı bilgiler içeren ve vatandaşları maksatlı bir şekilde yanıltmaya yönelik paylaşımlarda bulunulduğu aktarıldı. Açıklamada, şunlar kaydedildi: "Bu paylaşımlar mevcut durumu yansıtmamakta olup, YÖK'ün Suriyeli mültecilerin hiçbir sınava girmeden ülkemizde istedikleri üniversiteye girebileceklerine dair bir açıklaması olmamıştır, bundan sonra da olması mümkün değildir. Bu tür siyasi maksatlı, gerçeği yansıtmayan haber veya sosyal medya paylaşımlarına itibar edilmemesini, YÖK'ün sadece resmi kanalları vasıtasıyla yaptığı açıklamaların dikkate alınmasını önemle rica ederiz." (A Haber- 18.02.2019)

A Haber'in başlıkta "Suriyeli öğrenci" söylemini tırnak içinde vermesi takipçilerin dikkatini çekecek niteliktedir. Haberin içeriğinde ise halk arasında Suriyeli öğrencilerin okullara sınavsız alınıyor olmasına dair birtakım söylentilerin halk arasında korku ve panik duygusunun yaşanmasını tetiklemektedir. Suriyeliler hakkında doğru olmayan bu tür bilgilerin halk arasında maksatlı bir şekilde yayıldığı YÖK'ün açıklamasında görülmektedir. YÖK'ten bu maksatlı yapılan karalamalara dair açıklama yapılıyor olması halkın büyük çoğunluğunda bir ahlaki panik yaşandığının kanıtıdır. Çünkü ahlaki panikleri söndürmede yasa yapıcılar eski düzeni sağlamak ve halkın gözünde kahraman olmak için medyayı kullanarak halkı sakinleştirecek çözümler ve açıklamalar sunarlar.

Çatışma Çerçevesi: Çatışma çerçevesinde kamuoyunun dikkatini çekebilmek için kişi, grup veya kurumların birbiri ile arasındaki çatışmalar ele alınır. Bu bağlamda A Haber ve Halk TV'nin internet sayfalarında yer alan haberlerde çatışma unsurunu barındıran haberlere yer verildiği gözlemlenmiştir. Kişilerin aralarındaki çatışma durumlarından faydalandığı görülmektedir. Çatışma çerçevesi dahilinde sunulan haberlerden seçilen bazı haber örnekleri şu şekildedir.

"Ülkemde Suriyeli istemiyorum" paylaşımı nedeniyle 5 kişi gözaltına alındı"

"Sosyal medya üzerinden Suriyelilere yönelik provokatif paylaşımlarda bulunduğu öne sürülen 5 kişi gözaltına alındı. İstanbul Emniyet Müdürlüğü Güvenlik Şube Müdürlüğü ekipleri, Küçükçekmece'de 29 Haziran'da Suriyeli mültecilere yönelik yaşanan olaylar ile ilgili çalışma başlattı. BirGün'den Hakan Demir'in haberine göre; yapılan çalışmalar sonunda, sosyal medya üzerinden "ülkemdeSuriyeliistemiyorum", "Suriyelilerdefolsun" başlıkları altında provokatif paylaşımlar yaptığı iddia edilen 18 hesaptan İstanbul'da yaşayan 9 kişinin yakalanmasına yönelik 30 Haziran günü operasyon başlatıldı. Operasyon kapsamında 5 şahıs gözaltına alındı. Şahıslar hakkında "halkı kin ve düşmanlığa tahrik veya aşığılama" suçundan adli işlem yapıldı." (Halk TV-01.07.2019)

Halk TV'nin 1 Temmuz 2019'da "ülkemdeSuriyeliistemiyorum" hastagi ile göz altına alınan kişilerle ilgili yayınladığı haber de belli bir kesimin Suriyelilere karşı bir düşmanlık sergilediğini kanıtlar niteliktedir. Ahlaki panikleri karakterize eden unsurlardan birisi de düşmanlıktır. Ahlaki panik sürecinde kişi, olay veya durum halk arasında tehdit olarak algılanır ve sapkılara yönelik bir düşmanlık duyulur. Tıpkı bu haberde görüldüğü gibi sapkın olarak nitelendirilen Suriyeliler belli bir grup tarafından istenmemektedir ve düşmanlık duyulmaktadır. Halk TV'de bu durumu çatışma çerçevesi ile güçlendirerek sapkın olarak tanımladığı

Suriyelileri halk düşmanları haline getirmiştir. Nitekim halk düşmanları ahlaki panik süreçlerinin ayrılmaz bir parçasıdır.

“İstanbul Emniyet Müdürlüğü'nün, sosyal medyada Suriyelilere yönelik provokasyon yapanlara yönelik yaptığı operasyonlarda 11 kişi daha gözaltına alındı.”

“Küçükçekmece'de geçtiğimiz cumartesi günü yaşanan olayların ardından sosyal medyada başlıklar açarak provokasyon yaptığı belirlenen kişilere 30 Haziran'da operasyon düzenlenmiş ve 5 kişi gözaltına alınmıştı. Konuyla ilgili çalışmalarına devam eden Güvenlik Şube Müdürlüğü ekipleri, 'İkitelli Gençlik Grubu' isimli 58 kişinin bulunduğu bir whatsapp grubu üzerinden olayları büyütme çalıştığı tespit edilen 13 kişinin yakalanmasına yönelik çalışma başlattı. Polis ekipleri dün düzenlediği operasyonda 11 kişiyi gözaltına aldı. Gözaltına alınan şüpheliler, Vatan Caddesi'nde bulunan Güvenlik Şube Müdürlüğü'ne götürüldü.” (A Haber-02.07.2019)

A Haber'in 2 Temmuz 2019 tarihinde paylaştığı haberde Küçükçekmece'de yaşanan bir olay nedeniyle Suriyelilere karşı provokasyon yapıldığından bahsedilmektedir. Bu bağlamda iki farklı grup arasında yaşanan çatışma olayının anlatıldığı haber çatışma çerçevesi kullanılarak oluşturulmuştur. Yeni medya mecrası olan whatsapp üzerinden Suriyelilere karşı provokasyonun oluşturulması belli bir grupça istenmediklerinin kanıtıdır. Bu bağlamda Ahlaki panik unsurlarından olan görüş birliği unsuru akıllara gelmektedir. Görüş birliği unsurunda oluşan endişenin bütün ülke geneline yayılmasına gerek yoktur en azından belli bir kısmında endişe ortamı oluşmalıdır. Ahlaki panik unsurlarından birisi olan görüş birliğine A Haber'in örnek haberinde yer verilmiştir.

Ahlakilik Çerçevesi: Kamuoyunda meydana gelen olayları dini ve ahlaki yönüyle değerlendiren çerçeve türüdür. İncelenen haber kanallarının internet sayfasında dini ve ahlaki değerlere ters düşecek tarzda haberlere yer verilmiştir. Ahlakilik çerçevesine örnek oluşturan haberler aşağıdaki gibidir.

Suriyeli dilencinin üzerinden çıkan para şoke etti!

“Bursa'da 6 çocuğuyla çay bahçelerinde dilenen kadının üzerinden 18 bin 205 lira çıktı. Çocukların dilenerek topladıkları paraları kadına teslim ettiğini belirleyen ekipler, Suriye uyruklu Hatice E. ve 6 çocuğunu yakaladı. Kadının üzerinde yapılan aramalarda, dilencilikten elde edilen 18 bin 205 lira ele geçirildi. Hatice E'ye, Kabahatler Kanunu hükümlerine göre cezai işlem uygulandığı, söz konusu paralara ise el konulduğu öğrenildi.” (Halk Tv-11.07.2019)

Halk TV'nin 11 Temmuz 2019 da paylaştığı haber başlığında “Suriyeli dilenci” söylemi Suriyelilerin haberlerde nasıl dikkat çekici hale geldiğini gözler önüne sermektedir. Haberlerde kullanılan bu tarz söylemlerin öne çıkarılması Suriyelilere karşı ön yargılı bir şekilde yaklaşılmasına neden olmaktadır. Ön yargıların artması ile birlikte Suriyelilerin toplumdan ayrıştırılmasını tetiklemektedir.

Suriyeli sığınmacı Muhammed: "Türkiye son kule. Müslümanlığın kökü burası"

"Türkiye'de yaşayan Suriyeli Muhammed, Türk halkı tarafından çok iyi karşılandıklarını dile getirdi. Ülkesinde yaşadıkları zorlukları ifade eden Suriyeli sığınmacı, "Türk halkından tek bir isteğim var buraya sahip çıkın" şeklinde konuştu. Müslümanlığın kökünün artık Türkiye olduğunu belirten Suriyeli Muhammed, "Türkiye son kuledir, sahip çıkın" "Lütfen kimse boş laflarla bu milleti yormasın. Bu milletin geleceği çok güzel bir minaredir." ifadelerini kullandı. "Türkiye için büyük bir caminin minaresidir." diyen Muhammed, "Burası bir bayraktır. Müslümanlığın bayrağı Türkiye'de kalkıyor. Bir tek burası kaldı. Son kule Türkiye, aman dikkat edin." şeklinde konuştu." (A Haber-13.01.2019)

A Haber'in Twitter hesabında 13 Ocak 2019 tarihinde paylaştığı haberde Türkiye'de sığınmacı olarak yaşayan Suriyeli Muhammed'in görüşlerine yer verilmiştir. Suriyeli Muhammed'in röportajda söylediği "Müslümanlığın bayrağı Türkiye'de kalkıyor" söylemi ile haberin ahlakilik çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Din kardeşi oldukları Türkiye ile ortak değerleri paylaştıklarını dile getiren Muhammed, Türkiye'yi Müslümanlığın kalesi olarak adlandırmıştır.

İnsani İlgi Çerçevesi: İnsani ilgi çerçevesinde yaşanan olaylar duygusal öğeler ve insan hikayeleri öne çıkarılmaktadır. Buna ek olarak insani ilgi çerçevesinin magazinsel bir tarafı da olduğu bilinmektedir. A Haber ve Halk TV'nin internet sayfalarında yer alan haberler de genellikle duygusal haberler dramatikleştirilerek verilirken, magazinsel unsurların bulunduğu haber örnekleri de bulunmaktadır. İnsani ilgi çerçevesine örnek teşkil eden haber örnekleri aşağıdaki gibidir.

"Suriyeli Muhammet Halil, LGS'den tam puan aldı"

"Kilis Mehmet Uluğ Can Ortaokulu'nda eğitim gören Suriyeli Muhammet Halil, 1 Haziran'da yapılan Liselere Geçiş Sistemi (LGS) sınavında tüm soruları doğru yanıtlayarak tam puan aldı. Suriye'deki iç savaşın ardından Türkiye'ye geldiklerini ve Gaziantep'e yerleştiklerini bir süre sonra Kilis'in eğitiminin iyi olduğunu öğrenince Kilis'e geldiklerini söyledi". (Halk Tv-24.06.2019)

24 Haziran 2019 tarihinde Halk TV'de yer alan haber, duygusal unsurları ön plana çıkararak insani ilgi çerçevesinde oluşturulmuştur. Medyanın Suriyeliler hakkındaki haberleri dramatikleştirerek veriyor olması Suriyelileri ülkede risk olarak gören vatandaşlarda ayrı bir panik havasının oluşmasına neden olmasını tetikler niteliktedir. Toplumun belirli bir kitlesi tarafından Suriyelilerin toplumda bu denli kabul görmüş olması belirli kesimlerdeki kaygı seviyesinin daha da artmasına neden olmaktadır.

"Suriyeli çocuklardan teşekkür!"

"Barış Pınarı Harekâtı kapsamında Suriye'nin kuzeyinde oluşturulan güvenli bölgede yaşam normale dönmeye başladı. Bu kapsamda Millî Savunma Bakanlığı, güvenli bir şekilde okula gitmenin mutluluğunu yaşayan çocukların videosunu paylaştı. Türk Silahlı Kuvvetleri, Barış Pınarı Harekâtı'yla sadece bölgedeki teröristleri değil aynı zaman da yerel halkın da özgürce yaşayabilmesi için var gücüyle çalıştı. Barış Pınarı Harekâtı'ndan sonra bölgedeki vatandaşların yaşam standartlarının yükseltilmesi için ilk olarak okul ve hastaneler tadilatından geçirildi.

Güven ve huzur ortamı oluşturulan bölgede çocuklar da gönül rahatlığıyla eğitimlerine devam edebiliyor.” (A Haber-30.12.2019)

30 Aralık 2019 tarihinde A Haber’de yer alan haberde Türk askerinin Suriye’nin kuzeyinde oluşturduğu güvenli bölgenin sağlanması ile huzura kavuşan Suriyeli çocukların Türk askerine olan minnet duygularına yer verilmiştir. A Haber’in çocuklarla yaptığı röportaj da Türk askerine olan sevgilerini öne çıkararak haberi insani ilgi çerçevesinde oluşturduğu görülmektedir. Ancak halkın belli kesimlerinde haber kanallarının Suriyelilerle ilgili yaptıkları duygusal yönlü haberlerin Suriyelilere duydukları düşmanlık duygularının daha da beslenmesine neden olmaktadır.

Ekonomik Sonuçlar Çerçevesi: Ekonomik sonuçlar çerçevesinde yaşanan durum; bireyler, gruplar, kurumlar veya ülkeler için ortaya çıkan ekonomik sonuçları içermektedir. İncelenen haber kanallarının internet sayfalarında ekonomik sonuçların kurumlar ve devlet tarafından ele alınan tarz da haberlere yer vermiştir. Ekonomik sonuçlar çerçevesinin unsurlarına rastlanan haber örnekleri aşağıdaki gibidir.

“Erdoğan’dan ‘Suriyeli mülteciler’ açıklaması: Bütçemizden 40 milyar dolar harcadık”

“AKP’li Cumhurbaşkanı Tayyip Erdoğan, Macaristan’da açıklamalarda bulundu. Erdoğan, “Bağdadi’nin yakın çevresinden 13 kişi elimizde” ifadelerini kullandı. “Türkiye NATO’nun en büyük ikinci askeri gücü” Türkiye sadece stratejik ortağımız değil, enerji alanında da ortağımız. Enerjide bağımsız kalmak istiyorsak Türkiye’ye ihtiyacımız var. Türkiye kendisine düşen görevi yaptı, biz de üstümüze düşeni yapmaya çalışıyoruz. Türkiye’den Avrupa’ya gaz gelebilir. En geç 2021 sonuna kadar bu kanaldan Macaristan’a gaz gelebilir.” “12 milyon insan evlerini terk etti, kendi bütçemizden 40 milyar dolar harcadık”9 yıllık süren savaşta 12 milyon insan evlerini terk etti. Kendi bütçemizden 40 milyar dolar harcadık. Ülkemiz bu yükü tek başına taşıyamaz. AB’nin verdiği söz 2015 yılı için 3+3 milyon avrodur, ama bize gelen miktar 3 milyon oldu.” (Halk Tv- 07.11.2019)

Halk TV’nin 7 Kasım 2019 tarihinde yayınlamış olduğu haberin başlığında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın “bütçemizden 40 milyar dolar harcadık” söylemi ekonomik sonuçlar çerçevesinin kullanıldığını göstermektedir. Haber, Suriyelilerin Türk ekonomisi açısından bir tehdit unsuru olarak görülmesine neden olmaktadır. Türkiye’nin milli bütçesine tehdit unsuru olarak görülen Suriyelilere devlet tarafından pay ayrılıyor olması halk arasında Suriyelilere karşı kutuplaşmayı daha da keskinleştirmektedir. Kutuplaşmanın keskinleşmesi halk arasındaki panik ortamını beslemektedir. Böylelikle Suriyelilere kin ve öfke duyulmakta bu da ahlaki paniğin ortaya çıkmasına neden olmaktadır

Türkiye Suriye’de Organize Sanayi Sitesi Kuracak

“Terörden arındırılan Fırat Kalkanı bölgesinde istihdam oluşturacak yeni bir proje için düğmeye basıldı. Türkiye bölgede 7.000 kişiye iş imkânı sağlayacak organize sanayi sitesi kuracak. Çoban Bey organize sanayi sitesinde 15 hektarlık alana 700 atölye inşa edilecek. Cumhurbaşkanı Erdoğan sözlerini şöyle dile getirdi. “Niyetimiz ilk etapta 30 km derinliğinde 480 km uzunluğunda bir barış koridoru tesis ederek Uluslararası toplumun burada 2 milyon Suriyelinin iskanını

sağlamaktır. Çalışma Suriye'nin kuzeyinde oluşturacak güvenli bölge içinde örnek olacak. Çoban Bey Organize sanayi sitesinin alt yapısını AFAD üstlenecek. Bölge halkı çoğunlukla ayakkabı sektöründe çalıştığı için ayakkabı imalatı atölyelerine ağırlık verilecek. Bunun yanı sıra tekstil, demir doğrama, çerez fabrikaları ve plastik döküm fabrikaları da açılacak. Her atölyeden 3 kişiye Türkiye'ye giriş çıkış izni verilecek ve iş adamlarına ihracat konusunda her türlü güvence sunulacak. Yatırımcılar Türkiye üzerinden başka ülkelere de ihracat da yapabilecek. Bu proje sayesinde Suriyelilerin ekonomik kaygılarının ortadan kalkacağı ve Suriye'ye dönüşlerin hızlanacağı öngörülüyor.” (A Haber- 02.10.2019)

A Haber'in 2 Ekim 2019 tarihinde yayınlamış olduğu haberde Suriye'de Organize Sanayinin kurulacak olması ekonomik sonuçlar çerçevesi dahilinde oluşturulduğu görülmektedir. Haber de Suriyelilerin istihdamı için olanakların oluşturulması Türkiye'de işsizlik problemi yaşayan bireyler de Suriyelilere karşı nefret söyleminin artmasına neden olmaktadır. Korku ve panik ortamını besleyen nefret duygusu Suriyelilerin halk arasında ayrıştırılmasına neden olmaktadır. Artan kutuplaşma ile panik ortamı daha da beslenerek korku kültürünün halkın geneline yayılmasına neden olmaktadır.

SONUÇ

Toplumun değer ve normları karşısında tehdit olarak algılanan bir kişi, grup veya durumların abartılarak kamuoyunda risk ve panik ortamının oluşturulmasıyla ortaya çıkan ahlaki panik, toplumlarda bir korku kültürünün yaşanmasına neden olmaktadır. Ahlaki paniğin kamuoyunun geneline yayılmasında başat bir rol oynayan medya, olayların başlayıp sonuçlanmasına kadar siyasiler, kanaat önderleri ve egemen güçlerle hareket ederek toplumu yönlendirmektedir. Sıradan bir olayın medya tarafından abartılarak topluma aktarıldığı düşünüldüğünde, uzun yıllar boyunca Suriyelilerle ilgili haberlerin medyada yoğun olarak halka sunulması ahlaki paniğe örnek teşkil etmektedir.

Yapılan çalışmada, en fazla kullanılan çerçevenin sorumluluk çerçevesi dahilinde sunulduğu görülmektedir. Bu durum bize bir anlamda Suriyeliler ilgili haberlerin egemen güçlerin teşvikiyle de medya organlarında yer aldığını kanıtlamaktadır. Sorumluluk çerçevesi kapsamında Devlet ve hükümet yetkililerinin Suriyeliler ile ilgili açıklama yapması tüm gözlerin medya organlarına yönelmesine neden olmaktadır. Devlet aldığı önlem ve tedbirleri medya aracılığıyla kamuoyuna iletmesi medyanın egemen güç karşısında bir meşruiyet aracı haline geldiğini göstermektedir. Ahlaki paniğin oluşum sürecinde egemen güçlerin ve medyanın etkisini göstermektedir. Örneğin, A Haber'in internet sayfasında yer alan “YÖK'ten 'Suriyeli öğrenci' iddialarıyla ilgili açıklama” haberi ile Halk TV'nin internet sayfasında yer verdiği “İstanbul'da suça karışan Suriyeliler göç idaresine yollanacak” başlıklı haber ahlaki paniğin bu yönünün birer yansımasıdır.

Araştırma kapsamında Halk TV'nin internet sayfasında yer alan haberlerde ahlaki panik unsurlarını tetikleyecek tarzda haberlere yer verildiği tespit edilmiştir. Ahlaki panikleri karakterize eden unsurlardan birisi de düşmanlıktır. Halk TV'nin “ülkemde Suriyeli istemiyorum” başlıklı diğer bir haberde ise kamuoyunda Suriyelilere karşı bir düşmanlık sergilediğini kanıtlar niteliktedir. Ahlaki paniğin önemli unsurları arasında yer alan düşmanlık unsurunun

gelişmesinde medyanın rolü oldukça fazladır. Medya bu düşmanlığı pekiştirirken kamuoyundaki karşıtlıklardan faydalanmaktadır. Medya bu karşıtları kamuoyunda oluştururken çatışma çerçevesinden faydalanmaktadır.


A Haber'in internet sayfasında yayınlamış olduğu haberlerde ise Halk TV'nin aksine ahlaki panik oluşturacak unsurlara yer vermezken, kamuoyunda Suriyelilerden kaynaklı oluşan belirsizliklerin nasıl ahlaki paniğe dönüştüğünü kanıtlar nitelikte açıklama tarzında haberlere yer verdiği gözlemlenmiştir. Sonuç olarak Suriyelilerle ilgili haberlerin iki farklı haber kanalının internet sayfalarında sunuş tarzları ile ahlaki panik sürecinin yaşandığını göstermektedir. Haber kanallarının internet sayfasında yer alan haberlerinde ahlaki paniğin birçok unsuruna yer verildiği saptanmıştır.

Kaynakça

- Adıgüzel, S. Ö., & Tanyaş, B. (2020). Suriyeli Mülteci Kadınların Göç Deneyimleri: Zorunlu Göç, Gündelik Yaşam ve Uyum Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 173-210.
- Cohen, S. (2019). Halk Düşmanları ve Ahlaki Panikler. (D. Türker, Çev.): Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Entman, R. M.- Rojecki, A. (1993). "Freezing Out the Public: Elite and Media Framing of the U.S. Anti-Nuclear Movement", *Political Communication*, 10(2):155-173.
- Furedi, F. (2001). Korku Kültürü "Risk Almanın Riskleri." (B. Yıldırım, Çev.): İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Iyengar, S. (1990). The Accessibility Bias in Politics: Television News And Publics Opinion. *International Journal Of Public Opinion Research*, 2(1), 1-15.
- Jewkes, R. (2002). Intimate Partner Violence: Causes And Prevention. *The lancet*, 359(9315), 1423-1429.
- Kırçıl, A. Gu. (2009). Türkiye'de Medya, Suç ve Ahlaki Panik İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Oğuz, C. (2019) Postmodern Sansür: Haberin Çerçevenmesi ve 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçlarına Gazetelerin Yaklaşımı. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2(2), 22-39.
- Özarslan, H. (2007). Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi.
- Soygüder, Ş. (2007). Moral Panik (Törel Ürkü) Kavramı İle Medyada Yer Alan Örnek Haberlerin Değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (2), 93-110.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis Of Press And Television News. *Journal Of Communication*, 50(2), 93-109.

- Süslü, B. (2013). Toplumsal Algının Şekillendirilmesi Sürecinde Medyanın Ahlaki Panik Üretiminin Örnek Olaylarla İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.
- Şenol, F. T. (2014). Sosyal Medyadaki Ahlaki Panik Tepkisi: Facebook'taki "TC" Örgütlenmesi. *Global Media Journal, Turkish Edition*, 4(8), 276-304.
- Tombul, I. (2020). Netnografik Analizle Türkiye'de YouTuberlar ve Değişen Ahlaki Panik Fenomeni. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 789-811.
- Yıldız, Z. (2015). Korku Kültürü ile Kent İlişkisi Üzerine Kuramsal Tartışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yeni Medya İçeriklerinde Doğruluk Kontrolü Uygulamalarına Genel Bir Bakış 1_2_3_4

 Ozan EVREN*

* Doktora Öğrencisi, İstanbul
Üniversitesi,
ozanevrenf@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8898-8006

** Yüksek Lisans Öğrencisi,
Sakarya Üniversitesi
ucturedi@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2795-5846

Gönderilme/ Received


07.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted

26.09.2022

Yayın Tarihi/Published

30.09.2022

 Uğurcan TÜREDİ**

Öz

Teknoloji çağının vazgeçilmez araçları olan sosyal mecralarda kullanıcı sayısı giderek artmaktadır. Web tabanlı sosyal platformlar yaygınlaştıkça küresel boyutta enformasyona erişme ve paylaşma oranlarında da artış olmaktadır. Dolayısıyla enformasyon kaynaklarının ve yeni medya araçlarının kullanıcı sayısındaki artış, güvenli bilgiye erişim konusunda birtakım soru işaretlerini meydana getirmektedir. Bu bağlamda verinin hızlı yayılabilmesi ile birlikte bilginin çarpıtılması, hatalı bilgilendirme ve hakikat sonrası gibi konular ön plana çıkmıştır. Bu konular nesnel gerçekliğin kavranmasının önünde önemli birer engel olarak durmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada yeni medya çağında üretilen içeriklerin doğruluk kontrolünün nasıl işlediği, ilgili kaynaklar taranarak ortaya çıkarmaya çalışılmaktadır. Ulaşılan genel kanaat eleştirel okuma alışkanlıklarının acilen geliştirilmesi gerektiği yönündedir. Böylece şeffaflık ve gerçeklik ilkelerinin uygulanabilmesi yolunda çeşitli çözüm önerilerine ışık tutulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Yeni Medya, Sosyal Medya, Hakikat Sonrası, Bilgi Kirliliği.

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

³ Araştırmada yazarların katkısı eşittir.

The contribution of the authors to the research is equal.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Evren, O., & Türedi, U. (2022). Yeni Medya İçeriklerinde Doğruluk Kontrolü Uygulamalarına Genel Bir Bakış. *The Journal of Communication and Social Studies*, 2(2), 224-240. doi:10.29228/itamder.7



An Overview of Accuracy Check in New Media Content



Ozan EVREN*



Uğurcan TÜREDİ**

* PhD Student, Istanbul University,
ozanevren@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8898-8006

** MA Student, Sakarya University,
ucturedi@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2795-5846

Gönderilme/ Received
07.06.2022

Kabul Tarihi/ Accepted
26.09.2022

Yayın Tarihi/Published
30.09.2022

Abstract

The number of users on social media is increasing day by day. As the number of web-based social platforms increases, there is an increase in the rate of accessing and sharing information on a global scale. Therefore, the increase in the number of users of information resources and new media tools raises new questions about access to secure information. One of the biggest problems in this context is that, since all kinds of news, information and data can spread very quickly with the effect of social media, the concepts of information distortion, misinformation and post-truth stand as important obstacles to the comprehension of objective reality. Therefore the aim of this study is to examine how the accuracy control processes of the content produced in the new media era work in a local and global context, to investigate the effects of the tools used for the determination of reality on today's new media usage practices and to discuss various solution proposals to ensure the application of transparency and reality principles.

Keywords: Disinformation, New Media, Social Media, Post-truth, Information Pollution.



Giriş

Tabana yayılan internet kullanımını ile yeni medya platformlarının kullanıcı sayısı giderek artmaktadır. Bu durum enformasyon ve içerik üretiminde de artışı beraberinde getirmektedir. Enformasyonun niceliğinde yaşanan artış verilerin güvenilirliği ve doğruluğu gibi konuları gündeme getirmiştir. Dezenformasyon içerikli paylaşımlar bilgi toplumunun başlıca sorunlarından birisi haline gelmiştir. “Dezenformasyon, doğruluğu olmayan ve kasıtlı bir şekilde yayılan yanlış bilgi; bilgi çarpıtma olarak tasvir edilmektedir (Jorgensen ve Grimstad, 2010; Bennett ve Livingston, 2018, s.123-126; Dave vd., 2021, s. 2634), misenformasyon ise gerçeği yansıtmayan bilginin dolaşıma sokulması manasına gelmektedir. Hakikat sonrası olarak dilimize tercüme edilen post-truth ise mutlak doğruların objektif deliller yerine çeşitli duygu ve inançlarla ikame edildiği durum/dönem olarak kavramsallaştırılmıştır (Chinn vd., 2021, s. 52-55). Bahsi geçen kavramlar nesnel gerçekliğin önünde önemli birer engel olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medya insanların teknoloji kullanım alışkanlıklarını hızla dönüştürerek kendisini dijital çağın merkezinde konumlandırmıştır. Bu durum sosyal medyayı gündelik hayatın da önemli bir parçası haline getirmiştir. İnternet kullanımının küresel anlamda tabana yayılması, dünya nüfusunun yarısına yakın bir bölümünün çevrimiçi olması, her kesim ve kültürden geniş kitlelerin sosyal medya araçlarını sıkça tercih etmesi ve bu doğrultudaki gelişmeler sosyal yaşamın bu teknolojiler etrafında yeniden şekillenmesine aracılık etmiştir. Bu hususta We Are Social (2021) raporuna göre, dünyadaki 7,83 milyar kişi içerisinde 4,6 milyarlık kesimin internet kullanıcısı olduğu, 4,2 milyar insanın ise aktif bir şekilde sosyal medya kullandığı aktarılmaktadır. Aynı raporda, dünyada ortalama 7 saat insanların çevrimiçi olduğu belirtilmektedir. İnternet erişiminin %92’sinin ise mobil cihazlardan sağlandığı bir diğer dikkat çeken husustur. Bu bağlamda internet ve sosyal mecralar aracılığıyla küresel köy haline gelen dünyanın dijital bir seyir izlediği ifade edilebilir. Dijital ağ ve platformlar artık insan yaşamının ayrılmaz bir unsuru haline gelmiştir. Öte yandan sosyal medya sürekli güncelleme yapılabilmesine imkân tanıyan bir yapıya sahiptir. Çoklu kullanıma açık olması, siyasal liderlerden sıradan insanlara kadar herkesin anlık düşünce, duygu, haber ve veriyi bu mecrada paylaşabilmesine olanak tanımaktadır (Şimşek ve Güler, 2021, s. 591). Kişi ve kurumların gerçek dünyayı sanal dünyaya taşıyabilmelerini mümkün kılan bu ağlar, kullanıcı odaklı bir gelişim çizgisi takip ederek sosyal yaşamı dinamize etmektedir. Böylece geleneksel anlamdaki sosyalleşme olgusuna yeni boyutlar kazandırmaktadır (Vural & Bat, 2010).

Toplamda milyarlarca kullanıcısı olan sosyal medya platformları her gün daha fazla içerik ve veri üretmekte, bu içerik ve verilerin doğrulanmasına duyulan ihtiyaç (Güler, 2020) giderek artmaktadır. Milyonlarca yeni medya kullanıcılarını etkileyen veri kayıpları, seçim ‘hack’leme çalışmaları (Dan vd., 2021, s. 642-644), geleneksel mecraların yetersizliği, trol orduları, çevrimiçi propagandalarla yönlendirme ve kutuplaştırma çalışmaları yeni binyılın başından itibaren tüketicileri karşılaştıkları haber ve veriler üzerine birden çok kez düşünmeye itmektedir (Bradshaw ve Howard, 2019; Tandoc vd., 2020). Yeni medya aracılığıyla hiç olmadığı kadar hızla yayılan içerik ve veriler siyasî (Şimşek ve Güler, 2021) ve

ekonomik anlamda belirleyici olmakta, toplumsal dinamikleri belirlemede önemli sonuçlar doğurmaktadır (Swar vd., 2016; Roozenbeek ve van der Linden, 2019). Bu bağlamda haber ve enformasyon gibi kavramlara daha yakından bakmak gerekmektedir.

Haberin; denetim, eleştiri, eğlendirme, kamuoyu oluşturma gibi gerekçelerle yapılandırıldığı ve ilgi çekici tarzda biçimlendirildiği aktarılmaktadır. Veri ise en temel anlamıyla, *“herhangi bir işleme tabi tutulmadan, gözlem veya ölçüm yöntemleri ile ortamdan elde edilen her türlü değerdir”* şeklinde tanımlanmıştır (Şeker, 2013, s. 20). İlişkisel anlamda düşünüldüğünde ise veri, *“tek başına anlam ifade etmeyen veya kullanılamayan, bununla birlikte enformasyona ve bilgiye temel oluşturan ilişkilendirilmeye, gruplandırılmaya, yorumlanmaya, anlamlandırılmaya ve analiz edilmeye gereksinim duyulan ham bilgi”* olarak ifade edilmiştir (Yılmaz, 2009, s. 98).

Haber, içerik ve verilerin büyümesi nedeniyle kontrol altında tutulması zamanla güçleştiğinden özellikle sosyal medya çağında “büyük veri” kavramı önem kazanmış ve bu şekilde nitelendirilen haber ve verilerin analizi için yeni araçların geliştirilmesi bir zorunluluk hâline gelmiştir (Castells, 2005, s. 471). Castells’in, çevrimiçi tüketicilerin televizyon çağının aksine ağı şekillendirme yetisine sahip içerik yaratıcıları olduklarına yönelik yorumu haber ve veri üretiminde artık tüm kullanıcıların birer üretici olduklarını ortaya koyması yönüyle önemliken bu yaklaşım günümüzde bilgi kirliliği ekseninde doğrulamaya duyulan ihtiyacı onaylar niteliktedir. Kullanıcı sayıları ve toplumsal dinamiklerin yönlendirici tarafı düşünüldüğünde üretilen haber ve verilerin doğrulanmasına duyulan ihtiyacın önemi daha iyi anlaşılabilir.

Yalan ve yanlış haber ile veriler günümüzde sadece yeni medya kullanıcılarını ilgilendiren bir durum olmanın ötesine geçmiş (Güler, 2020, s. 53-59), geleneksel medya kuruluşlarının ve trollerin de kasıtlı etkileriyle birer yönlendirme aracına dönüşmüş durumdadır. Bilginin bir an önce paylaşılma arzusu, üretilen içeriklerin doğruluğunun teyit edilmeden yayılması problemini öne çıkarmaktadır (Bayraktutan ve Binark, 2013, s. 70). Çevrimiçi ortam, haber şeklinde sunulan basın bültenlerinin, söylentilerin, yanıltıcı reklamların ve kötü niyetli yalanların yayılması için doğal bir çevre sağlamaktadır. Büyük verilerin hızlı dağıtılması bakımından güçlü olan internet, bilgilerin güvenilirliği konusunda oldukça belirsiz bir platformdur (Keyes, 2017, s. 266). Bu durum günümüzde haber ve verilerde doğrulama ihtiyacının hiç olmadığı kadar fazla olduğunun da bir işaretidir. Dolayısıyla bu çalışmada; yeni medya çağında üretilen içeriklerin doğruluk kontrol süreçlerinin nasıl işlediğini yerel ve küresel çerçevede incelemek, gerçekliğin tespitine dair kullanılan araçların günümüz yeni medya kullanım pratiklerine olan etkilerini araştırmak, şeffaflık ve gerçeklik ilkelerinin uygulanması yolunda çeşitli çözüm önerilerine ışık tutulması amaçlanmaktadır.

1. Geleneksel Medyayı Çatısı Altına Alan Yeni Medya

Geleneksel medya ile yeni medya arasında gelişen farklılıklar geleneksel medyanın bir alt kolu olarak doğan yeni medyanın sağladığı tabana yayılma-kolay erişim, üstün teknoloji, zengin ve farklı içerikler gibi temel özellikler ekseninde

geleneksel medyayı kendi çatısı altına aldığı bir süreci tanımlamaktadır. Bu noktada geleneksel medya ile yeni medyanın farklarını incelemek sürecin anlamlandırılması ve yeni medya araçlarının geleceği hakkında fikir yürütülebilmesi için aydınlatıcı veriler sunmaktadır.

Yeni medya dijitalleşme, etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamansızlık, hipermetinsellik ve dağılma özellikleriyle (Fisch, 2004) geleneksel medyadan farklı özelliklere sahiptir. Geleneksel medya ile yeni medya arasında etkileşimlilik, zenginleştirilmiş içerik, kitlesizleştirme, eşzamansız olabilmek, iletişim sürecindeki farklılıklar, gerçek zaman, içeriğin güncellenmesi, işleyiş sistemi, yayın faaliyeti, ücret politikası, fiziksel özellikler, somut veriler, sosyalleşme, doğrulanabilir enformasyon, hukuki sorumluluk ve güven ile kullanıcıya sunulan seçme özgürlüğü açılarından bazı temel farklılıklar bulunmaktadır (Pavlik, 2001; Zhao ve Jiang, 2011, s. 1-3; Dewan ve Ramaprasad, 2014, s. 103-108). Geleneksel medya, okura haberi doğrusal ve tek yönlü bir öyküleme ile sunarken (Yoon, ve Kim, 2001), yeni medya haberi çok yönlü sunmaktadır (Dixon, 2015). Kullanıcı, aktif katılım olanağıyla istediği sayfalara veya sayfadaki bağlantılarla istediği içeriğe ulaşabilmektedir (Van Dijk, 2006, s. 8). Yeni medya karşılıklı etkileşime imkân veren, alıcı ile verici arasındaki iletişim kanalında karşılıklı etkileşimi sağlayan bir özelliğe sahiptir (Skoric vd., 2016, s. 1818). Geleneksel kitle iletişim araçlarında bu etkileşimi sağlamak için telefon veya mektup gibi başka araçlara ihtiyaç duyulurken yeni medyada bu süreç aynı kanalda gerçekleşebilmektedir (Dursunoğlu ve Kömür, 2018, s. 410-413).

Geleneksel medya görme duyusuna hitap eden içeriklere sahiptir (Chung, vd., 2021). Her ne kadar televizyon ve radyo gibi göz dışına da hitap eden iletişim araçları elektronik araçların yaygın olarak kullanılmaya başlandığı dönemden itibaren etkili olmuş olsa da yeni medya bir bütün olarak düşünüldüğünde temel duyu organları olan göz ve kulağa hitap etmektedir. Grafikler, ses kayıtları, tablolar, hareketli görseller, emojiler gibi araçlarla YouTube gibi platformlar yeni medyayı geleneksel medyaya göre içerik açısından daha zengin bir hale getirmektedir (Van Dijk, 2006, s. 16). Geleneksel medya, mesajını genel bir kitleye iletirken yeni medya, araçlarıyla üretilen mesajları büyük bir çevrimiçi kullanıcı grubu içerisinde yer alan her bir kullanıcıya göre şekillendirilmiş ileti aktarımı yapılabilmesine de imkân tanıyan kitlesizleştirme özelliğine sahiptir. Yeni medyada anahtar bir kavram olan kitlesizleştirme özelliğiyle kitle iletişim sisteminin kontrolü mesaj yapıcından, iletişim aracı tüketicisine doğru kaymakta ve geleneksel medyadan farklı olarak, iletişim sürecinde denetimin bir bölümü kaynak yerine hedefe geçmektedir (Geray, 2003, s. 18-19).

Yeni medya kullanıcıları iletişim sürecini istedikleri an başlatmakta, durdurabilmekte veya bitirebilmektedir. Zamanı kontrol altında tutma durumu iletişim sürecinde kontrolü kaynaktan hedefe kaydırmaktadır. Geleneksel medyada ise kullanıcılar örneğin gazeteleri günlük olarak takip edebilmekte veya televizyon yayınlarını ancak yayın akışı içinde önceden belirlenen gün ve saatlerde takip edebilmektedir (Aktaş, 2007, s. 37). Geleneksel medya 'birden çoğa' modeline sahiptir. Bu modelde iletişim aracının sahibi altyapı için yatırım yapmaktadır. Kuruluşun ürettiği içerikler genellikle denetimden geçirilerek kitleye

ulaştırılmaktadır. Burada üretilen içeriklere ilişkin tepkiler çoğunlukla gecikmeli ve az sayıda olacak şekilde alınmaktadır. Yeni medyada oluşan iletişim süreci ise 'çoktan çoğa' şeklinde işlemektedir. Burada iletişim aracının bir sahibi yoktur. Üretilen içerikler yoğun bir denetim mekanizması olmadan doğrudan hedef kitleye ulaştırılmaktadır. Böylece geleneksel medyadaki modelin aksine içeriği alanlar iletişim sürecine aktif olarak katılabilmektedir (Aktaş, 2007, s. 33-34). Geleneksel medyada üretilen içerikler anlık olmayabilir. Basılı olmayan radyo ve televizyon gibi iletişim araçları gelişmeleri anlık bildirimlerle kitlelere ulaştırıyor olsa da bunların dışındaki iletişim araçlarında bu imkân bulunmamakta, içerikler pasif olarak önceden hazırlanmaktadır. Yeni medya 'anlık' olma özelliğinin yanı sıra çevrimiçi platformlar sayesinde içerikle ilgilenenlere sürece aktif olarak katılabilme imkânı sunarak küresel çevreden sıcak ve taze içerikleri toplayabilmekte ve bu içerikleri hızla yayınlayarak yayabilmektedir.

Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki temel farklılıklardan biri de sistemsel işleyişlerden kaynaklanmaktadır. Geleneksel medya araçları daha geniş ve katı altyapıya sahip olup yerel, ulusal veya küresel çapta yayın yapan, genellikle birden çok sahibi bulunan, sistemli denetime tabi olan yapılar olarak bilinmektedir. Geleneksel medya sisteminin işleyişi belirli mekânlarla sınırlıyken yeni medya, altyapı itibarıyla çok büyük donanım yatırımı gerektirmeyen, belirli mekânlara bağlı olmayan, çalışan sayısının sınırlı olduğu, nadiren belirli şahıslara ait, çoğunlukla daha özgür ve sistemli denetimi olmayan bir yapıdadır. Geleneksel medyanın yayın faaliyetleri önceden belirlenmiş bir disiplin çerçevesindedir. Örneğin bir basılı yayın aracının, yayın ve editörler kurulu, muhabirleri, farklı teknik elemanları bulunmalıdır. İçeriğin hukuki sorumluluğu ve güvenilirliği de yayın faaliyetinin önemli bir başka kısmını oluşturmaktadır. Geleneksel medya bahsedilenler ışığında örgütlü bir görünüme sahipken yeni medyada bir bilgisayara veya cep telefonuna sahip olan herhangi bir kişi sözü edilen katı yapının gerektirdiği insan ve donanım kaynağına ihtiyaç duymaksızın içerik üretebilmektedir. Bu yönüyle bireysel bir görünüme sahip olan yeni medya içeriklerinde hukuki sorumluluk ve güvenilirlik her zaman için tartışma konusu olmaktadır.

2. Teknolojik Determinizm ve Yeni Medya Çağında Güvenilir Bilgi Edinme İhtiyacı

Yeni medya çeşitli inanç ve düşüncelere açık olan özgür yapısı ve yüksek düzeyde ifade özgürlüğü sunması (Al-Menayes, 2014; Sezgin ve Şimşek, 2019, s. 1264-1266). ile kullanıcı sayısını sürekli artırmaktadır. Günümüzdeki kullanım kolaylığı ve erişim zenginliği ile geleneksel medyanın uzmanlık gerektiren kökleşmiş düzenini değiştiren yapısı ve yüksek erişim sadakatiyle de kullanıcı tabanını her yaş grubundan kullanıcılar ile genişletmektedir (Yoon ve Kim, 2001). Yeni medya, ilk günlerinden itibaren gelişimine devam eden ve geleceği kullanıcılarına bağlı olarak evrimleşecek bir iletişim araçları bütünüdür. Yeni medya, etkileyici bir hızda ve aralarında daima yeni teknolojik araçların ortaya çıktığı bir yapıyla insan yaşamını çeşitli yönleriyle sarmaktadır. Bu yeni düzen karşısında kimi zaman bireysel endişeler artabilmekte, toplumun daha geniş alanlara yayılan iletişim aracının sosyolojik ve ekonomik etkileri

sorgulanabilmektedir. McLuhan, yeni bir teknolojinin ilk evresini yaşayanların belirgin farklı bazı tepkiler gösterdiklerine dikkat çekerek bu tepkilerin toplamının duyu organlarının teknolojik genişlemesi sonucunda ortaya çıkan “yeni duysal oran” ile ilgili olduğunu ifade etmektedir. McLuhan’a göre bu oran, şiddetli bir bütünleşme kalıbını akla getiren yeni bir dünya sunmaktadır. Topluluk bu yeni algı alışkanlığını, çalışma ve ortaklaşma alanlarına kattıkça, başlangıçtaki şok yavaş yavaş dağılır, kaybolur. McLuhan, devrimin ve adaptasyon temelli bütün kişisel ve toplumsal yaşamın, yeni teknolojinin getirdiği algılama modeli ve bu modele uyarlanma aşamasında gerçekleştiğini iddia etmektedir (McLuhan, 2014, s. 36).

Maigret’e göre ise teknoloji, kavramsal ve düşünsel boyutta bir etkiden ziyade anlam ilişkilerini ve algılama modellerini herhangi bir dirençle karşılaşmadan yavaş bir şekilde değiştirir (Maigret, 2013, s. 130). Medyada bütüncül bir katılım toplumsal temelde bir katılım işidir ve aynı medya çerçevesinde tüm toplumsal çelişkiler bir arada bulunmaktadır. İletişimde teknolojik determinizm görüşünün 19. yüzyılda yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması ve özellikle de bir araç olarak tren kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıktığı söylenmektedir. Teknolojik Determinizm yaklaşımına göre toplumsal değişmelerin ana itici gücü teknolojidir. Teknolojik Belirlenimcilik küresel anlamda düşünce ve yöntem geliştirip uygulama açılarından toplumları yönlendirmektedir. İletişim yapılarının, teknolojilerinin ve ürünlerinin yaygınlaşması yaşamı her yerde değiştirmiş, dünyayı 1970’lerde ve 80’lerde ‘küresel bir köy’ haline getirmiştir. 1990’lar ve 2000’lere geldiğimizde ise ‘küresel kent’ haline getirmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 142). Dikkat çekilen bu teknolojik determinizm tanımına göre; teknolojik aygıtlar aracılığı ile istenilen herhangi bir zamanda çevrimiçi olabilme kaydı düşülerek, özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerinin hızlı gelişimi sayesinde, 1990’lar ve 2000’lerde, hızla küreselleşme sürecine giren dünya bir enformasyon/bilgi toplumu olmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 142).

Google, Facebook ve Twitter gibi dev sosyal medya platformları doğruluk payı olmayan haberlerin yayılmasını önlemek amacıyla çeşitli algoritmalar ve uygulamalar geliştirmekte farklı kurumlarla iş birliğine gitmektedirler (Chadwick ve Vaccari, 2019; Gottlieb ve Dyer, 2020; Hilary ve Dumebi, 2021). Fakat sosyal platformlarda her ne kadar sahte veya yanlış bilgilerin yayılmasının önüne geçilmeye yönelik çalışılmalar yapılsa da (Hilary ve Dumebi, 2021), bu platformların beğeni ve etkileşime göre doğru olmayan (dezenformasyon) bilgiyi ön plana çıkardığı durumlarda olabilmektedir (Güler, 2020; Grimes, 2020). Algoritmaların çok beğenileni ve sansasyonel olanı ön plana çıkarmaya dayanan bu nedenle yanlış bilgilerin de yayılmasına aracılık eden bir rolü olduğu düşünülmektedir.

Okuyup izlediklerine inanma ihtiyacı hisseden ve bilgi edinme hakkına sahip olan tüm yeni medya kullanıcıları, günümüzde doğru bilgiye ulaşma yolunda büyük bir beklenti içerisindedir. Sosyal medya kullanımının artışı ve bu yeni medya kanallarının geleneksel medyaya kıyasla öncelikli haber kaynağı haline gelmesiyle birlikte bilgi güvenilirliği konusu önümüzdeki dönemde artık pek de

'yeni' olarak adlandırılmayan yeni medya düzeninin şekillenmesinde kritik rol oynayacaktır.

3. Yeni Medya Araçları ve İçerik Doğrulama Platformları

Doğruluk kontrolü, özellikle bu kavramın sosyal ve politik sistemleri yarattığı 2000'li yılların başında dünya çapında kapsayıcı ve demokratik bir uygulama haline gelmiştir. Küresel olarak, özellikle 2016 ABD seçimlerinden sonra insanların teyit etme kavramına yönelik farkındalığı ve ilgisi artmıştır. Gerçekleri kontrol etme uygulaması, haber endüstrisi kadar eskidir (Spivak, 2010). Doğruluk kontrolü, yanlış bilgi ve yalan haber sorunuyla mücadelede en önemli araçlardan biri olsa da bazen gereksiz ve anlamsız sonuçlar da üretebilmektedir. Gerçekliğin kontrol edilmesinin hedef kitlenin inançlarını ve görüşlerini değiştireceği iddiasını destekleyecek yeterli kanıt yoktur (Wintersieck, 2017). Gerçekleri kontrol etmenin yanlış bilgilendirmenin ilk etkisini derinleştirebileceğini gösteren araştırmalar dahi bulunmaktadır (Brandtzaeg vd., 2018). Çünkü sosyal mecralarda enformasyon paylaşmanın kabul görmüş bir standardı yoktur ve bu platformlarda enformasyon kolay bir şekilde değiştirilebilir, çarpıtılabilir veya çalınabilir. Buna ilaveten gerçek dışı enformasyonlar da anonim şekilde oluşturulabilir (Metzger, 2007, s. 2079; Güler, 2020). Ayrıca, teyit ve yanlış bilgilendirme arasındaki ilişki, farklı mevcut sosyal yapılardan ve farklı sonuçlar üretmek için yerleşik medya düzenlerinden de faydalanabilmektedir.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, toplumsal kutuplaşmanın şiddetli olduğu ve özellikle siyasi otorite tarafından tarihsel bağlamda bilgi akışının kısıtlandığı bir geçmişe sahiptir (Bulut ve Yörük, 2017, s. 4097-4099; Esmer, 2019). Doğrulama kavramı ve uygulayıcıları farklı açılardan değerlendirilmeli ve sosyo-ekonomik gelişimini tamamlamış ülkelerden çıkan küresel muadilleriyle bu çerçevede içerisinde karşılaştırılmalıdır. Veri doğrulama kavramı esasen bilgi, dijital medya ve demokrasi kavramı arasındaki yakın ilişkiyi ortaya koymakta ve sosyal, ekonomik, politik ve sosyal eğilimlerle ilgili önemli veriler sunmaktadır.

Yeni gazetelerin ve tabloidlerin 1800'lü yılların sonundaki icadından bu yana, gerçeklik kontrolü ve doğrulama, günlük editörlük işlerinin vazgeçilmez bir parçası olmuştur. 20. yüzyılın büyük bir bölümünde doğruluk kontrolü araştırmacı gazetecilerin ve büyük gazetelerin doğruluk kontrolü birimlerinin temel görevlerinden biri olmuş ve yanlış/yanıltıcı bilgi içeren haberlerin yayınlanmasını önlemek için çeşitli yöntemler uygulanmıştır (Mindich, 2012). Ancak Snopes ve Spinsanity gibi bağımsız kontrol kuruluşlarının ilk örneklerinin ortaya çıktığı 1990'larda doğruluk kontrolü programı gazete ve televizyon haber servislerinin dışında bağımsız uygulamalar ile yayılmıştır (Amazeen, 2019). Dijital doğrulama ekosisteminin gelişimi, 2001 yılının sonunda, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ana akım dijital haber kaynaklarına yönelik bir saldırı olduğunda başlamıştır. Dijital iletişim teknolojisinin ilerlemesiyle, ağ iletişimi ve dijital iletişimin neden olduğu aşırı bilgi yükü, geleneksel yayınevlerine ek yükler de getirmiştir. Haber kuruluşları gitgide daha fazla haber raporu üretmeye ve doğrulamaya başladıkça, geleneksel internet öncesi doğruluk kontrolü ve doğrulama yöntemleri, yeni nesil haberlerin doğrulama hızına ayak uyduramaz hale gelmiştir (Lowrey, 2012). Bu

durum, ana akım medya ekosisteminde tam olarak araştırılmamış ve elde edilmemiş bir dizi haber ve analiz alışverişine de yol açmış, haber tüketicileri ve bağımsız vatandaş muhabirlerin haberlere ve medyaya karşı olan öfkelerini artırmıştır.

Haber ve verilerin dijitalleşmesiyle birlikte modası geçmiş yöntemlerin artık hızlı ve büyük kapasiteli haber iletiminin getirdiği doğrulama iş yükünü çözemeyeceğini göstermiştir. Bu hız odaklı yeni medya haberleri eski moda kurgu sürecini zayıflatmakta ve onları internet çağının değişen dinamiklerine uyum sağlayamaz hale getirmektedir (Le Masurier, 2015). Yeni medya çağının bilgi, haber ve veri boyutu ile yükü sebebiyle bu sorun eski medyanın yöntemleriyle çözülemez ve ancak mevcut medya sisteminin dışında “bağımsız doğrulama girişimleri” ile çözülebilir hale gelmiştir. Bu durum ve büyük beklentiler FactCheck.org (2003), MediaMatters (2004), NewsBusters (2005) ve PolitiFact (2007) gibi unsurların yalnızca doğrulamaya yönelik çalışan platformlar olarak faaliyet gösterdiği yeni bir ekosistemin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu tür medya dışı doğrulama kontrolü inisiyatiflerine olan talep mevcut kurumları da aştığından benzer örnekler hızla tüm dünyaya yayılmıştır (Graves, 2016).

Doğrulama araştırmalarının tarihi 2000’li yılların başında ortaya çıkan doğrulama araştırmalarına kadar uzanmaktadır. Kamuoyunu doğru bilgilendirmek ve bulguları kamuoyu ile paylaşmaktan sorumlu politikacıların ve kamu yöneticilerinin medya kuruluşlarının eksikliklerini tespiti ile doğrulama çalışmaları hızlanmıştır. 2003 yılında ABD’de eski Associated Press ve CNN muhabirleri tarafından kurulan Politifact, 2007 yılında Tampa Bay gazetesi Florid’nın bir projesi olarak yayın hayatına başlamış ve girişim ABD’nin en prestijli gazetecilik ödülü olan Pulitzer Ödülü’nü kazanmıştır. Bu girişimlerin 2009 yılında dünyada bu disiplinin hızla yayılmasını sağladığı ve medya araştırmaları için tamamlayıcı bir kavram olarak kabul edilmesini sağladığı söylenebilir. Özellikle 2016’da Donald Trump başkanlığa aday olup, başkanlığı kazandığında teyit ve doğrulama işi dünya çapında giderek daha fazla insan tarafından bilinir hale gelmiştir. Trump’ın orta ve uzun vadede başkanlığı basın özgürlüğüne yönelik tehdit oluştursa da kısa vadede ABD medyasının doğruluk kontrolüne daha fazla önem vermesine neden olmuştur.

Doğrulama çalışmalarının ilk örnekleri özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde gazeteciler tarafından başlatılmış olsa da günümüzde dünyadaki doğrulama araştırmaları salt gazeteciler tarafından yürütülmemektedir. Bu çalışmaların çoğu sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülmekte, sürekli olarak yeni girişimler ortaya çıkmakta ve bu kavramın uygulanması uzmanlık anlamında gazetecilik mesleğinin ötesine geçmektedir. Bu alandaki çatı örgüt ‘International Fact-Checking Network’ (IFCN) bünyesinde pek çok gazetecilik okulundan olmayan ve hatta bu alana olan tepkisini sıklıkla ortaya koyan birçok aktivist, gerçekler üzerinde doğrulama çalışmaları yapmayı sürdürmektedir. Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı IFCN’nin tüm dünya genelinde yaygınlaştırmak istediği doğruluk kontrolü çalışmaları doğruluk kontrolü yapan kurumların şeffaflığı, çalışanlarının objektif yargıları ve bu kişilerin ülkedeki

siyasî partiler ile resmi bağlarının bulunmaması gibi bazı temel ölçütleri içermektedir.

2010'lu yıllarda küresel doğrulama platformlarının sayısının artmasıyla birlikte bu platformları entegre ederek doğrulama yöntem ve uygulamalarının optimize edilmesi ve geliştirilmesi yönünde bir ihtiyaç belirmiştir. Bu nedenle, doğrulama platformu operasyonlarının kontrolünü ve hesap verebilirliğini güçlendirmek için IFCN kurulmuştur. IFCN'ye üyelik talep eden herhangi bir doğrulama platformu doğruluk kontrolü yapan ekiplerinin tam listesini, önceki doğrulama performanslarının ayrıntılı bir sunumunu ve mali yapısını kuruma bildirmek zorundadır. Anonim dış denetçiler, bu platformların IFCN uygulamalarını deneyim, finansal şeffaflık, ekip yetenekleri ve ölçeği ve doğrulama uygulamalarında yöntem yorumlanabilirliği gibi kriterlere göre değerlendirir. Bu süreci başarıyla geçen platformların bilgileri doğrulama ve kamuya açıklama yeteneklerini kanıtlamış olduğu kabul edilmektedir. Google ve Facebook gibi büyük platformlar farklı ülkelerde, farklı dillerde ve medya kültürlerinde doğrulama uygulamalarına ve yanlış bilgilerle mücadeleye katkıda bulunmak için IFCN üyeleriyle iş birliği yapmaktadır. Bu anlamda IFCN üyeliğinin şeffaflık ve kalite göstergesi olarak da değerlendirilebileceğini söyleyebilmek mümkündür. Bu, IFCN üyelerine yanlış bilgilerle mücadele için temel bir güç ve doğrulama yetkisi vermektedir. Dünya çapında IFCN üyesi 77 doğrulama platformu bulunmaktadır. Türkiye'de de Doğruluk Payı ve Teyit.org girişimleri IFCN üyesidir. IFCN üyeliği prensipte bir yıllıktır ve yeniden üyelik için her yıl harici bir inceleme gerekmektedir.

İnternet erişiminin hızlı büyümesi, Türkiye'deki internet kullanıcılarının bilgi arama şeklini değiştiren çevrimiçi forumların ve sosyal medya gruplarının patlayıcı bir şekilde büyümesine yol açmıştır (Torlak vd., 2015, s. 10). 2000'li yılların sonunda, bu gruplar ve forumlar, şehir efsanelerinin ve yanlış bilgilerin ana kaynağı haline gelmiş ve bu iddiaların doğruluğunu teyit edebilecek platformlara ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır.

Türk dijital ekosistemindeki yanlış bilgilerin başlangıçta siyasetle bir ilgisi yoktur. Aşılama, gıda güvenliği ve ilaç firmalarıyla ilgili komplo teorileri gibi birçok çarpıtılmış halk sağlığı iddiası sosyal medyanın gündemine girmiştir. Bu komplo teorileri, domuz gribi hastalığının ortaya çıktığı 2009 yılının başlarında keskin bir şekilde artmıştır. Hastalığa neden olan virüsün laboratuvar ortamında biyolojik silah olarak üretildiği iddialarından, ilaç firmalarının hastalığı üretmek için aşı satmak istediği komplo teorilerine kadar, hastalığın doğası hakkında giderek daha fazla çarpıtılmış bilgiler ortaya çıkmıştır. 2009'daki küresel sağlık krizi sırasında, bu tür yanlış bilgilerin Türk forumlarında yaygın bir şekilde yankılanması, Türkiye'nin ilk teyit girişimine yol açmıştır. Bu yanlış bilgi paylaşımı ortamında kurulan yalansavar.org Türkiye'nin ilk veri doğrulama programıdır. 2009 yılında bir grup bilim insanı ve bilim meraklısı tarafından kurulan platform, domuz gribi ile ilgili internet ve sosyal medyadaki asılsız iddiaları ve yanlış bilimsel içerikleri reddederek yayın hayatına başlamıştır. Türkiye'deki en eski doğrulama platformlarından biri de 2009 yılında kurulan ancak 2010 yılında faaliyete geçen 'Muhtesip'tir. Köşe yazarlığı kalitesindeki genel

düşüşü göz önünde bulundurarak doğruları kontrole yönelik bir girişim olarak çalışmalarına başlamıştır. Muhtesip, Türkiye'deki siyasi çalkantılar nedeniyle 2015 yılında faaliyetlerine son vermiş ve kurucusu, köşe yazarlarının iddialarını çürütmek olan ana hedefini sürdürmek için 'Malumatfuruş' adında yeni bir girişim başlatmıştır. Malumatfuruş, Türkiye'deki diğer doğrulama girişimlerinin aksine ana akım medyayı yanlış bilgi kaynağı olarak görmüş ve ana akım medya tarafından yapılan haberlerin sürekli olarak dış platformlar tarafından da izlenmesi gerektiğine inanmıştır.

Doğruluk Payı, Türkiye'deki ilk teyit platformları dalgasının ortaya çıkmasından yıllar sonra, Haziran 2014'te yayına başlamıştır (Akser, 2018, s. 78-97). Türkiye'nin ana akım medyası ve ana akımın dışında kalan bir kısım medyaya yönelik sansür uygulamaları doğrultusunda bağımsız haber ve bilgi talebinde önemli ölçüde bir artış olduğu aktarılmaktadır. Doğruluk Payı, bu büyüyen boşluğu doldurmaya çalışan ilk doğruluk kontrolü platformudur. Doğruluk Payı, Yönetim Kurulu Başkanı Batuhan Ersun liderliğindeki 11 kişilik bir ekiple çalışmaya başlamıştır. Platformun kurucusu ve eski başkanı Baybars Örsek, Poynter Media Institute bünyesinde faaliyet gösteren Uluslararası Veri Doğrulama Ağı'nın (IFCN) direktörlüğünü yapmaktadır. Baş Koordinatörü Yüzyıl Aydın ve Dijital Operasyonlar Koordinatörü Denizcan Sarı liderliğindeki ekip, altı editör ve iki video editöründen oluşmaktadır. Ekip, ulusal haber kaynakları aracılığıyla siyasi haberleri gerçek zamanlı olarak takip etmekte, sosyal medyada dikkat çeken haberlere ve günlük siyasi haber gündemlerine öncelik vermektedir. Ekip tarafından gerçekleştirilen doğruluk kontrollerinin yaklaşık %30'u takipçilerin talebi üzerine yapılmaktadır. Kullanıcı, platform tarafından doğrulanmasını istediği beyanı e-posta veya sosyal medya hesabı üzerinden iletir. Ardından platform, tüm tarafların temsilcilerinin sayısı ve etkisi ile orantılı olarak talepleri dağıtır. Bu dağılım tek bir siyasi partiye çok fazla odaklanmayı engellerken her partinin parlamentodaki seçim meşruiyeti ve hükümet olup olmama doğrultusunda belirli bir derecede dengeyi korumaktadır. Öte yandan Teyit.org, teyit ekosistemine her şeyi kapsayan bir gündemle girmiştir. Bu kapsamlı doğrulama gündemi, yalnızca o dönemin krizleri ve istikrarsızlığının sonucu değil, aynı zamanda o dönemde toplumun artan bilgi ve haber arzusunun bir tezahürüdür.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de doğruluk kontrolü girişimlerinin bağımsız ve tarafsız kalabilmeleri için gerekli olan ana unsur girişim finansmanının herhangi bir siyasî görüşün etkisi altında olmayan kişiler veya bağımsız kurumlar tarafından sağlanmasıdır. IFCN'nin şeffaf yayın ilkelerine uyum zorunluluğu ve düzenli dış denetimleri ile ciddi çalışan bu girişimleri kendi çatısı altında bir anlamda garanti altına alması tarafsızlığın kontrol altında tutulabilme çabasının en önemli işareti olarak kabul edilebilir.

Sonuç

Çevrimiçi ortamda doğru ve hatalı bilgilerin bir arada bulunması ve bu bilgilerin doğrulanma problemi interneti bir bilgi çöplüğü haline getirirken kullanıcılarını da büyük bir ikileme sürüklemektedir. Reuters Enstitüsü

tarafından yapılan bir araştırmada sahte haberlerin yalnızca %20'sinin ünlü kişiler tarafından üretilip paylaşılmasına karşın bu içeriklerin sosyal medyadaki toplam etkileşiminin %70 olduğu ortaya konmuş, Dijital Haber Raporu 2019 Türkiye Özel Sayısı'nda, Türkiye'de haberlere güven oranı (%46) olarak belirtilmiştir (Graves ve Cherebini, 2016). Sahte haberlerin yayılım hızı sosyal medya etkisi ile çok büyük oranda artmıştır. Sahte ve yanıltıcı haberlerin sayısındaki olağanüstü artış, kullanıcılar açısından eleştirel düşünme ve değerlendirme ihtiyacını da artırmıştır. Doğru ve gerçek bilginin önemi özellikle Covid-19 Pandemisi ve küresel ekonomik dengeleri değiştiren siyasi manipülasyonların tespitiyle daha da belirgin bir hale gelmiştir. Bilginin tanımına yönelik ifadeler temel anlamıyla değişiklik göstermese de teknolojinin bilginin birikim ve erişim olanaklarına olan katkısı ile bilgi kavramı değişime uğramıştır. Bu tanımlara göre bilgi edinmenin gerektirdiği çaba ön plana çıkmakta ve 'haklı doğru inanç' olarak tartışılabilen bilgi edinme süreci bilginin oluşturulma süreci ile bir arada düşünülmelidir. Bilme kavramı 'bir şeyi onu doğal haliyle kanıt, tecrübe ve sezgi temelinde deneyimlemek ve anlamak' olarak ifade edilebilir. Algı, hafıza, bilinç ve akıl ile temellenen bilgi için bellek ana gerekçelendirme ve saklama kaynağıdır.

İnternet kullanımının tabana yayılması ile (Ökmen ve Çokluk, 2021 s. 197-199) küresel anlamda bilgi toplumlarından bahsedebilmek mümkün hale gelmiştir (Çalışkan ve Mencik, 2015). Ekonominin temel dinamiklerinden biri haline gelmiş olan bilgi kavramının değer üretme kapasitesi çevrimiçi birey sayısına koşut olarak artmıştır. Bilgi kalitesi bilginin değerini belirleyen ana faktör olarak öne çıkmaktadır. Kaliteli bilgi faydalı ve doğru içerik üretiminin ana unsuru haline gelmiştir. Yüksek kaliteli bilginin beş temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar; doğruluk, eksiksizlik, tutarlılık, benzersizlik ve zamanlılıktır (Güçlü ve Sotirofski, 2006; Nalbant, 2007). Çevrimiçi platformlardan ulaşılan bilgilerin kaynakları açık ve net ise bilgilerin güvenilir olduğu söylenebilir.

Günümüzde her türden farklı bilginin yayılmasını sağlayan birçok çevrimiçi platform mevcut olduğu için (Sezgin ve Şimşek, 2019) yayılım hızı bilgilerin güvenilirliği konusunda soru işaretleri doğurmaktadır. Küresel anlamda bilgi akışının merkezi haline gelen internet doğru, yanlış, manipülatif veya aşırı kişisel bilgiler içerebileceğinden doğru bilgiye ulaşma sorunu küresel bir sorun olarak tüm toplumları etkilemektedir. Yanlış ve yönlendirici bilgi kaynaklarının kasıtlı fiillerinin temelinde ekonomik çıkarlar yatmaktadır. Bu noktada yanlış ve yanıltıcı bilgilerin kaynağını tespit edebilmek önem taşımaktadır. Özellikle genç kuşağın geniş erişim imkânları gençlerin bilginin ana kaynağı olarak interneti görmelerini kolaylaştırmıştır. Haber sitelerine duyulan güvenin yüksek seviyelerde olması yanıltıcı haber ve bilgilerin de daha hızlı yayılımını mümkün kılmaktadır. Katılımcı kültürün yükselişi ile çevrimiçi kullanıcıların birlikte üretmeye başladıkları içeriklerin geçerliliği ve güvenilirliği halen büyük bir tartışma konusudur. Nihai olarak her teknik veya teknoloji devriminin kültürü etkilediği bir gerçektir. Güçlü bir etki-tepki mekanizmasını harekete geçirmek için kasıtlı olarak üretilen içeriklerin etki gücü yüksek sosyal medya figürleri tarafından sıkça paylaşılması medya tüketicileri için eleştirel düşünme ihtiyacını artırmıştır. Bu bağlamda dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin ilköğretim

seviyesinden itibaren uzman eğitimcilerin eliyle uygulanması konusu önem kazanmıştır. Türkiye'nin sahte haber ve içeriklere en çok maruz kalan ülkelerden biri olduğu düşünüldüğünde (Faço, 2018), bu sorun ile mücadelede doğrulama platformlarını da kullanabilecek bir üst yapının oluşturulması dijital medyanın geleceği için de önemli bir adım olacaktır.

Daha fazla karmaşıklık, çeşitlilik, hacim ve hız ile karakterize edilen veri kümelerini ifade eden büyük veri kavramı haber ve bilgi alma süreçlerini de kapsayacak şekilde geleceği inşa edecek medya olgularını yönlendirecek zemin olmaya devam edecektir. Özellikle sosyal medya şirketlerinin ve arama motorlarının elinde olan devasa miktardaki büyük verinin hacmi her geçen gün katlanarak artmakta, milyarlarca kullanıcının verisi yasal sınırları zorlayarak hükümetler ve şirketler arasında çıkar çatışmalarına neden olmaktadır. Kontrolü güç hale gelen büyük veri aynı zamanda teknolojik sınırları da zorlamakta, saklama, işleme ve analiz süreçlerinde artık yeterli olamayan geleneksel veri tabanı yönetim süreçleri de donanım ve yazılım teknolojileri çerçevesinde dönüşüme uğramaktadır. Teknik imkânların da sürekli gelişimiyle temel bir sosyalleşme aracının çok ötesine geçmiş olan sosyal medya, yönlendirici gücüyle küresel bir güç haline gelmiştir (Dari, 2018). Reuters'in dijital haber raporuna göre, Dünyada sosyal mecralarda paylaşılan enfomasyona güven oranı %23'iken, bu oran Türkiye'de %33 olarak karşımıza çıkıyor. Dünyadaki diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'deki sosyal mecraları kullanan neredeyse her üç kişiden biri bu platformlardaki bilgiye güvendiğini teyit etse de Türkiye bu hususta dünya ortalamasının üstünde yer almaktadır. Fakat Türkiye'de internette karşılaşılan enfomasyonun doğruluğu açısından endişe duyanların oranı %60 olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna ilaveten Türkiye'de araştırmaya katılan bireylerin haftada en az bir kez uydurma haberle karşılaştıklarını beyan etmektedir. Bu konuda da Türkiye dünyadaki diğer ülkelerle kıyaslandığında birinci sırada yer almaktadır (Yanatma, 2018). Öte yandan kontrol ve denetimin yeterli gelmemesi yönlendirici içeriklerin büyük bir hızla yayılabilmesine imkân sunmaktadır. Bu noktada doğruyu yanlıştan ayırmanın yegâne yolunun her aşamada etkin olacak bir dijital okuryazarlık olduğunu söylemek mümkündür. Paylaşanı kim olursa olsun her paylaşımına inanmamak, içeriklerin zaman ve kaynaklarını teyit etmek, farklı kaynaklardan kontrol sağlamak doğru bilgi edinme konusunda her dijital okuryazar için büyük önem kazanmıştır.

KAYNAKLAR

- Akser, M. (2018). News media consolidation and censorship in Turkey: From liberal ideals to corporatist realities. *Mediterranean Quarterly* 29, no. 3, s. 78-97.
- Aktaş, C. (2007). İnternet'in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5, s.1.
- Al-Menayes, J. (2014). The relationship between mobile social media use and academic performance in university students. *New Media and Mass Communication*, 25, 23-29.

- Amazeen, M. A. (2015). Revisiting the epistemology of fact-checking. *Critical Review* 27, no. 1, s.1-22.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation.
- Brandtzaeg, P. B., Asbjørn F., and Maria Á. C. D. (2018). How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services. *Journalism Practice* 12, no. 9, s.1109-1129.
- Bulut, E., ve Yörük, E. (2017). Mediatized populisms | digital populism: Trolls and political polarization of Twitter in Turkey. *International Journal of Communication*, 11, 4093–4117.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Castells, M. (2005). Ağ toplumunun yükselişi enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Chadwick, A., & Vaccari, C. (2019). News sharing on UK social media: Misinformation, disinformation, and correction.
- Chinn, C. A., Barzilai, S., & Duncan, R. G. (2021). Education for a “post-truth” world: New directions for research and practice. *Educational Researcher*, 50(1), 51-60.
- Chung, Y. C., Chang, H. H., & Kitamura, Y. (2021). Digital and traditional media advertising and business performance of agribusiness firms—Empirical evidence in Japan. *Agricultural Economics*, 67(2), 51-59.
- Dan, V., Paris, B., Donovan, J., Hameleers, M., Roozenbeek, J., van der Linden, S., & von Sikorski, C. (2021). Visual mis-and disinformation, social media, and democracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(3), 641-664.
- Darı, A. B. (2018). Sosyal medya ve siyaset: türkiye’deki siyasi partilerin sosyal medya kullanımını. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-10.
- Dave, A., Chremos, I. V., & Malikopoulos, A. A. (2021). Social media and misleading information in a democracy: A mechanism design approach. *IEEE Transactions on Automatic Control*, 67(5), 2633-2639.

- Dewan, S., & Ramaprasad, J. (2014). Social media, traditional media, and music sales. *Mis Quarterly*, 38(1), 101-122.
- Dixon, S. (2015). *Digital performance: a history of new media in theater, dance, performance art, and installation*. MIT press.
- Dursunoğlu, İ. ve Kömür, G. (2018). Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları: Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 71, 405-418.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram. (3. bs.). Pozitif Matbaacılık: Ankara.
- Esmer, Y. (2019). Identity Politics: Extreme Polarization and the Loss of Capacity to Compromise in Turkey. In *Democracy under Threat* (pp. 121-146). Palgrave Macmillan, Cham.
- Faço, M., A. (2018). Araştırma: Türkiye sahte habere en çok maruz kalan ülke
- Fisch, S. M. (2004, June). What's so "new" about "new media?" comparing effective features of children's educational software, television, and magazines. In *Proceedings of the 2004 conference on Interaction design and children: building a community* (pp. 105-111).
- Geray, H. (2003). "İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları". Ankara: Ütopya Yayınları.
- Gottlieb, M., & Dyer, S. (2020). Information and disinformation: social media in the COVID-19 crisis. *Academic emergency medicine*, 27(7), 640.
- Graves, L., Cherebini, F. (2016). The Rise of Fact-Checking Sites in Europe. Reuters Institute Digital News Report.
- Grimes, D. R. (2020). Health disinformation & social media: the crucial role of information hygiene in mitigating conspiracy theory and infodemics. *EMBO reports*, 21(11), e51819.
- Güçlü, N., ve Sotirofski, K. (2006). Bilgi yönetimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(4), 351-373.
- Güler, Ş. (2020). "Dezenformasyon ve Tahribat: Dijital Kuşakların Kriz İletişiminde Bilgiye Erişimi ve Bilgiyi Yayma Pratikleri" (Ed.) Kılıç, S. İletişim Çalışmalarında Dijital Yerliler. (1.Baskı). Nobel Yayınları: Ankara 51-103.
- Hilary, I. O., & Dumebi, O. O. (2021). Social Media as a Tool for Misinformation and Disinformation Management. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 496-505. <https://teyit.org/turkiye-sahte-habere-en-cok-maruz-kalan-ulke> Ulaşım Tarihi: 28 Ağustos 2022.

- Van Dijk, Jan A.G.M.. (2006). *The Network Society Social Aspects of New Media*. Second edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Jorgensen, M., & Grimstad, S. (2010). The impact of irrelevant and misleading information on software development effort estimates: A randomized controlled field experiment. *IEEE Transactions on Software Engineering*, 37(5), 695-707.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ*. İzmir: Delidolu Yayıncılık.
- Le Masurier, M. (2015). What is slow journalism? *Journalism practice* 9, no. 2, s.138-152.
- Lowrey, W. (2012). The emergence and development of news fact-checking sites: Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies* 18, no.3 , s. 376-394.
- Maigret, E. (2013). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Halime Yücel (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg galaksisi*. G. Ç. Güven (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Metzger, M. J. (2007) Making sense of credibility on the web: Models for evaluating online information and recommendations for future research, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078–2091.
- Mindich, D. TZ. (2000). *Just the facts: How ‘objectivity’ came to define American journalism*. NYU Press.
- Nalbant, M. G. (2007). *Bilgi Yönetimi Teorisinin Kavramsal Temelleri: Bir Uygulama* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Ökmen, Y. E., & Çokluk, N. (2021). Ben de Artık Bir Hikâye Anlatıcısıyım: Hikâye Anlatımında Dijital Olanaklar Açısından YouTuber “Fly With Haifa” Üzerine Bir İnceleme. *Etkileşim*, (7), 190-215.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. Columbia university press.
- Roozenbeek, J., and van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Humanities and Social Sciences Communications*, 5(65), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Şeker, Ş. E. (2013) *İş Zekâsı ve Veri Madenciliği*. İstanbul: Cinius.
- Sezgin, M., ve Şimşek, İ. (2019). Bireyin sıkıntıya dayanması üzerine sosyal medyanın rolü. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1259-1281.

- Şimşek, İ., ve Güler, Ş. (2022). Seçmenlerin Empatik Ve Özgeci Tutumlarının E-Katılım Davranışları Üzerinde Rolü. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 13(34). 589-602.
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New media & society*, 18(9), 1817-1839.
- Spivak, C. (2010). The fact-checking explosion. *American Journalism Review* 32, no. 4, s. 38-44.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2020). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism*, 21(3), 381-398.
- Torlak, O., Ozkara, B. Y., Tiltay, M. A., Cengiz, H., & Dulger, M. F. (2014). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An application concerning cell phone brands for youth consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8(2), 61-68.
- Vural, Z. B. & Bat, M. 2010. “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of Yasar University*, 5 (20), 3348-3382.
- We Are Social (2021). We Are Social 2021 Raporuna Göre Dünyanın Dikkat Çeken Dijital Verileri <https://wearesocial.com/us/> Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2022.
- Wintersieck, A. L. (2017). “Debating the truth: The impact of fact-checking during electoral debates.” *American Politics Research* 45, no. 2, s. 304-331.
- Yanatma, S. (2018). Reuters Institute digital news report 2018–Turkey supplementary report.
- Yılmaz, M. (2009). “Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi.” *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* 49.1, s.95-118.
- Yoon, S. J., & Kim, J. H. (2001). Is the Internet more effective than traditional media? Factors affecting the choice of media. *Journal of advertising research*, 41(6), 53-60.
- Zhao, X., & Jiang, J. (2011). An empirical comparison of topics in twitter and traditional media. *Singapore Management University School of Information Systems Technical paper series*. Retrieved November, 10, 2011.