

2024 Güz, Cilt 15 - Sayı 29
Fall 2024, Volume 15 - Issue 29



GLOBAL MEDIA JOURNAL

Turkish Edition

GMJ-TR

ISSN 1309-7601

PUBLISHER



Yeditepe University



Global Media Journal Turkish Edition

ISSN 1309 – 7601

GMJ-TR

Global Media Journal Turkish Edition (GMJ-TR),
cret talep etmeyen, açık erişimli ve evrimii olarak yılda iki kere yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

Global Media Journal Turkish Edition (GMJ-TR),
is an international peer-reviewed and an open-access journal published online twice a year.

Sahibi / Owner

Yeditepe Üniversitesi / Yeditepe University

Yazışma Adresi / Correspondence Address

İnönü Mah. Kayışdağı Cad. 326A 26 Ağustos Yerleşimi 34755 Ataşehir – İstanbul

İletişim / Contact

+90 216 578 06 46

Ayşe şipal Uğur

globalmediajournaltr@yeditepe.edu.tr

Yayın Tr / Publication Type

Yaygın Sreli / Periodical

Dizinler / Indexing and Abstracting

EBSCOHost

Proquest

EuroPUB

ERIH PLUS

Makalelerin bilimsel ve etik kurallara uygunluğu yazarların sorumluluğundadır. /
The authors' responsibility is to comply with the articles with scientific and ethical rules.

Yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.
The publication languages of the journal are Turkish and English.

DERGİ KURULLARI / JOURNAL BOARDS

DERGİ YAZI KURULU / EDITORIAL MANAGEMENT

Baş Editör / Editor-in-Chief

Prof. Dr. Pelin HÜRMERİÇ
[Yeditepe University, Istanbul]

Alan Editörleri / Section Editors

Assist. Prof. Elif KARAKOÇ KESKİN, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Lecturer Gökmen KAYA, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Editör Yardımcıları / Assistant Editor

Rsch. Assist. Çağla COŞAR, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Emre KAYIN, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Zülal Camgöz Demirel, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Seda AVCI, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Ahmet Necati GÜL, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Melikşah AKSU
[Yeditepe University, Istanbul]

Editoryal İlişkiler Yöneticisi / Editorial Relations Manager

Özge KÜÇÜK, MA
[Yeditepe University, Istanbul]

Dil Editörü / Language Editor

Assist. Prof. Hakan ŞENTÜRK, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Assoc. Prof. Sharif ABDUNNUR, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Özgür NÖMER, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Mizanpaj ve Web Editörü / Layout and Website Editor

Lecturer Gökmen KAYA, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Melikşah AKSU
[Yeditepe University, Istanbul]

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Billur ÜLGER
[Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Pelin HÜRMERİÇ
[Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Hasan AKBULUT
[Istanbul University, Istanbul]

Prof. Dr. Ayşe Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAKKAL
[Istanbul University, Istanbul]

Prof. Dr. Erkan SAKA
[Bilgi University, Istanbul]

Assoc. Prof. Candan ÇELİK ELMER, PhD
[Central Lancashire University, Preston, UK]

Paul ELMER, PhD
[Westminster Business School, London, UK]

Assoc. Prof. Burcu PEKSEVGİN, PhD
[Volda University, Volda, Norway]

İdil ENGİNDENİZ, PhD
[Galatasaray University, Istanbul]

Nazlı ÇETİN GÜNDOĞDU, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Barış KARA, PhD
[Galatasaray University, Istanbul]

Hitay YÜKSEKER, PhD
[York University, Toronto, CA]

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Yahya R. KAMALIPOUR
[Founder of GMJ]

Prof. Dr. Mehmet DURMAN
[Rector / Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Angela SCHORR
[University of Siegen, Germany]

Prof. Dr. Lars NYRE
[University of Bergen, Norway]

Prof. Dr. Miyase CHRISTENSEN
[Stockholm University, Sweden]

Prof. Dr. Bülent YILMAZ
[Hacettepe University, Ankara]

Prof. Dr. Chuck BRAITHWAITE
[Westminster Business School, London, UK]

Prof. Dr. David A. VICTOR
[University of Eastern Michigan, Ypsilanti - MI]

Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN
[Istinye University, Istanbul]

Prof. Dr. Dawn BRAITHWAITE
[University of Nebraska-Lincoln, Lincoln - NE]

Prof. Emeritus Rogério SANTOS
[Universidade Católica, Portugal]

Prof. Dr. Debby ANDREWS
[Delaware University, Newark - DE]

Dr. Senior Faculty Lec. James ARCHIBALD
[McGill University, CA]

Prof. Emeritus Tom Fox AVERILL
[Washburn University, KS. USA]

Prof. Dr. Ulaş Başar GEZGİN
[Istanbul Galata University, Istanbul]

Prof. Dr. Phil HOLCOMB
[San Diego State University, CA]

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Editörümüzden / From the Editor

V - VIII

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLES

Media Representation of Afghan and Ukrainian Refugees in Türkiye:

A Comparative Analysis of Sabah and Sözcü Newspapers

Türkiye’de Afgan ve Ukraynalı Mültecilerin Medyada Temsili:

Sabah ve Sözcü Gazetelerinin Karşılaştırmalı Analizi

Minoo Bonyadi BABAEE & Özgür AVCI

1 - 27

Kurumlarında Depreme Hazırlık:

Beklenen İstanbul Depremi Örnekleme Bağlamında Bir Değerlendirme

Earthquake Preparedness in Public Institutions:

An Evaluation in the Context of the Expected Istanbul Earthquake

Ali Murat Vural, Hatun Boztepe Taşkiran, Süleyman Türkoğlu,

Mehmet Sarı, Betül Yüncüoğlu, Emre Koparan & Recep Kutluay Keskin

28 - 53

Siyaset ve Nostalji: Geçmişin Bir Propaganda Unsuru Olarak Kullanımı

Politics and Nostalgia: Use of the Past a Propaganda Tool

Mehmet Emin Satır

54 - 70

Nostaljik Temanın İnşası ve Sosyal Medya: Instagram’da Nostalji Konseptli

Kafelerin Yansımaları Üzerine Bir Araştırma

Construction of Nostalgic Theme and Social Media:

A Research on the Reflections of Nostalgia Concept Cafes on Instagram

Elif Hatice Bahçecioğlu

71 - 105

2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve YouTube Yorumları

Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi Üzerine Bir Çalışma

A Study on Cyberbullying and Hate Speech:

The 2023 Presidential Elections and YouTube Comments

Ünal Topuksuzoğlu

106 - 140

Editörümüzden,

GMJ-TR 2024 Güz sayısında, günümüz iletişim dünyasının çeşitli boyutlarını ele alan beş değerli makaleyi sizlerle buluşturuyoruz. Çalışmalar, medya temsili, kriz yönetimi, siyasi propaganda, nostalji ve dijital platformlardaki iletişim pratikleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsıyor.

Sayımızın ilk makalesi Özgür Avcı ve Mino Bonyadi tarafından kaleme alınan "Türkiye'de Afgan ve Ukraynalı Mültecilerin Medyada Temsili: Sabah ve Sözcü Gazetelerinin Karşılaştırmalı Analizi" başlıklı çalışmadır. Bu araştırma, Taliban'ın Afganistan'da kontrolü ele geçirmesi ve Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinin ardından Türkiye'ye yönelen Afgan ve Ukraynalı mülteci gruplarının medyada nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Mollard'ın sınıflandırma modeli ve tematik analiz yöntemi kullanılarak yapılan çalışma, gazetelerin siyasi eğilimlerinin temsil biçimlerine etkisini analiz etmektedir. Bulgular, Ukraynalı mültecilerin genellikle olumlu, Afgan mültecilerin ise olumsuz bir çerçevede ele alındığını göstermektedir. Ayrıca, Afgan kadınların medya anlatısında neredeyse tamamen görünmez kılındığı tespit edilmiştir.

İkinci makalemiz, Ali Murat Vural, Hatun Boztepe Taşkıran, Süleyman Türkoğlu, Mehmet Sarı, Betül Yüncüoğlu, Emre Koparan ve Recep Kutluay Keskin tarafından hazırlanan "Kamu Kurumlarında Depreme Hazırlık: Beklenen İstanbul Depremi Örnekleme Bağlamında Bir Değerlendirme" başlıklı çalışmadır. Araştırma, İstanbul'da beklenen büyük depremin olası etkilerini azaltmaya yönelik kamu kurumlarının hazırlıklarını, stratejik planlarını ve uygulamalarını incelemektedir. Çalışma kapsamında, İstanbul'da faaliyet gösteren 16 kamu kuruluşundan temsilcilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, kurumsal sorumluluklar, iş birlikleri, teknik ve altyapı eksiklikleri, yönetim stratejileri ve alınması gereken önlemler gibi kritik konularda değerli bilgiler sunmaktadır. Araştırma, deprem risk yönetimi stratejilerinin proaktif ve yönetim odaklı modellerle iyileştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Üçüncü makalemiz, Mehmet Emin Satır tarafından kaleme alınan "Siyaset ve Nostalji: Geçmişin Bir Propaganda Unsuru Olarak Kullanımı" başlıklı çalışmadır. Bu çalışma, siyaset ve bellek arasındaki ilişkiyi ele alarak nostaljinin siyasi bir propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığını incelemektedir. Nostaljinin yalnızca geçmişe yönelik bir özlem değil, aynı zamanda toplumsal ethosu şekillendiren ve mevcut siyasi söylemlerin yeniden inşasında işlevsel bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Literatür taraması yöntemiyle yapılan bu araştırma, nostaljinin siyasal alanda nasıl etkin bir şekilde araçsallaştırıldığını tarihsel ve güncel örneklerle ortaya koymaktadır.

Dördüncü makalemiz, Elif Hatice Bahçecioğlu tarafından yazılan "Nostaljik Temanın İnşası ve Sosyal Medya: Instagram'da Nostalji Konseptli Kafelerin Yansımaları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmadır. Bu araştırma, nostalji konseptli kafelerin Instagram hesapları üzerinden nostalji-kafe ilişkisini incelemektedir. Çalışma, nostalji temalı kafelerin mekânsal tasarımlarını ve kullanılan öğeleri

sosyal medya aracılığıyla nasıl yansıttığını ele almaktadır. Nostalji konseptli kafeler, sosyal medya sayesinde geçmişin izlerini sanatsal bir üslupla yeniden üretmekte ve kullanıcıların nostaljik bir deneyime katılımını teşvik etmektedir.

Sayımızın son makalesi ise Ünal Topuksuzoğlu tarafından hazırlanan “2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve YouTube Yorumları: Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi Üzerine Bir Çalışma” başlıklı çalışmadır. Bu makale, 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri sürecinde YouTube platformunda siyasetçilere yönelik siber zorbalık ve nefret söylemini analiz etmektedir. Çalışma, seçim dönemlerinde çevrimiçi eleştiri ile nefret söylemi arasındaki ilişkiyi incelemiş ve toplumsal kutuplaşma bağlamında dijital platformlarda bu tür söylemlerin nasıl yayıldığını ortaya koymuştur. Araştırma, anonim kullanıcıların bu söylemlerin yayılmasında önemli bir faktör olduğunu ve nefret söyleminin dijital tartışmaları nasıl derinleştirdiğini vurgulamaktadır.

Bu sayıda yer alan makalelerin, iletişim çalışmaları alanına değerli katkılar sunacağına inanıyor ve okuyucularımız için ufuk açıcı tartışmalar yaratmasını umuyoruz.

İlginiz ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Pelin Hürmeriç

From the Editor,

In this issue of GMJ-TR 2024 Fall, we present five valuable articles that explore various dimensions of today's communication landscape. These studies cover a wide range of topics, including media representation, crisis management, political propaganda, nostalgia, and communication practices on digital platforms.

Our first article, authored by Özgür Avcı and Minoo Bonyadi, is titled "Media Representation of Afghan and Ukrainian Refugees in Turkey: A Comparative Analysis of Sabah and Sözcü Newspapers." This study examines how Afghan and Ukrainian refugee groups, who arrived in Turkey following the Taliban's takeover of Afghanistan and Russia's invasion of Ukraine, are represented in Turkish media. The study analyzes how political orientations shape representation using Mollard's classification model and thematic analysis. The findings show that Ukrainian refugees are generally portrayed positively, while Afghan refugees are framed negatively. Additionally, the study highlights the near invisibility of Afghan women in the media narrative.

The second article, authored by Ali Murat Vural, Hatun Boztepe Taşkıran, Süleyman Türkoğlu, Mehmet Sarı, Betül Yüncüoğlu, Emre Koparan, and Recep Kutluca Keskin, is titled "Earthquake Preparedness in Public Institutions: An Evaluation in the Context of the Expected Istanbul Earthquake." According to scientists, Istanbul is expected to experience an earthquake between 7.1 and 7.5. This study emphasizes the necessity of effective earthquake risk management for public institutions, which play a central role in mitigating earthquake risks. The research identifies current preparation and planning processes, aiming to uncover deficiencies and areas for improvement. Through semi-structured interviews with representatives from 16 public institutions in Istanbul, the study reveals insights into strategic plans, institutional responsibilities, inter-organizational collaborations, technical and infrastructural challenges, and the urgent measures required for effective earthquake preparedness. The findings highlight the need for proactive governance-focused models to enhance earthquake risk management strategies.

Our third article, authored by Mehmet Emin Satır, is titled "Politics and Nostalgia: The Use of the Past as a Propaganda Tool." This study explores the intricate relationship between politics and memory, emphasizing how nostalgia is utilized as a powerful propaganda tool. Nostalgia, often characterized as a longing for the past, transcends mere sentimentality and assumes a foundational role in shaping societal ethos. Political narratives can align historical imagery with present-day objectives by reconstructing and idealizing the past through nostalgic discourse. Through a literature review, the study analyzes how nostalgia serves as a functional mechanism in political communication, particularly in propaganda, shedding light on its historical and contemporary applications.

The fourth article, authored by Elif Hatice Bahçecioğlu, is titled "The Construction of Nostalgic Theme and Social Media: A Study on Reflections of Nostalgia Concept Cafes on Instagram." This research investigates the role of social media in

constructing nostalgic themes through the example of nostalgia concept cafes. By analyzing the last 50 posts of the three most-followed nostalgia concept cafe's Instagram accounts, the study explores how these cafés reflect their spatial designs, nostalgic objects, and artistic styles. The findings reveal that these cafés create shared nostalgic experiences, blending everyday objects and creative interpretations of the past, and encourage users to engage with these experiences through social media.

Our final article, authored by Ünal Topuksuzoğlu, is titled "A Study on Cyberbullying and Hate Speech: The 2023 Presidential Elections and YouTube Comments." This study examines the phenomenon of cyberbullying and hate speech directed at politicians in the digital era, focusing on YouTube during the 2023 Presidential Elections in Turkey. The research investigates the relationship between online criticism, hate speech, and cyberbullying, analyzing their effects on social polarization and communication dynamics. Through purposive sampling, six videos featuring political leaders from three alliances were analyzed alongside 347 comments using content analysis. The findings reveal that hate speech and cyberbullying were prevalent during the election period, with anonymous users playing a significant role in spreading divisive discourse. Political hate speech emerged as the most common type, exacerbating polarization and fostering aggressive online debates.

The articles in this issue will contribute valuable insights into communication studies and inspire thought-provoking discussions among our readers.

Thank you for your interest and support.

Prof. Dr. Pelin Hürmeriç



Media Representation of Afghan and Ukrainian Refugees in Türkiye: A Comparative Analysis of Sabah and Sözcü Newspapers

Türkiye’de Afgan ve Ukraynalı Mültecilerin Medyada Temsili: Sabah ve Sözcü Gazetelerinin Karşılaştırmalı Analizi

Minoo Bonyadi Babae¹ Özgür Avcı²

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve Kültür Çalışmaları Bölümü, minoo.babae@metu.edu.tr, ORCID: 0009-0002-9843-0641

² Dr. Öğr. Üyesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, oavci@metu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6741-4326

ABSTRACT

Recent geopolitical events have precipitated a refugee crisis affecting Türkiye, among other countries. The Taliban’s seizure of control in Afghanistan and Russia’s invasion of Ukraine have led to significant influxes of Afghan and Ukrainian refugees, respectively, into Türkiye. This study examines the media representation of these two refugee groups in Turkish media, focusing on the country’s two most-read online newspapers, Sabah and Sözcü, as they represent divergent political stances. The study examines the impact of the political leanings of the two newspapers on their representations. Employing Mollard’s (2001) classification model and thematic analysis, this research investigates how these newspapers depict each refugee group, aiming to understand the role of political orientation in refugee-related news coverage. The findings reveal that both newspapers, despite their political differences, generally portrayed Ukrainian refugees positively and Afghan refugees negatively. However, nuanced differences emerged in their reporting styles. Sabah emphasized the hospitality of Turkish people and the government towards Ukrainian refugees, while Sözcü adopted a more moderate stance, reporting both tragic stories and instances of illegal activities among Ukrainian refugees. Notably, while Ukrainian refugees (including stories about Ukrainian women) were prominently featured in Sözcü, regardless of positive or negative representation, Afghan women were conspicuously absent from both newspapers’ coverage. This omission indicates a neglect of Afghan women’s specific challenges and effectively renders them invisible in the media narrative. This study contributes to the understanding of media representation of diverse refugee groups and highlights the complex interplay between political orientation and refugee portrayal in media discourse.

Keywords: Afghan refugees, Ukrainian refugees, media representation, political orientation, Turkish online newspapers

Öz

Son dönemdeki jeopolitik olaylar Türkiye de dahil olmak üzere bir çok ülkeyi etkileyen bir mülteci krizine yol açmıştır. Taliban’ın Afganistan’da kontrolü ele geçirmesi ve Rusya’nın Ukrayna’yı işgali, Afgan ve Ukraynalı mültecilerin Türkiye’ye önemli ölçüde akın etmesine neden olmuştur. Bu çalışma, Türk medyasında bu iki mülteci grubunun temsillerini, ülkenin en çok okunan ve farklı siyasi duruşları temsil eden iki çevrimiçi gazetesi Sabah ve Sözcü’ye odaklanarak, Türkiye’deki farklı siyasi eğilimlerin temsiller üzerindeki etkisini anlamayı amaçlamaktadır. Mollard’ın (2001) sınıflandırma modelini ve tematik analizi kullanan bu araştırma, gazetelerin her bir mülteci grubunu nasıl tasvir ettiğini inceleyerek, siyasi yönelimlerin mültecilerle ilgili haberleri nasıl etkilediğini incelemektedir. Bulgular, siyasi farklılıklarına rağmen her iki gazetenin de genel olarak Ukraynalı mültecileri olumlu, Afgan mültecileri ise olumsuz bir şekilde tasvir ettiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, habercilik tarzlarında ince farklılıklar ortaya çıkmıştır. Sabah, Türk halkının ve hükümetin Ukraynalı mültecilere karşı misafirperverliğini vurgularken, Sözcü daha ılımlı bir tutum benimseyerek Ukraynalı mültecilerin hem trajik hikayelerini hem de yasadışı faaliyetlerini bildirmiştir. Dikkat değer bir nokta da, Ukraynalı mülteciler (Ukraynalı kadınlarla ilgili hikayeler de dahil) Sözcü’de olumlu veya olumsuz tasvir edilmelerine bakılmaksızın ön planda yer alırken, Afgan kadınlara her iki gazetenin de haberlerinde hiçbir şekilde yer verilmemiştir. Bu ihmal, Afgan kadınlara özel zorluklarının göz ardı edildiğini ve medya anlatısında onları görünmez kıldığını göstermektedir. Bu çalışma, farklı mülteci gruplarının medya

Gönderim/Received: 21.09.2024

Düzeltilme/Revised: 15.11.2024

Kabul/Accepted: 06.12.2024

Atif / Citation: Babae, M. B. & Avcı, Ö. (2024). Media Representation of Afghan and Ukrainian Refugees in Türkiye: A Comparative Analysis of Sabah and Sözcü Newspapers *Global Media Journal Turkish Edition*, 15(29), 1-27

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



temsillerini anlamaya önemli bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca siyasi yönelim ile medya söylemindeki mülteci tasviri arasındaki karmaşık ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Afgan mülteciler, Ukraynalı mülteciler, medya temsili, siyasi eğilim, Türk çevrimiçi gazeteleri

Genişletilmiş Özet

Geçtiğimiz yıllarda Türkiye, önemli jeopolitik olayların sonucu olarak iki büyük mülteci kriziyle karşı karşıya kaldı. İlk kriz, 2021'de Taliban'ın Afganistan'ı ele geçirmesinden kaynaklandı ve çok sayıda mültecinin Türkiye'ye sığınmasına yol açtı. İkinci kriz, 2022'de Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etmesiyle tetiklendi ve ülkeye gelen mülteci sayısında artış oldu. Türkiye'nin Orta Doğu ve Avrupa'daki stratejik konumu ve mültecilere ev sahipliği yapan bir ülke olarak oynadığı önemli rol nedeniyle, bu büyük olaylar derin sosyal ve politik etkilere yol açtı.

Türk medyası, ülkedeki mülteci grupları hakkındaki kamuoyunun fikrini şekillendirmede kayda değer bir rol oynamaktadır. Mevcut çalışma, Türkiye'nin en çok okunan çevrimiçi gazetelerinden ikisi olan Sabah ve Sözcü'nün Afgan ve Ukraynalı mültecileri nasıl tasvir ettiğini inceleyerek bu gazetelerin siyasi hizalanmalarının haberlerini nasıl etkilediğini araştıracaktır. Başka bir deyişle, asıl konu, siyasi duruşlardan etkilenen medyanın Türkiye'deki mültecilere ilişkin kamuoyu algısını nasıl şekillendirdiğini anlamaktır. Sabah (hükümet yanlısı) ve Sözcü (hükümet karşıtı) gazetelerinin zıt siyasi yönelimleri, mülteciler hakkında farklı anlatılar yaratmakta ve bu da mevcut siyasi ve toplumsal önyargıları güçlendirerek kamu söylemini ve mülteci politikalarını etkileyebilmekte. Bu amaçla, Mollards'ın sınıflandırma modeli (2001), bu iki mülteci grubunun Türk medyasında tasvirindeki farklılıkları ve benzerlikleri anlamak için kullanılmıştır. Sabah ve Sözcü'nün de basılı gazeteler olduğunu belirtmek önemlidir; ancak bu çalışma, erişilebilirlik ve analiz kolaylığı nedeniyle yalnızca çevrimiçi versiyona odaklanmaktadır.

Bu çalışma için seçilen gazeteler, hem ülkedeki en çok satan yayınlar olma durumlarına hem de farklı siyasi hizalanmalarına göre seçilmiştir. Türkiye'de önde gelen bir gazete olan Sabah, Türk hükümeti ve iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ile yakın bir ilişki içindedir. Muhafazakar ve dindar duruşuyla bilinen AKP, Sabah'ta güçlü bir ses bulmaktadır ve bu ses genellikle hükümetin bakış açılarını ve politikalarını yansıtmaktadır. Bu uyum, Sabah'ı hükümet yanlısı anlatıların Türkiye'deki Afgan ve Ukraynalı mültecilerle ilgili konuları nasıl çerçevelediğini anlamak için önemli bir kaynak haline getiriyor. Öte yandan, Sözcü, hükümete karşı eleştirel bir bakış açısı için önde gelen bir platform sunan belirgin bir siyasi yönelime sahip. Gazete, milliyetçi ve Kemalist bir bakış açısını savunuyor ve laiklik, demokrasi ve milliyetçilik ilkelerini vurgulayarak Mustafa Kemal Atatürk'ün ideallerini savunan okuyucular arasında özel bir etkiye sahip. Önemli bir okuyucu kitlesine sahip olan Sözcü, hükümet yanlısı anlatıya karşı bir denge görevi görerek hükümet karşıtı ve laik-milliyetçi bakış açılarının Türkiye'deki mülteciler sorununu nasıl ele aldığına dair değerli içgörüler sağlıyor.

Çalışmanın temel amacı, T0rkiye'deki iki m0lteci grubunun medya tasvirlerindeki farklılıkları sunarak bu tasvirlerin mevcut siyasi ve toplumsal 0nyargıları nasıl yansıtabileceğini veya g0çlendirebileceğini incelemek olduğundan, bu çalışmanın araştırma soruları şunlardır:

1. Sabah ve S0zc0 gazeteleri, Afgan ve Ukraynalı m0ltecileri çevrimiçi haber içeriklerinde nasıl temsil etmektedir?
2. Sabah ve S0zc0'n0n çevrimiçi haber içeriklerinde Afgan ve Ukraynalı m0lteci gruplarıyla ilişkilendirilen temel temalar ve anlatılar nelerdir?
3. Afgan ve Ukraynalı m0ltecilerin Sabah ve S0zc0 gazetelerindeki temsilleri, mevcut siyasi ve toplumsal 0nyargıları nasıl yansıtmakta veya pekiştirmektedir?

Introduction

Refugees and asylum seekers have been receiving much attention from the media leading to an increasing number of academic research on the ways they are represented (Sulaiman-Hill et al., 2011). Since the Russian invasion of Ukraine in 2021 the, global attention has turned to the Ukrainian refugee crisis. Similarly, the humanitarian crisis in Afghanistan, caused by the Taliban took-over in 2021, has been a significant incident that attracted the attention of the world. These two incidents forced thousands of people to flee their home country.

In the Middle East, T0rkiye has been one of the destinations for refugees from both countries. Considering the significant role of the media in representing and building the identities of refugees to the public (Lawlor & Tolley, 2017), the present study will compare the ways Afghan and Ukrainian refugees have been presented in two popular Turkish online newspapers, namely Sabah and S0zc0 through content analysis. As there is no significant time gap between the occurrence of the two refugee crises, studies on the way each group is represented in the media would provide an in-depth understanding of how race, nationality or religion affect their media representation and would reveal how media discourse shapes public opinion.

The importance of studying media representation of refugees lies in its potential to influence public opinion and policy decisions. From a Foucauldian perspective, media texts are "sites of struggle over power relations" (Orgad, 2012, p. 28). Drawing on Foucault's theory of power and discourse, this study examines how Turkish media outlets construct and perpetuate specific narratives about different refugee groups, potentially influencing public opinion and policy decisions. As Foucault argues, discourse is not merely a reflection of reality but a tool through which power relations are established and maintained (Foucault, 1980). In the context of media representation of refugees, this theoretical framework helps us understand how media discourse can create, reinforce, or challenge existing power structures and social hierarchies.

The link between power relations, public opinion, and media is bilateral, with all sources mutually affecting and being affected by each other (Robinson, 1999).

As Van Gorp (2005, p. 504) asserts, “the media play an important role in generating public support for or condemnation of the immigration and asylum policy.” Furthermore, media not only sets the agenda for public discussion but also strongly influences how people think about and discuss issues related to refugees and migrants (Van Dijk, 2015).

Van Dijk’s (2015) theory of ideological square, analyzing how media emphasizes positive aspects of “us”, emphasizes negative aspects of “them”, de-emphasizes negative aspects of “us”, and de-emphasizes positive aspects of “them”,

This study is particularly significant in the Turkish context, where the media plays a crucial role in shaping public perception of refugees. By comparing the representation of Afghan and Ukrainian refugees, we can gain insights into potential biases and disparities in media coverage based on the refugees’ country of origin. This analysis is essential for understanding how media discourse may influence public attitudes, policy decisions, and the overall treatment of different refugee groups in Türkiye.

Ever since the revolution of mass media in the 1960s, the effect of mass media on culture, politics, communication and the dynamics of society has become more evident (Harvey, 1990). Castells (2003) asserts that communication via mass media in society creates a network society based on which the realities of the society are shaped. He explains that being outstanding and attractive is a dominant feature of the network society, which is realized by the focus of media on impressive news often portrayed by victimization, crime and violence. For this reason, victimization is a significant focus of attention in the media. It is important to specify that this victimization is not equal for all groups; that is, the media represents a hierarchy of victimization in which ideal victims are placed on top, and the fewer deserving victims are placed at the bottom (Davies et al., 2007). Van Gorp (2005) and Gale (2004) emphasized the ambivalence in the representation of refugees in media as either innocent victims who deserve help and protection or unwanted foreigners that threaten the host nation.

There are a number of studies on the media representation of refugees in the literature. The result of these studies supports the biased victimization of refugee groups in media by reporting that refugees are either portrayed as ‘others’ and threats to a nation or simply as ‘victims.’ Most of these studies have analyzed Western media, specifically European and Australian media. Lea and Lynn (2003), for example, scrutinized the discursive construction of refugees and asylum seekers in the UK media by analyzing letters from members of the public written on the asylum debates. They concluded that refugees were portrayed in a mostly negative way within these discourses. This negative discourse was achieved by repositioning asylum seekers in society in a way that they were regarded as groups outside society. Some studies have revealed the common metaphors used for representing refugees and asylum seekers. Gale (2004) analyzed representations of forced migrants in Australian newspapers before the 2001 election. Through the use of critical discourse analysis and thematic analysis, he identified three themes

which highlighted the 'national' identity and the 'Other' identity. The first theme was the 'human face' metaphor which portrayed Australia as a compassionate country. The second one was the 'border protection' metaphor that portrayed Australia as a country which is trying to protect its borders. And the last theme found in commentaries rather than in news stories concerns the rights of the refugees.

In another study, Parker (2015) compared the representation of refugees and asylum seekers in British and Australian print media. It was revealed that both the UK and Australian print media had utilized a number of interpretative repertoires for portraying refugees and asylum seekers. The main category found was the 'unwanted invader,' which was achieved through the use of metaphors of 'criminals' and 'water' (that is, using words such as 'flood' and 'overflowed' to create an account of large numbers of refugees trying to enter the country.)

Nevertheless, these metaphors were used differently in both media. While protection of the borders and keeping refugees out of the country was the focus of the Australian media, in the UK, the metaphors were used to induce the readers to believe that these people must be removed from the country.

Another study done by Pickering (2001) looked into the representation of refugees in the Australian press to question definitions of deviance from what media impose as right/wrong, Good/evil. She unveiled three themes by which the refugees were portrayed in deviant terms. These categories included 'racialized' deviants, 'diseased' deviants and 'invading' deviants, with different degrees of interdependency among them. Similar stereotypes can be found in literature representing refugees as criminals, illegal invaders, and threats to the economy and national identity (Haynes, 2004).

This negative trend toward the representation of refugees also exists in other European media. Specifically, the notion of 'otherness' has been more evident in these studies. Vezovnik (2017) investigated the representation of refugees in Slovenian tabloid newspapers. By adhering to critical discourse analysis, the author looked into the ways refugees were portrayed as 'cultural threats,' 'security threats,' and 'genuine refugees'. It was concluded that the media discourse mainly employed binary dichotomies between 'us,' as victims, heroes, and heroic victims, and 'them' as a threat to the culture and security of the nation. Moreover, the notion of refugees as an 'economic burden' is evident in the Finnish (Järvinen, 2015), Austrian (Greussing & Boomgaarden, 2017), and Hungarian press (Vicsek et al., 2008).

As the previous literature review indicates, refugee representation has been predominantly negative across different cultures and political systems. However, there are a number of studies that indicate exceptions to this trend. Sulaiman-Hill et al. (2011) observed that New Zealand newspapers held a strong humanitarian tone towards refugees between 1998 and 2008. Berry et al. (2016) looked into the coverage of refugees in five European countries in 2014 and 2015 and reported that although the most positive depiction occurred in Swedish newspapers, there existed some variations of positive depiction across German and British press. More recently, in their comparative analysis of Irish and UK press, O'Regan and Riordan

(2018) revealed that the Irish media tended to focus on the need to remove failed asylum seekers, while the UK press considered them as victims.

By looking at this brief review of the literature, it can be concluded that although most of the studies on refugee representation reflect a negative attitude of the media towards them, there are a number of studies indicating the opposite. These studies are limited, and further research is expected to be conducted to shed more light on the matter. Secondly, the literature has been mostly focused on Western media, and other host countries have not been the major focus of the analysis. This calls for more analysis in non-western host countries to arrive at a more comprehensive understanding of media representation of refugee groups. Thus, to fill in the gap, the current study has focused on the representation of two distinct refugee groups (Afghans and Ukrainian refugees) in the context of the Turkish media.

Türkiye and Refugees

Due to the political crisis in the past years, Türkiye has become the destination of numerous refugees in the middle east hosting around four million refugees. Refugees from Syria, Afghanistan and Iraq make up the largest refugee population in the country, respectively. This huge number of refugees has made these groups to be the focus of attention in Turkish media.

Recent incidents regarding the refugee crisis turned the attention of Turkish news media to this specific topic again. Earlier, on 15 August 2021 Taliban took over Afghanistan, resulting in more Afghan refugees taking refuge in Türkiye. On the other, Türkiye became one of the destinations for Ukrainian refugees after the Russian invasion of Ukraine on 24 February 2022. The entrance of a new group of Afghan refugees and another refugee group from a European country attracted the attention of the Turkish media. Media coverage of the entrance of the two refugee groups in Turkish news media established a firm ground for investigating the representation of the two distinctive refugee groups (one from a European country and the other from a Muslim Middle Eastern country). This is mainly because, on the global level, these two refugee groups were regarded and represented differently by the Western media. As Ukrainians fled their country, news media represented them as the 'right' kind of refugees. Charlie D'Agata from CBS News, for instance, stated that Ukraine's capital Kyiv is 'relatively civilized, relatively European' compared to cities in Afghanistan and Iraq (Fayn, 2022).

Most of the literature on refugee representation in Turkish newspapers consists of studies that focus on the representation of Syrian refugees (Akgül Gök & Gökçearslan Çıfci, 2016; Efe, 2015; Kavaklı, 2016; Memişoğlu & Başol, 2016; Yavcan et al., 2017).

Sozen and Basturk (2024) examine how social media platforms influence and perpetuate Orientalist representations of Syrian refugees in Türkiye. Their research reveals that social media often reinforces existing stereotypes and preju-

dices, creating what they term “digital Orientalism.” The authors argue that social media platforms serve as spaces where traditional Orientalist narratives are reproduced and amplified, affecting public perception of Syrian refugees. This digital dimension adds a contemporary layer to Said’s classical concept of Orientalism, showing how new media technologies can perpetuate historical forms of othering. In their analysis of border spectacles, Asli, İki0z0glu, and Erens0 (2023) introduce the concept of “ordered visibility” in the Turkish context. They demonstrate how media coverage of refugees at T0rkiye’s borders creates a particular kind of spectacle that simultaneously makes refugees visible and invisible in specific ways. This selective visibility serves political purposes and shapes public understanding of refugee issues. The authors argue that this “appearing to disappear” phenomenon is a crucial mechanism through which media representation influences refugee politics in T0rkiye.

Rui-Li and Yu (2023) provide a linguistic analysis of how Turkish online media represents refugees and migrants. Their study reveals several dominant discursive patterns in online media coverage:

- The use of metaphorical language that often dehumanizes refugees
- The prevalence of security-focused narratives
- The tendency to represent refugees as either victims or threats Their findings suggest that online media discourse plays a crucial role in shaping public opinion about refugees through specific linguistic choices and framing strategies.

Feray and Artar (2023) focus specifically on the class-based representation of Syrian refugees in Turkish media. Their research reveals how media coverage often intersects with class distinctions, creating hierarchical representations of refugees based on their socioeconomic status. The authors argue that this class-based framing influences public perception and policy responses to refugee issues. Their work highlights how media representation of refugees is not uniform but rather stratified along socioeconomic lines.

Aydın and Yeşilyurt (2023) offer a comparative analysis of how Syrian and Ukrainian refugees are represented in Turkish media. Their critical discourse analysis reveals significant disparities in how different refugee groups are portrayed: Ukrainian refugees are often represented more positively and coverage of Syrian refugees tends to focus more on problems and challenges

Different narrative frames are employed based on the refugees’ origin This comparative approach highlights how media representation can vary significantly based on the refugees’ nationality and perceived cultural proximity to the host society.

In line with the previous findings on the representation of refugees in Western media, the findings of these studies also point out the duality of the representation of refugees as ‘victims’ vs. ‘others.’ For example, in a study, Onay-Coker (2019)

explored the discursive practices of Turkish newspapers (Sabah, Hurriyet and Haberturk) after the Turkish army's invasion of Syria, which resulted to a vast number of Syrian refugees entering the country. After analyzing the news articles, the researcher notified three emerging themes, namely, "National Self Glorification, Burden, and Negative Model" (Onay-Coker, 2019, p.5) and concluded that the discourse utilized on the news articles imposed a sense of otherness to the Syrian refugees. In another study conducted by Sunata and Yildiz (2018) on media representation of Syrian refugees, it was revealed that Turkish media portrayed them as refugee groups trying to survive.

Following Syrians, Afghans are the second largest population of refugees in the country. Afghan refugees enter the country from Afghanistan and the small existing communities in Iran and Pakistan. Since the withdrawal of the Western forces from Afghanistan and the Taliban takeover on 15 August 2021, more and more Afghan refugees have been migrating to Türkiye, creating a hot topic for Turkish media coverage. In the literature, studies on Afghan refugees are either on their experiences of coming or living in Türkiye (Biehl, 2015; Jarahzadeh, 2013; Maqul et al., 2020) or their journey as a refugee to Türkiye (Kaytaz, 2016; Kuschminder, 2017).

As the discussed body of the literature on Western and Turkish media representation of refugees reveals, there are a number of studies on the ways different online newspapers have represented refugee groups. Most of them have focused on portraying a single group of refugees, and most focus on Western media. The study results indicate that refugees are either 'deserving victims' or 'others' with potential dangers to society and the economy. The proximity of the most recent two refugee crises (the Afghan refugee crises after the Taliban takeover and the Ukrainian refugee crisis), their representation in the media of a country that accepts both refugee groups (Türkiye) and the lack of studies in the literature on the representation of both groups in this context, have called for further investigation of the attitude of Turkish media towards both groups. Analyzing media representation of refugees is crucial as it significantly impacts public opinion, policy decisions, and the integration of refugee populations. By comparing the representation of Afghan and Ukrainian refugees, this study aims to reveal potential disparities in representation based on factors such as ethnicity, religion, and geopolitical considerations. This research fills a gap in the literature by focusing on the Turkish context and comparing two distinct refugee groups within a short timeframe, providing insights into how media discourse shapes societal attitudes towards different refugee populations. For this reason, the central issue this study addresses is understanding how media, influenced by political stances, shapes public perception of refugees in Türkiye. Specifically, this research aims to answer the following questions:

1. How do Sabah and Sözcü represent Afghan and Ukrainian refugees in their online news coverage?
2. What are the key themes and narratives associated with Afghan and

Ukrainian refugee groups in online coverage of Sabah and Sözcü?

3. How do representations of Afghan and Ukrainian refugees in Sabah and Sözcü reflect or reinforce existing political and social biases?

By answering these questions, this research will contribute to the existing literature on media representation of refugees in several ways: first, it will provide insights into how non-Western media, specifically Turkish media, represent different refugee groups. Secondly, it will explore how political orientations of newspapers may influence their portrayal of refugees. Moreover, it will examine potential disparities in the representation of refugees based on their country of origin, which may reveal underlying biases in media coverage. Lastly it will contribute to the broader understanding of how media discourse shapes public opinion and potentially influences policy decisions regarding refugees in Türkiye.

Methodology

This study employs a mixed-methods approach, combining content analysis and thematic analysis to investigate the representation of Afghan and Ukrainian refugees in two Turkish online newspapers, Sabah and Sözcü. The choice of these methods is grounded in the theoretical framework of critical discourse analysis, which posits that media representations are not neutral reflections of reality but are shaped by and contribute to power relations in society (Fairclough, 1995; Van Dijk, 1993).

Content analysis was carried out to investigate the culled articles' stances towards the immigrants. Articles were coded as negative, neutral, or positive, based on Mollard's classification model (2001). This model was chosen for its comprehensive approach to analyzing media representations of refugees and its ability to capture nuanced attitudes beyond simple positive/negative dichotomies.

The analysis was carried out to investigate the culled articles' stances towards the immigrants. In particular, the articles were coded as negative, neutral or positive, depending on the way each article represented the immigrants. For this purpose, Mollard's classification model (2001) was used. Links between refugees and illegality (Gale, 2004), disease spreading (Esses, et al., 2013; Pickering, 2001) were coded as cues for a negative representation, along with "openly hostile views" on refugees (Mollard, 2001, p.6). Articles were coded as 'positive' when they openly took supportive stances towards refugees using positive key words such as "Friendly, Welcome, Compassionate, Respect, and Support" (Mollard, 2001, p. 6). Moreover, articles were also coded as positive if they included positive personal views and experiences of refugees themselves (Mollard, 2001). Also, articles were marked as positive if they represented refugees as victims by reflecting on their hardships. On the other hand, articles were considered neutral if they took neither an openly hostile nor positive stance towards the immigrants. All the data were meticulously analyzed and coded to find the recurrent and emerging themes.

Moreover, the analysis involved going beyond the surface meaning of the themes trying to reveal the meanings behind them in a broader discursive context (Braun & Clarke, 2006).

Following the content analysis, a thematic analysis was conducted to identify recurring themes and patterns in the representation of refugees. This approach, based on Braun and Clarke's (2006) six-step process, allows for a deeper exploration of the underlying discourses and ideologies present in the media coverage. The analysis involved familiarization with the data, generating initial codes, searching for themes, reviewing themes, defining and naming themes and producing the report. The process aimed to go beyond surface-level meanings to reveal broader discursive contexts and ideological underpinnings of the refugee representations.

As for the sampling, two Turkish online newspapers, namely Sabah and Sözcü, were selected. Besides being the country's top-selling newspapers, the newspapers' selection for the present study is reinforced by considering their political alignment. In particular, politically, Sabah is aligned with the Turkish government and the ruling Justice and Development Party (AKP), which is a conservative and religious party. However, Sözcü is considered a leading newspaper taking an anti-government stance and holding a more nationalist and Kemalist political orientation. It has the largest readership among people who follow Mustafa Kemal Atatürk's ideals of a modern and democratic Turkish Republic. In this way, it is hoped that the result of the study could reveal each political alignment's stance on Afghan and Ukrainian refugees taking refuge in Türkiye. As the research focuses on news items on Afghan and Ukrainian refugees, non-random purposeful sampling has been used for data collection. This purposeful sampling strategy allows for a comparative analysis of how political orientation influences refugee representation, contributing to our understanding of the interplay between media, politics, and public discourse on refugees.

All the news articles covering issues related to Afghan refugees published from July 2021 were the subject of scrutiny. The reason for choosing this specific date is that one month before the full dominance of the Taliban, the attention of the media to Afghan refugees gradually increased, and more people left their homeland. As many Ukrainians started taking refuge in other countries right after the Russian invasion, news items on Ukrainian refugees published from 24 February 2022 will be the focus of the study. For this purpose, Afghan refugees and Ukrainian refugees were searched in online newspapers, and the relevant news articles were retrieved and scrutinized. The specific timeframes were chosen to capture the media discourse surrounding key events: the Taliban takeover in Afghanistan and the Russian invasion of Ukraine. This approach allows for a comparative analysis of media responses to two distinct refugee crises occurring in close temporal proximity.

Besides the higher accessibility and readership of online newspapers, they were chosen to be analyzed in the study mainly sampling the data by providing the

opportunity to search for keywords on newspapers' search engines and obtain the related news articles. because online newspapers offer a more convenient method for sampling the data by providing the opportunity to search for keywords on news papers' search engine and obtain the related news articles.

Results

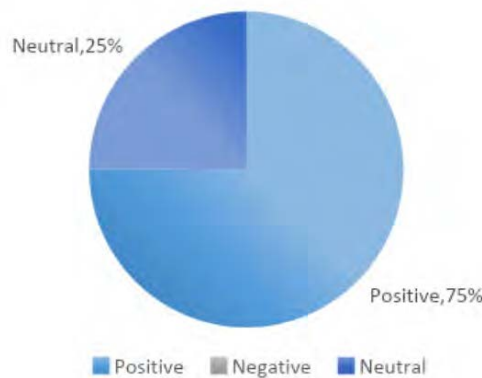
As stated in the previous section, news articles from both newspapers on Ukrainian and Afghan refugees were first scrutinized to find the overall tone of each newspaper. Articles were labelled as positive, negative and neutral based on the criteria illustrated in the design section. Next, news articles went through further analysis to find the recurring themes. The news articles were collected online by searching 'Ukrainian refugees' or 'Afghan refugees' as the key phrases on online papers' search engines. The results were further narrowed down by the date specified in the previous section. Moreover, results were further narrowed down by analyzing articles in which refugees were the main topic of the news items (that is, refugees and their issues were the concentration of news articles). Specifications on the tone of news articles and the identified emerging themes are presented as follows.

Sabah

Ukrainian Refugees

Narrowing down the results based on the date specified in the previous section, 53 articles made up the primary dataset of the study. Figure No. 1 illustrates the point. Out of these 53 articles, 20 articles were directly related to Ukrainian and were thus scrutinized. As the figure indicated, following Mollard's criteria (2001), 15 news articles (75 percent) were explicitly positive, five (25 percent) were identified as neutral, and no negative representation was identified.

Figure 1. Representation of Ukrainian Refugees on Sabah.



The following themes emerged in the process of analyzing the articles identified as 'positive' in representation of Ukrainian refugees on Sabah:

Theme 1: Generous and Life-Saving Turkish People and Prime Minister. One of the most prominent and recurring themes was found to be the generosity of Turkish people and the ways they had saved the lives of many Ukrainian people. Moreover, numerous quotes from Ukrainian refugees were stated on the heroic actions of the Turkish prime minister and his wife that saved their lives from war. In short, the immigrants are represented as vulnerable victims that have been saved by Turkish people. This theme was identified in 12 news articles out of the investigated 20 articles. Specifically, four of the articles were focused on the way Ukrainian refugee children have been saved or treated well by different organizations. Recurrent keywords were 'saving' (eight times), 'home' (three times), 'helping' (two times), and 'taking refuge' (two times). The following five excerpts refer to this theme:

- "Türkiye, Rusişgali altındaki Ukrayna'da vatanlarını terk etmek zorunda kalan sivillere yardım için yine herkesten önce kolları sıvadı." (Türkiye rolled up its sleeves before anyone else to help the civilians who had to leave their homeland in Ukraine under Russian Occupation.) 1 March 2022.
- "Savaş mağduru aileye evini açtı." (He opened his home to the war victim family.) 15 March 2022.
- "Lila Kareşenko: 'Emine Hanım'ı çok seviyoruz. O bizi savaştan kurtardı.'" (Lila Kareşenko: We love Emine Hanım very much. She saved us from war.) May 21, 2022.
- "Nasita Huşenko: 'Ukrayna'dan geldik. Emine Erdoğan getirdi. Türk misafirperverliği çok iyi, dostluklar, arkadaşlıklar kurduk. Türkler sıcak insanlar.'" (Nasita Hushenko: We came from Ukraine. Emine Erdogan brought us here. Turkish people are very hospitable, we established beautiful friendships. Turks are warm people.) 21 May 2022.
- "Hem Türkiye'ye hem Türk hükümetine bu yardım için çok teşekkür ediyoruz. Bir ay boyunca hep sığınaktaydılar. Türkiye'de güvende ve mutlular.'" (We thank both Türkiye and the Turkish government for this help. For a month they were always in the bunker. They [Ukrainian refugees] are safe and happy in Türkiye.) 28 March 2022.

Theme 2: Appreciative Victims. Most articles included direct quotations from Ukrainian refugees stating how thankful they are to the Turkish government and the people. This theme appeared in seven news articles with 'thank you' as the recurring keyword, repeated ten times in the articles. The following excerpts are examples of the point:

- "Dünyaca ünlü sanatçı Jamala, yaptığı basın açıklamasında, Cumhurbaşkanı

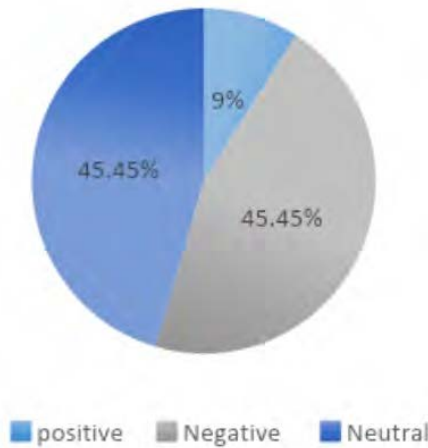
Recep Tayyip Erdoğan'a ve Türk Halkına karşılıksız destekleri için teşekkür etti." (The world-famous artist Jamala thanked President Recep Tayyip Erdoğan and the Turkish people for their unconditional support in her press statement.) 1 March 2022.

- "Ya burada öleceğiz, ya da Türkiye'ye sığınacağız dedik. Türkiye'den tahliye otobüsleri geldiğini öğrendik. Otobüslere bindik. Allah Türkiye'den razı olsun' ifadelerini kullandı." ('We said either we will die here, or we will seek refuge in Türkiye. We learned that evacuation buses are coming from Türkiye. We got on the buses. God bless Türkiye.') 4 March 2022.

Afghan Refugees

After searching the keyword 'Afghan refugee' on the search engine, only 11 articles were identified as reporting and commenting on Afghan refugees. Upon analyzing all of the articles, one was identified as positive, five as negative and five as neutral in tone. In other words, (9 percent) were positive, (45.45 percent) were negative, and (45.45 percent) were neutral (Figure No. 2 represents the findings). Neutral articles merely reported events and decisions regarding Afghan refugees; therefore, no prominent theme was discovered. However, due to the dominance of a negative tone in the articles, the following negative theme was identified:

Figure 2. Representation of Afghan Refugees on Sabah.



Theme 1: Illegality and Crime. News articles on illegal entries of Afghan people had the most recurring keywords among the news articles. These keywords were 'irregular migrant' (6 times) and 'crime' (2 times). The following excerpts are examples of the point:

- "Van Göçmen Kaçakçılığı ile Mücadele Şube ekipleri son bir ayda şehir merkezindeki şok evlerine düzenledikleri baskınlarda 5 bine yakın düzensiz göçmen

yakaladı.” (Van Anti-Immigrant Smuggling Branch teams caught nearly 5000 irregular migrants on their raids against ‘shock houses’ in the city center in the last month.) 20 August 2021.

- “Yasadışı yollardan Türkiye’ye giriş yapan Afganlara yönelik operasyonlar aralıksız devam ediyor. Yakalanan düzensiz göçmenler Van’daki Ön Kabul Merkezi’ne götürülüyor.” (Operations against Afghans who entered Türkiye illegally continue uninterrupted. Arrested irregular migrants are taken to the Pre-Reception Center in Van.) 23 August 2021.

The findings indicate that the number of published articles about Ukrainian refugees (N=53) is considerably more than articles on Afghan refugees (N=12). Moreover, while there is no negative representation of Ukrainian refugees, Afghan refugees have been mainly portrayed negatively by news articles. Table 1 summarizes the findings of the analysis of newspaper articles on Ukrainian and Afghan refugees published in Sabah.

Table 1

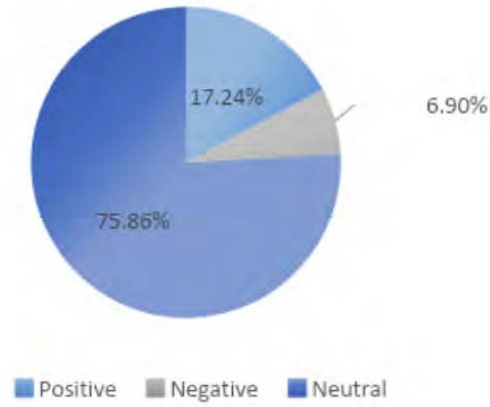
Representation of Ukrainian and Afghan Refugees on Sabah

Refugee Group	N	n	Tone			Theme
			Positive	Negative	Neutral	
Ukrainian	53	20	15	0	5	- Generous and life-saving Turkish people and Prime Minister. - Appreciative victims.
Afghan	12	12	1	5	5	- Illegality and crime.

Sözcü

Ukrainian Refugees

The primary sample of the news consisted of 72 articles (figure No. 3). Twenty-nine articles were investigated out of a total of 72 articles. Interestingly, most of the articles focused on the way European countries reacted to Ukrainian Refugees and out of 29 articles, only five focused on Afghan refugees in Türkiye. As Figure 3 indicates, five (17.24 percent) articles were identified as positive, two (6.9 percent) as negative and 22 (75.86 percent) as neutral. After an in-depth analysis, the following themes were retrieved from the news articles:



Theme 1: Ukrainian Women. There were seven articles that reported issues regarding Ukrainian women refugees. Out of seven news articles, six of them reflected women as victims of ‘rape’ (two times), ‘racist views’ (two times), and human trafficking (two times). Moreover, among these seven articles, one portrayed a negative representation of a Ukrainian refugee woman by addressing her as a ‘homewrecker’. Following are the examples of the specified theme extracted from the articles:

- “Brezilyalı politikacının Ukraynalı mülteciler hakkındaki cinsiyetçi sözleri tepki çekti.” (Brazilian politician's sexist remarks about Ukrainian refugees sparked reactions.) 7 March 2022.
- “Ukrayna’daki savaştan kaçtı, Almanya’da toplu tecavüze uğradı.” (She fled the war in Ukraine, was gang-raped in Germany.) 16 March 2022.
- “Ukraynalı mülteciyi evine aldı, yuvası yıkıldı”. (She took the Ukrainian refugee women home, she wrecked her home.) 22 May 2022.

Theme 2: Europeans at Help. During the analysis, it was identified that five articles reported how European countries, actors, and people had been helping Ukrainian refugees. Keywords for this theme consist of the name of famous people and words such as ‘home’ (two times), ‘help’ (two times), and ‘residence permit’ (one time). Excerpts below are examples of the theme:

“Rus işgalinden kaçan, ancak İngiltere’de aile bağları olmayan on binlerce kişinin bir yıl kalmasına izin verilecek ve İngiliz halkından...on binlerce Ukraynalıya ev vermeleri istenecek.” (Tens of thousands of people fleeing the Russian occupation without family ties in the UK will be allowed to stay for a year, and the British public will be asked to give homes to the tens of thousands of Ukrainians fleeing the Russian occupation, with plans to be announced this weekend.) 11 March 2022.

“Benedict Cumberbatch, Ukraynalı bir aileyi evinde ağırlayacak.” (Benedict Cumberbatch will host a Ukrainian family.) 29 April 2022.

Theme 3: Racism. Out of the 29 investigated articles, five reported stories of

refugees from other countries that have been treated differently from Ukrainian refugees on the borders or by the politicians. Specifically, these news articles highlighted the issue of racism. Keywords for this theme were 'racism' (two times), 'different treatment' (two times), and 'comparison' (one time). The following excerpts represent the identified theme:

"Avrupa ülkelerinin Orta Doğu ve Afrika'dan gelenlerin girişini engelleme çabalarıyla karşılaştırıldığında Ukraynalı mültecilerin coşkuyla karşılanması, Albagir gibi birçok kişide ırkçılıkla karşı karşıya oldukları inancını güçlendiriyor". (The enthusiastic reception of Ukrainian refugees, compared to the efforts of European countries to block the entry of those from the Middle East and Africa, reinforces the belief in many, like Albagir, that they face racism.) 15 March 2022.

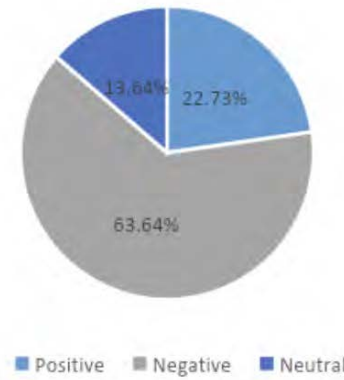
"Bölgeden gelen görüntüler, soğuk havada yaşanan çaresizliği ortaya koyarken, bölgede Afrikalı öğrencilere ırkçılık yapıldığı iddiaları ortalığı karıştırdı." (While the images from the region revealed the desperation experienced in the cold weather, the allegations that racism was committed against African students in the region stirred up the situation.) 1 March 2022.

Afghan Refugees

From 50 articles that were published on Sözcü on Afghan refugees, 22 of them were taken for further analysis. It was identified that five (22.73 per cent) had a positive tone, 14 (63.64 per cent) negative, and three (13.64 per cent) had a neutral tone. Figure No. 4 illustrates the point. After detailed analysis of the dataset, the following themes were identified:

Theme 1: Illegality and Crime. Out of 22 articles, 12 reported illegal entrance and criminal activities of Afghan refugees in Türkiye. The terms 'illegal immigrants' (6 times), 'murder' (three times), 'crime' (one time), 'rape' (one time), 'terrorism' (one time), and 'drugs' (one time). The following excerpts are examples of the cases:

- "Kaçak göçmenler elini kolunu sallayarak ülkemize giriyor. Bunlar ciddi bir güvenlik sorunu. Bunların içerisinde terör örgütü üyeleri ya da uyuşturucu tacirleri de olabilir." (Illegal immigrants are easily entering our country. These are serious security issues. These may include members of a terrorist organization or drug dealers.) 17 July 2021. "Afgan uyruklu şahıs, konuşma isteğini reddeden kadını öldürdü." (An Afghan national killed woman who refused his request to speak) 22 August 2021.



Theme 2: Coming in Flows. Among the analyzed articles, there were reports which discussed Afghan refugees coming to Türkiye in huge numbers. These news articles used the keywords ‘huge flows’ (six times) and ‘immigrant traffic’ (once) to refer to the bulk of refugees entering the borders. Examples of such representation can be found below:

- “Afganistan’da Taliban zulmünden kaçan göçmenler kaçak yollarla akın Türkiye’ye gelmeye devam ediyor.” (Immigrants fleeing the persecution of the Taliban in Afghanistan continue to come to Türkiye in huge flows illegally.) 20 July 2021.

As illustrated in (Table 2), The analysis of the news articles on Afghan and Ukrainian refugees published in Sözcü reveals a difference not only in the number of the published articles, but in the tone news articles adopted for referring to each group.

The analysis of the news articles on Afghan and Ukrainian refugees published in Sözcü reveals a difference not only in the number of the published articles, but in the tone news articles adopted for referring to each group. More news items were published on Ukrainian refugees (N=72 versus 50), and unlike Afghans which were mostly portrayed negatively, generally, the newspaper had a neutral stance towards Ukrainian refugees. In the next section, an in-depth analysis and discussion of the findings will be presented.

Table 2

Representation of Ukrainian and Afghan Refugees on Sözcü.

Refugee Group	N	n	Tone			Theme
			Positive	Negative	Neutral	
Ukrainian	72	29	5	2	22	- Ukrainian women. - Europeans at help.
Afghan	50	22	5	14	3	- Illegality and crime. - Coming in flows.

Discussion and Conclusion

The present study focuses on the ways Ukrainian and Afghan refugees have been represented by two major Turkish online newspapers, namely Sabah and Sözcü. Based on the classification put forward by Mallards, an initial content analysis was conducted. Next, a thematic analysis was carried out, and the recurring themes were identified for each refugee group. The results indicated that although Sözcü had paid more attention to Afghan refugees by publishing more news than Sabah, overall, Ukrainian refugees were considered more newsworthy, thus, having more news items allocated to them by both online newspapers. Also, in contrast to Ukrainian refugees, Afghan refugees have been mainly portrayed negatively in Sabah and Sözcü (Figures 5 and 6).

Figure 5. Representation of Ukrainian refugees by paper.

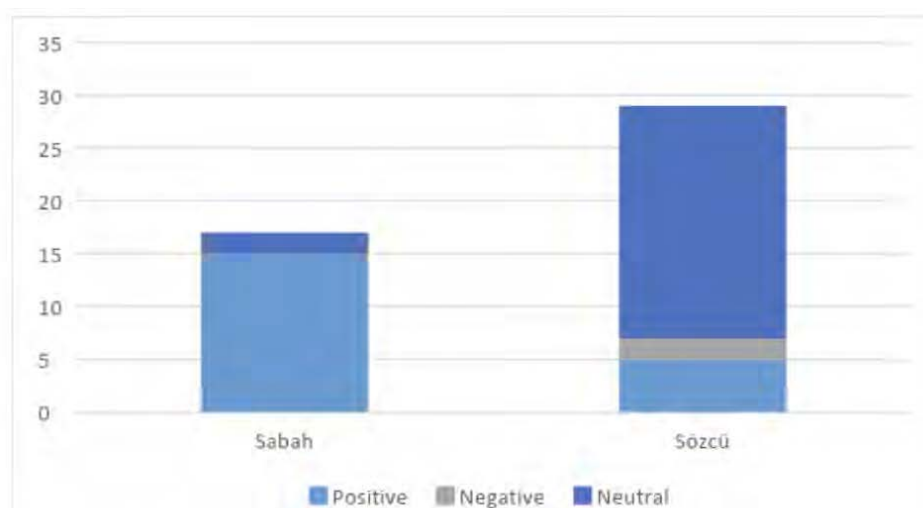
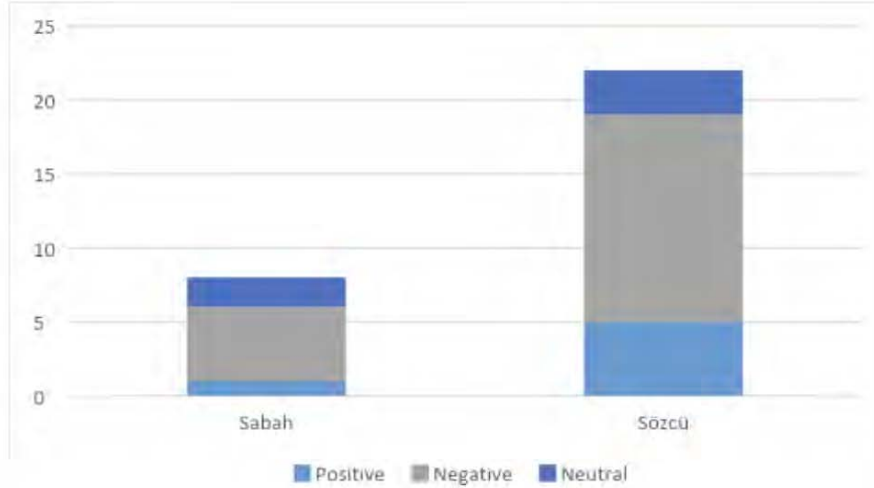


Figure 6. Representation of Afghan refugees by paper.



As for Ukrainian refugees, there were four distinguishing differences between Sözcü and Sabah. First, unlike Sabah, which covered more news regarding the state of Ukrainian refugees in Türkiye, Sözcü mostly reported policies and incidents concerning European countries with respect to Ukrainian refugees. In this regard, Sözcü was full of news on the events organized by Turkish organizations for helping Ukrainian people, while Sabah signified a perception that Ukrainian refugees are not a matter to be discussed in the Turkish context and therefore covers the ways Europeans had been taking actions with respect to their issues.

Second, Sözcü took a more moderate stance towards the refugees by reporting tragic stories of Ukrainian refugees as well as instances of their illegal and dangerous actions. However, Sabah mainly published articles only in favor of Ukrainian refugees. In fact, in Sözcü, the articles were identified as positive because they reported the tragic experiences of Ukrainian refugees. Nevertheless, the representation of Ukrainian refugees in Sabah was identified as positive because they glorified the heroic deeds of the Turkish people and its government. Ukrainian refugees were portrayed as 'victims' in despair, and Turkish people were heroes who reached out to them and rescued them. In other words, although both newspapers reported tragic stories of Ukrainian refugees in Sabah, those events were not the main focus of the news articles, and the heroic actions of the Turkish people and its government for saving victims of the war were the intended message behind the news items.

Another significant difference between the two online newspapers was found to be the issue of racism. Sözcü emphasized the existing racism between Ukrainian refugees and refugees from other countries by reporting that African and Middle-Eastern refugees were discriminated on the borders of European countries. There were no instances of such news articles in Sabah.

Lastly, coverage of incidents related to Ukrainian women refugees was found to be another major difference between the two online newspapers. Although Sabah

also mentioned women and children as the victims of the war, they were not the focus of the news items as they were mentioned to reinforce the idea that they were saved by the Turkish people. However, in Sözcü, the issue of Ukrainian women refugees was one of the focal points, as evident by being topicalized in newspaper headlines as well. Lack of any news items regarding Afghan women in either of the newspapers indicates that both media ignore to address the problems these women face in the country. Their absence is the indication of ignoring their needs making them unseen and nonexistent. However, Ukrainian women, regardless of their positive or negative representation, indicate that Ukrainian women were seen worthy of taking up space and becoming visible.

As for the representation of Afghan refugees in Sabah and Sözcü, one major difference and two similarities were identified. The main difference was the newsworthiness of Afghan refugees in both online newspapers. For Sabah, the issue of Afghan refugees was not newsworthy; it only published 12 news items on the refugees after the Taliban invasion. On the other hand, for Sözcü, this crisis was significant, and thus, it covered the issue by publishing 50 news items on Afghan refugees.

When a specific group of refugees is given a voice through publishing news articles on the difficulties and sufferings they experienced, that refugee group is, in fact, notified as a human being, being a victim of war. In other words, sharing individual stories of refugees gives them a face while representing them as 'flows' and 'dehumanized' (Marfleet, 2006), portrays them as faceless masses. In this sense, by not reporting Afghan refugees' tragic stories, Sabah has failed to make them heard by the public, and by considering them as 'flows' rather than individuals, Sözcü has failed to consider them as human beings suffering a war. In fact, the emergence of the theme 'coming in flows' in this study is in line with the findings of another study conducted by Khosravinik (2009) in which the representation of refugees, asylum seekers and immigrants in British newspapers was analyzed and referred to as 'flux,' 'flow' and 'tide.'

Moreover, as illustrated in Figure 6, both online newspapers mainly considered Afghan refugees as illegal refugees and included reports about their illegal entrance and criminal offences. The emergence of the theme 'illegality and crime' for representing refugee groups is not new in the literature. In fact, Parker (2015), in his study on the representation of refugees and asylum seekers in the UK and Australian print media, identified metaphors of criminality in the newspapers communicated through terms like 'detainees' and 'attack.' Similarly, Rasinger (2010) analyzed the representation of migrants from Eastern Europe in regional print media in Cambridge shire, England and reported that migrants and minority groups were prejudicially depicted by the media in the UK and were associated with rising crime levels.

When comparing the representation of Ukrainian and Afghan refugees in Sabah, it can be stated that first, Afghan refugees were not considered as important as Ukrainian refugees due to the lack of news items allocated to their situation.

Secondly, unlike news articles about Ukrainian refugees in which the benevolence of Turkish people and government was glorified and reported multiple times, there was no single news item reporting on how Turkish people helped Afghan refugees. Moreover, news items focusing on the hardships they went through were very limited. Both refugee groups were running from a war in their homeland; nevertheless, while Ukrainians were welcomed, Afghan refugees were considered 'illegal' immigrants.

A comparison of the representation of Ukrainian and Afghan refugees in Sözcü revealed that for this online newspaper, Ukrainian refugees were slightly more newsworthy than Afghan refugees. But the difference in the number of published news items was found to be less significant than in Sözcü. Unlike Ukrainian refugees, who were represented neutrally by Sözcü, the tone used for Afghan refugees was mainly negative. Moreover, the concern over women refugees, raised for Ukrainian refugees, was totally missing in reporting the issues of Afghan refugees. The question investigated in the present study was more on 'How' rather than 'why' refugees were represented in a specific way. Therefore, issues regarding the possible reason(s) behind the positive representation of a specific refugee group and a negative representation of another can be a topic for further investigation. Moreover, the analysis of visuals used to represent Afghan and Ukrainian refugees is another issue that could be explored in the future. In addition, the present study found that there is a bias against Afghan women refugees in comparison with Ukrainian women refugees. These findings need further analysis to see to what extend and in which ways this bias representation is practiced by the Turkish media in a larger sample. In general, tapping into the perceptions of refugee policy makers, media reporters, and those who are, in one way or another, involved in the refugee crisis would shed further light on the issue.

It is also hoped that further research on the refugee crisis would make the media, in general, take a 'humanistic approach' in presenting the refugees worldwide, wiping out the race, religion and nationality of the refugees who need to be treated as human beings.

The findings of the present paper cannot be generalized due to the limitations of the study. Although the employed methodology provides a robust framework for analyzing refugee representations, it's important to acknowledge potential limitations. First, the focus on online newspapers may not capture the full spectrum of media representations across all platforms. Secondly, the time frame of the study, while capturing immediate responses to the refugee crises, may not reflect longer-term shifts in media discourse, and finally the political orientations of the selected newspapers, while providing a comparative perspective, may not represent the full range of media attitudes in Türkiye..

Despite these limitations, this methodological approach offers valuable insights into how media representations of refugees are shaped by political orientations and contribute to broader societal discourses on migration and national identity in Türkiye.

Furthermore, this study was conducted as an unfunded initiative to focus on how two online Turkish newspapers portrayed Ukrainian and Afghan refugees, with the knowledge that studies in the Turkish context with reference to these refugee groups were limited. Authors acknowledge the reductive nature of positive-negative-neutral categorization; nevertheless, the study aimed at exploring the initial trends. Thus, further testing of identified trends by a longitudinal focus or on other regional online newspapers is suggested to investigate the reasons for taking biased stances towards refugee representation in media.

References

- Aslı, E., İkizoğlu, D., & Erensü, S. (2023). Appearing to disappear: Ordering visibility in a Turkish Border spectacle. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/01634437231207758>
- Aydın, U., & Yeşilyurt, M. (2023). Representation of Syrian and Ukrainian Refugees in the Media: A Critical Analysis of the Discourse of the News. *Figshare*. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.24243778.v1>
- Berry, M., Garcia-Blanco, I., & Moore, K. (2016). Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: A content analysis of five European countries. High Commissioner for Refugees (UNHCR).
- Biehl, K. S. (2015). Governing through uncertainty: Experiences of being a refugee in Turkey as a country for temporary asylum. *Social Analysis*, 59(1), 57-75. <https://doi.org/10.3167/sa.2015.590104>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>.
- Breen, M. J., Haynes, A., & Devereux, E. (2004). A cozy consensus on deviant discourse: How the refugee and asylum seeker meta-narrative has endorsed an interpretative crisis in relation to the transnational politics of the world's displaced persons. University of Limerick.
- Brito, R. (2022, February 28). Europe welcomes Ukrainian refugees — others, less so. <https://apnews.com/article/russia-ukraine-war-refugees-diversity>.
- Castells, M. (2003). Global informational capitalism. *The global transformations reader*, 312.
- Davies, P., Francis, P., & Greer, C. (Eds.). (2017). *Victims, crime and society: An introduction*. Sage.
- Efe, İ. (2015, December). Türk basınında Suriyeli sığınmacılar. SETA.
- Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518-536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>.

- Fayn. (2022, February 28). This is a collection of racist media coverage of war in Ukraine 2022 [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=B4Fgm3ruw6Q&ab_channel=Fayn.
- Feray, A., & Artar, F. (2023). Class Representation: The Case of Syrian Refugees in the Turkish Media. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4568870>
- Gale, P. (2004). The refugee crisis and fear: Populist politics and media discourse. *Journal of Sociology*, 40(4), 321-340. <https://doi.org/10.1177/1440783304048378>.
- Gök, F. A., & Gökçearsan Çifci, E. (2017). Position of the Syrian refugee children in printed media. Transnational Press London.
- Greussing, E., & Boomgaarden, H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(11), 1749-1774. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1282813>.
- Harvey, D. (1999). Time-space compression and the postmodern condition. *Modernity: Critical Concepts*, 4, 98-118.
- Haynes, D. F. (2004). Used, abused, arrested and deported: Extending immigration benefits to protect the victims of trafficking and to secure the prosecution of traffickers. *Human Rights Quarterly*, 26(2), 221-272.
- Jarahzadeh, K. (2013). Identity at the fringes of citizenship: Experiences of Afghan refugees in Turkey. *Berkeley Undergraduate Journal*, 26(3). <https://doi.org/10.5070/B3263024772>
- Järvinen, A. (2015). Migration in the Mediterranean: Media Portrayals of Refugees and Migrants [Master's thesis]. University of Tampere. Click
- Kavaklı, N. (2016). The representation of Syrian refugees in the Turkish press. Conference on Constructing Middle East: Media, Ideology and Culture, Ankara, Turkey.
- Kaytaz, E. S. (2016). Afghan journeys to Turkey: Narratives of immobility, travel, and transformation. *Geopolitics*, 21(2), 284-302. <https://doi.org/10.1080/14650045.2016.1151874>.

- KhosraviNik, M. (2009). The representation of refugees, asylum seekers, and immigrants in British newspapers during the Balkan conflict (1999) and the British general election (2005). *Discourse & Society*, 20(4), 477-498. <https://doi.org/10.1177/0957926509104024>.
- Kuschminder, K. (2018). Afghan refugee journeys: Onwards migration decision-making in Greece and Turkey. *Journal of Refugee Studies*, 31(4), 566-587. <https://doi.org/10.1093/jrs/fex043>.
- Lawlor, A., & Tolley, E. (2017). Deciding who's legitimate: News media framing of immigrants and refugees. *International Journal of Communication*, 11, 25.
- Lynn, N., & Lea, S. (2003). A phantom menace and the new apartheid: The social construction of asylum-seekers in the United Kingdom. *Discourse & Society*, 14(4), 425-452. <https://doi.org/10.1177/0957926503014004002>.
- Maqul, S. A., Güneş, S., & Akin, T. (2021). The comparative analysis of life satisfaction among Syrian, Iranian, and Afghan refugees in Turkey: The case of Denizli. *Journal of Refugee Studies*, 34(2), 2376-2393. <https://doi.org/10.1093/jrs/feaa055>.
- Marfleet, P. (2006). *Refugees in a global era*. Palgrave Macmillan.
- Memişoğlu, F., & Başol, Ç. (2016). The role of Turkish media in framing the refugee crisis. In *Proceedings of the Conference on Constructing Middle East: Media, Ideology and Culture*, Ankara, Turkey.
- Mollard, C. (2001). *Asylum: The truth behind the headlines*.
- O'Halloran, K. (2003). Critical discourse analysis and cognitive linguistics. *Critical Discourse and Cognitive Linguistics*, 15, 413-423.
- Onay-Coker, D. (2019). The representation of Syrian refugees in Turkey: a critical discourse analysis of three newspapers. *Continuum*, 33(3), 369-385. <https://doi.org/10.1080/10304312.2019.1587740>.
- O'Regan, V., & Riordan, E. (2018). Comparing the representation of refugees, asylum seekers, and migrants in the Irish and UK press: A corpus-based critical discourse analysis. *Journal of Language and Politics*, 17(6), 744-768. <https://doi.org/10.1075/jlp.17043.ore>.

- Orgad, S. (2014). *Media representation and the global imagination*. John Wiley & Sons.
- Parker, S. (2015). 'Unwanted invaders': The representation of refugees and asylum seekers in the UK and Australian print media. *ESharp*, 23(1), 1-21.
- Pickering, S. (2001). Common sense and original deviancy: News discourses and asylum seekers in Australia. *Journal of Refugee Studies*, 14(2), 169-186. <https://doi.org/10.1093/jrs/14.2.169>.
- Rasinger, S. M. (2010). 'Lithuanian migrants send crime rocketing': Representation of 'new' migrants in regional print media. *Media, Culture & Society*, 32(6), 1021-1030. <https://doi.org/10.1177/0163443710380311>.
- Robinson, P. (1999). The CNN effect: Can the news media drive foreign policy? *Review of International Studies*, 25(2), 301-309. <https://doi.org/10.1017/S0260210599003010>.
- Rui-Li, C., & Yu, L. (2023). The Representation of Refugees and Migrants in Turkish Online Media Discourse. In *Linguistik in Empirie und Theorie* (pp. 245-262). Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-66775-0_13
- Sozen, E., & Basturk, S. (2024). Exploring the impact of social media on Orientalist representations and its effects on Syrian refugees in Türkiye. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13675494241233714>
- Sulaiman-Hill, C. M., Thompson, S. C., Afsar, R., & Hodliffe, T. L. (2011). Changing images of refugees: A comparative analysis of Australian and New Zealand print media, 1998-2008. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 9(4), 345-366. <https://doi.org/10.1080/15562948.2011.616794>.
- Sunata, U., & Yıldız, E. (2018). Representation of Syrian refugees in the Turkish media. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(1), 129-151. https://doi.org/10.1386/ajms.7.1.129_1.
- Van Dijk, T. A. (2015). *Racism and the press*. Routledge.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. <https://doi.org/10.1177/0267323105058253>.

Vezovnik, A. (2017). Otherness and victimhood in the tabloid press: The case of the 'refugee crisis' in Slovenske novice. *Dve Domovini* (45). <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.09>.

Vicsek, L., Keszi, R., & Márkus, M. (2008). Representation of refugees, asylum-seekers, and refugee affairs in Hungarian dailies. *Journal of Identity and Migration Studies*, 2(2), 87-107.

Yavçan, B., Baykurt, B., & Akalın, K. (2017, April). Beyond ideology: Media portrayal of refugees in Turkey. Midwest Political Science Association Conference, Chicago, USA.



Kamu Kurumlarında Depreme Hazırlık: Beklenen İstanbul Depremi Örnekleme Bağlamında Bir Değerlendirme¹

*Earthquake Preparedness in Public Institutions: An Evaluation in
the Context of the Expected Istanbul Earthquake*

Ali Murat VURAL¹ Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN² Süleyman TÜRKÖĞLU³
Mehmet SARI⁴ Betül YÜNCÜOĞLU⁵ Emre KOPARAN⁶ Recep Kutluay KESKİN⁷

¹ Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
murat.vural@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0001-9330-2929

² Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,
hatun.boztepe@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0002-3447-9174

³ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü,
turkoglu@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0003-2102-678X

⁴ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü,
msari@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0001-6473-3543

⁵ Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü,
betulyuncuoglu@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0001-8556-286X

⁶ Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü,
emre.koparan@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0002-5292-6732

⁷ Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
kkeskin@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0002-1615-5838

ÖZ

Bilim insanlarına göre, İstanbul'u 7,1 ve 7,5 şiddeti arasında değişen tahminler aralığında bir deprem beklemektedir. Bu risk, İstanbul örnekleminde düşünüldüğünde risk yönetiminin merkezinde yer alan kamu kurumları açısından etkili bir deprem risk yönetiminin gerekliliğini vurgular niteliktedir. Depremin oluşturacağı zararları önleme amacı taşıyan risk yönetimi stratejileri, farklı unsurlar kapsamında geliştirilmekte ve çeşitli planlarla paylaşılmaktadır. Dolayısıyla, beklenen İstanbul depreminin yıkıcı etkilerini önlemeye ve azaltmaya yönelik olarak kamu kurumlarının mevcut hazırlık ve planlama süreçlerinin tespit edilmesinin, bu süreçlerdeki eksikliklerin ve geliştirilebilir yönlerin ortaya konması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada kamu kurumlarının İstanbul depremi özelindeki hazırlıklarına odaklanılarak, deprem riskine ilişkin aldıkları kararlar, geliştirdikleri politikalar ve depreme yönelik yönetim stratejileri ile uygulamalarının saptanması amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle, İstanbul'da hizmet veren 16 kamu kuruluşundan temsilcilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonunda kamu kurumlarının deprem hazırlığına yönelik stratejik planlarına, depreme hazırlık hususunda sorumluluklarına, depreme hazırlık noktasında diğer kamu ya da özel kurumlar, sivil toplum kuruluşları, üniversite, medya ve vatandaşlarla iş birliklerine, kurumsal hazırlıklarına, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen kurum bazlı teknik ve altyapı sorunlarına ve İstanbul'da depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenlere ve İstanbul için alınması gereken ivedi önlemlere ilişkin bulgular elde edilmiştir. Bulgular doğrultusunda deprem risk yönetimi stratejileri ve uygulamalarının, yönetim unsurlarını kapsayan proaktif modellerle iyileştirilmesine ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afet risk yönetimi, İstanbul depremi, risk yönetimi, kamu kurumları

¹ Çalışma, 12IK654 kodlu "İstanbul Örnekleminde Depreme İlişkin Risk İletişimi Modeli Geliştirme" başlıklı TÜBİTAK ARDEB-1001 projesi kapsamında üretilmiştir.

Gönderim/Received: 19.06.2024

Düzeltilme/Revised: 02.09.2024

Kabul/Accepted: 26.12.2024

Atıf / Citation: Vural, A.M., Taşkiran, H.B., Türkoğlu, S., Sarı, M., Yüncüoğlu, B., Koparan, E., & Keskin, R.K. (2024). Kamu kurumlarında depreme hazırlık: Beklenen İstanbul depremi örnekleme bağlamında bir değerlendirme. Global Media Journal Turkish Edition, 15(29), 28-53

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



ABSTRACT

According to scientists, Istanbul is expected to experience an earthquake with a magnitude range between 7.1 and 7.5. This risk, when considered in the case of Istanbul, emphasizes the necessity of effective earthquake risk management for public institutions, which are at the center of risk management. Risk management strategies that aim to prevent earthquake damage are developed within the scope of different elements and shared through various plans. Therefore, it is considered important to identify the current preparation and planning processes of public institutions in order to prevent and mitigate the destructive effects of the expected Istanbul earthquake and to reveal the deficiencies and improvable aspects of these processes. In this respect, this study focuses on the preparations of public institutions for the Istanbul earthquake and aims to identify the decisions they have taken, the policies they have developed, and their governance strategies and practices regarding earthquake risk. Based on this purpose, structured interviews were conducted with 16 public institutions serving in Istanbul. At the end of the research, findings were obtained on the strategic plans of public institutions for earthquake preparedness, their responsibilities in earthquake preparedness, their cooperation with other public or private institutions, non-governmental organizations, universities, media, and citizens in earthquake preparedness, their institutional preparations, institution-based technical and infrastructure problems that negatively affect earthquake preparedness, the most important factors that negatively affect earthquake preparedness in Istanbul, and the urgent measures to be taken for Istanbul. In line with the findings, it was concluded that there is a need to improve earthquake risk management strategies and practices with proactive models that include governance elements.

Keywords: Disaster risk management, Istanbul earthquake, risk governance, public institutions

Extended Abstract

Disaster risk management, which aims to reduce or compensate the losses and damages of a disaster (Lavell & Maskrey, 2014, p. 270), highlights the role of public institutions as responsible actors that develop and implement policies by making decisions regarding risk. Many problems such as shelter, nutrition, health, communication, transportation, education, etc. that have the potential to occur during and after a disaster are the main issues that concern public administration in line with their fields of activity. Decisions to be taken and practices to be realized by the public administration in solving these problems are in a leading position at the point of protecting individuals from the damages of disasters. Therefore, it is the responsibility of public institutions to identify disaster risks, to make strategic plans for the effective management of risks, and to cooperate and communicate with actors such as the media, non-governmental organizations and citizens who are effective on risk. Indeed, as Smith and McCloskey (1998, p. 49) state, risk communication and management is a fundamental issue for public institutions and risk communication should be included in the strategic plans of public institutions. From this point of view, the earthquakes in the history of Istanbul, which has a high earthquake risk, and which have caused thousands of people to be affected, emphasize the importance of earthquake risk management studies. Especially when this importance is considered in the context of the expected Istanbul earthquake, it becomes a necessity. Because, disaster risk management, which is related to the provision of sufficient capacity and resources to prepare for disasters, prevent the devastating effects of disasters, manage the negative effects of disasters and protect against disasters (Lidskog, 2008), directly concerns national, regional and local governments (Ainuddin et al., 2013) and actors such as media, civil society and citizens with whom these governments cooperate. As a matter of fact, studies focusing on earthquake risk management (Dowrick, 2003; Oral et al., 2015; Ibrion,

2018; Freddi et al., 2021) emphasize various aspects of preparedness within the framework ranging from seismic analysis of earthquake risk to socio-economic and socio-cultural risks. Based on all these, it is thought that it is important to identify the current preparation and planning processes of public institutions in order to prevent and mitigate the devastating effects of the expected Istanbul earthquake in order to reveal the deficiencies and improvable aspects of these processes. In addition to this, it is possible to say that determining the risk governance status of public institutions is also necessary in terms of their cooperation with different actors involving earthquake risk. This is because risk governance refers to the integration of state, private sector and non-governmental organizations providing services to citizens, making decisions and implementing practices on a common basis with a focus on risk (Alam & Rey-Bennett, 2021). Analyzing and assessing the risk and making preventive preparations for disaster risk shows that the governance in question involves a holistic perspective covering the actors taking responsibility for the risk (Okada 2004; Wouter Botzen et al., 2019, p. 289). Disaster risk governance has been addressed in the context of different disasters for various countries (Pal & Routray, 2021; Sigmund et al., 2022; Hill et al., 2023; Mendes et al., 2021; Covarrubias & Raju, 2020). Studies emphasize the importance of developing proactive methods to reduce the damages of disasters and prepare for disasters, and developing strong inter-institutional cooperation and governance systems to complement measures in many important areas such as education, health, social security, environment and emergency management. In this respect, it is possible to say that the risk governance approach adopted for earthquakes (Opperhuizen et al., 2020) creates opportunities for earthquake preparedness strategies. When we look at the studies focusing on earthquake risk management in the Turkish sample, we come across suggestions that each institution should have its own strategic plans for risk management (Kocalar, 2023) and adopt integrated disaster risk management (Şahin, 2019; Özler, 2021) in the planning to be implemented by public institutions in the context of earthquake preparedness, and the importance of both coordination of public institutions and cooperation with civil society in combating disasters (Azimli Çilingir & Örçen Güler, 2020). On the other hand, although there are studies on disaster risk management in the literature on earthquakes in Turkey, it is not possible to talk about the existence of holistic studies that address the disaster preparedness of public institutions in the context of the expected Istanbul earthquake within the scope of management and governance. Based on this line of thought, semi-structured interviews were conducted with representatives of 16 public institutions operating in Istanbul. As a result of the analysis of the interview data, the findings obtained regarding the strategic plans of public institutions for earthquake preparedness, their responsibilities in earthquake preparedness, their cooperation with other public or private institutions, non-governmental organizations, universities, media and citizens in earthquake preparedness, their institutional preparations, institution-based technical and infrastructure problems that negatively affect earthquake preparedness, and the most important factors that neg-

actively affect earthquake preparedness in Istanbul and the urgent measures to be taken for Istanbul are presented. The research findings are intended to draw attention to the holistic approach that encompasses governance elements in earthquake risk management and, in this sense, to provide findings for effective strategies to mitigate earthquake impact. The research findings emphasize the importance of the elements of earthquake risk governance mentioned in the study. It is of utmost importance for the expected Istanbul earthquake that inter-institutional cooperation is not limited to training and drills, and that the dialogue between public institutions and other stakeholders of the earthquake, such as the media and civil society organizations, goes beyond the minimum and has an approach that prioritizes coordination and communication. Increasing community resilience against earthquakes within the framework of an effective and holistic risk management is critical to minimizing post-earthquake impacts. In this respect, there is a need to improve earthquake risk management strategies and practices with proactive models that include governance elements.

Giriş

Afetin kayıp ve zararlarını azaltma ya da telafi etme amacı taşıyan afet risk yönetimi (Lavell & Maskrey, 2014, s. 270), riske ilişkin kararlar alarak politikalar geliştiren ve uygulayan sorumlu aktörler olarak kamu kurumlarının rolünü öne çıkarmaktadır. Afet sırasında ve sonrasında oluşma potansiyeli taşıyan barınma, beslenme, sağlık, haberleşme, ulaşım, eğitim vb. gibi pek çok sorun, faaliyet alanları doğrultusunda kamu yönetimini ilgilendiren temel konulardır. Söz konusu sorunların çözümünde kamu yönetiminin alacağı kararlar ve gerçekleştireceği uygulamalar, bireyleri afetin zararlarından koruma noktasında başat konumdadır. Bununla birlikte kamu kurumlarının hedef kitleleriyle olumlu ilişkiler tesis edebilmesi için karar, politika, faaliyet ve hizmetleri kapsamında hedef kitlelerine yönelik araştırmalar gerçekleştirilmesi ve çift yönlü simetrik iletişim anlayışını benimsemesi oldukça önemlidir (Boztepe, 2013, s. 58). Bu bakımdan afet risklerinin tespitinin gerçekleştirilmesi, risklerin etkili biçimde yönetilmesine yönelik stratejik planlamaların yapılması ve risk konusunda etkili olan medya, sivil toplum kuruluşları ve vatandaşlar gibi aktörlerle iş birliğinin ve iletişimin yürütülmesi kamu kurumlarının sorumluluğunda bir ihtiyaç niteliği taşımaktadır. Nitekim, Smith ve McCloskey'in belirttiği gibi (1998, s. 49) risk iletişimi ve yönetimi kamu kurumları için temel bir konudur ve risk iletişiminin kamu kurumlarının stratejik planları dâhilinde yer alması gerekmektedir. Buradan hareketle, yüksek deprem riski taşıyan İstanbul'un tarihinde yaşanan ve binlerce insanın etkilenmesine neden olan depremler, deprem riskinin yönetimine yönelen çalışmaların önemini vurgular niteliktedir. Özellikle bu önem, beklenen İstanbul depremi bağlamında düşünüldüğünde bir gereklilik hâline gelmektedir. Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü; Boğaziçi, İstanbul Teknik ve Ankara Üniversitesinden bilim insanlarının yaptığı çalışma sonucu, Kuzey Anadolu Fay Hattı'nda uzak olmayan bir gelecekte

7.5 büyüklüğünde deprem beklendiği belirtilmektedir. Almanya merkezli Geomar Helmholtz Okyanus Araştırma Merkezi ise, fayın 7,1 ile 7,4 arasında bir büyüklükte deprem yaratmasının beklendiğini açıklamıştır. Depremi yaşanacağı tarihin bilinmez oluşu, depreme yönelik hazırlıkların önemine vurgu yapmaktadır.

Tüm bunlardan hareketle beklenen İstanbul depreminin yıkıcı etkilerini önlemeye ve azaltmaya yönelik olarak kamu kurumlarının mevcut hazırlık ve planlama süreçlerinin tespit edilmesinin, bu süreçlerdeki eksikliklerin ve geliştirilebilir yönlerin ortaya konması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Buna ek olarak, kamu kurumlarının risk yönetim durumlarının tespitinin de deprem riskini içeren farklı aktörlerle birlikteliği konusunda gerekli olduğunu söylemek mümkündür. Zira, risk yönetimi, vatandaşlara hizmet sunan devlet, özel sektör ve sivil toplum kurumlarının bütünleşmesini, risk odağında ortak bir temelde karar almalarını ve uygulamalar gerçekleştirmelerini ifade etmektedir (Alam & Rey-Bennett, 2021). Diğer yandan Türkiye’de yaşanan depremlere yönelen alanyazında afet risk yönetimine yönelik çalışmaların varlığı gözlemlense de kamu kurumlarının afete hazırlık durumlarını yönetim ve yönetim kapsamında beklenen İstanbul depremi bağlamında ele alan bütüncül çalışmaların varlığından söz etmek pek mümkün görünmemektedir. Bu durum aynı zamanda çalışmanın özgün yanını da öne çıkarmaktadır.

Bu düşünce düzleminde hareketle çalışmada, İstanbul’da faaliyet gösteren 16 kamu kurumunun temsilcileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme verilerinin analizi sonunda, kamu kurumlarının deprem hazırlığına yönelik stratejik planlarına, depreme hazırlık hususunda sorumluluklarına, depreme hazırlık noktasında diğer kamu ya da özel kurumlar, sivil toplum kuruluşları, üniversite, medya ve vatandaşlarla iş birliklerine, kurumsal hazırlıklarına, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen kurum bazlı teknik ve altyapı sorunlarına ve İstanbul’da depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenlere ve İstanbul için alınması gereken ivedi önlemlere ilişkin elde edilen bulgular aktarılmıştır. Araştırma bulgularının deprem risk yönetiminde yönetim unsurlarını kapsayan bütüncül yaklaşıma dikkat çekmesi ve bu anlamda deprem etkisini azaltmaya yönelik etkili stratejiler için tespitler sunması hedeflenmiştir. Bulgular doğrultusunda deprem risk yönetimi stratejileri ve uygulamalarının yönetim unsurlarını kapsayan proaktif modellerle iyileştirilmesine ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afet Riski Yönetiminde Bütünleşik Yaklaşımlar

Doğal afetlerin önlenemez oluşu, doğal afet riskini odağına alan ve riskin ortaya çıkarak zarar verebilecek bir krize dönüşmesinden önce riske karşı hazırlıklı olabilmeyi içeren risk yönetiminin (Vural vd., 2022, s. 174) önemine odaklanan yaklaşımı vurgular niteliktedir. Bu yaklaşım, O’Keefe ve arkadaşlarının (1976) doğal afetlerin ihtiyatlı planlama anlayışıyla doğallığından arındırılması düşüncesinin benimsenmesi noktasında öne çıkmaktadır. Bu düşünce, bireylerin afet kaynaklı

zarar görülebilirliklerinin dış doğal faktörlerden ziyade iç sosyo-ekonomik özelliklerin bir sonucu olduğunu savunmakla birlikte, yerel ve bölgesel düzeylerde kaynakların kullanımına yönelik kültürel tutumların belirlenmesine ve afetlerin azaltılmasına yönelik stratejilerin kalkınma planlamasına dâhil edilmesine bağlı olan ihtiyatlı planlamayı vurgulamaktadır. Afetlere hazırlanmak, afetlerin yıkıcı etkilerini önlemek, oluşan olumsuz etkileri yönetmek ve afetlerden korunmak için yeterli düzeyde kapasite ve kaynak sağlanması ile ilişkili olarak afet risk yönetimi (Lidskog, 2008), bölgesel ve yerel yönetimleri ve bu yönetimlerin iş birliği içinde olduğu medya, sivil toplum ve vatandaşlar gibi aktörleri doğrudan ilgilendirmektedir.

Risk yönetimi, riskin tanınması ve değerlendirilmesi ile uygun risk azaltma stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasını bütünleştirmekte; iletişim, iş birliği, risk azaltma önlemlerinin belirlenmesi, risk analizinin değerlendirilmesi ve uygulanması görevlerine yönelik politikaların, prosedürlerin ve pratiklerin sistematik bir şekilde uygulanmasını içermektedir (Ibrion, 2018, s. 46). Etkili bir afet risk yönetimi, afet riskinin azalmasını ve hazırlıklı olmanın ve müdahalenin artırılmasını sağlayacağından ve can ile mal kaybını önleyebileceğinden bu yönetimden sorumlu kurumlar arasında her düzeyde etkili biçimde koordine edilmiş çabaları gerektirmektedir (Chong ve Kamarudin, 2018). Ulusal, bölgesel ve yerel kurumların afet yönetimindeki rolü, yerel düzeyde risk azaltmada ciddi önem taşıdığından (Ainuddin vd., 2013), kamu kurumlarının toplum düzeyinde uygulanan afet riskini azaltma faaliyetlerinin hayati rolü üzerinde durmak oldukça önemli görülmektedir. "Afet tehdidi karşısında devletin afet risklerinin önlenmesi ve afetten kaynaklanan zararların azaltılması şeklinde ifade edilebilecek bir koruma yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu yükümlülük ise devletin en temel varlık sebebi olan kişilerin can ve mal güvenliğini koruma yükümlülüğünden kaynaklanmaktadır" (Yurtcanlı Duymaz & Kahveci, 2023, s. 345). Bu bakımdan mevcut afet risk azaltma ve yönetim planlarını, kurallarını ve yönetmeliklerini anlamak, afet risk yönetimini iyileştirmek ve etkili müdahale ve iyileştirme için hazırlığı artırmak açısından oldukça önemli görülmüştür (Rijal vd., 2020).

Afet risk yönetiminin alt alanlarından biri olarak deprem risk yönetimi de afete hazırlık, müdahale ve iyileştirmenin çeşitli yönlerini kapsayan çok yönlü bir alan olarak öne çıkmaktadır. Zira, depremler dünyadaki en tehlikeli jeolojik olaylardan biri olarak neredeyse her yıl çeşitli bölgeleri etkilemekte, zamanlamasının öngörülmesi mümkün olmamaktadır. Depremi öngörülemez bir afet olması beraberinde hazırlık yapılamayacağı yaygın inancını getirirse de Shaw ve arkadaşlarının (2004) da vurguladığı üzere deprem nedeniyle oluşması muhtemel zarar ve kayıpları azaltmanın en önemli yolu etkili hazırlıktır. Deprem risk yönetimine odaklanan çalışmalar (Dowrick, 2003; Oral vd., 2015; Ibrion, 2018; Freddi vd., 2021), deprem riskinin sismik analizinden sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel risklerine yönelik çerçevede hazırlığa ilişkin çeşitli vurgularda bulunmaktadır.

Deprem hazırlığı çalışmaları, deprem durumunda etkili bir şekilde müdahale etmek için gerekli kaynakların mevcut olmasını ve müdahale etmek zorunda kalanların bu kaynakları nasıl kullanacaklarını bilmelerini sağlamayı amaçlamak-

tadır. Bu bakımdan, hazırlıklı olmayı sağlamak üzere planlama süreçlerinin geliştirilmesi; afet planlarının oluşturulması, etkili müdahale için gerekli kaynakların stoklanması ve afetle ilgili görevlerin etkili bir şekilde yerine getirilmesini sağlamak için de beceri ve yetkinliklerin geliştirilmesi bir gereklilik olarak görülmektedir (Oral vd., 2015, s. 22). Afet çalışmalarında odaklanılan bu gereklilikler doğrultusunda altı çizildiği üzere, afet sonrası aşamanın zararlarını azaltmak, afet öncesi yönelime sahip çok aktörlü ve deprem öncesi hazırlığı içeren kapsayıcı bir afet yönetimine ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda Okada (2004), bütünlük afet risk yönetimine dikkat çekmektedir. Bütünlük afet risk yönetimi, afeti ilgilendiren disiplinlerin iş birliğine dayanmaktadır. Dolayısıyla riskin analizi, değerlendirilmesi ve afet riskine yönelik önleyici hazırlıkların yapılması, söz konusu yönetimin riskin sorumluluğunu alan aktörleri kapsayan bütüncül bir bakış açısını içerdiğini göstermektedir (Wouter Botzen vd., 2019, s. 289). Depreme yönelik risk yönetimi stratejilerine konu olan yönetim biçimlerinden biri de bütünlük afet risk yönetimine benzer bir yaklaşım sunan afet risk yönetimidir.

Yönetişim, “klasik yönetim yapılarıncı tek taraflı olarak belirlenen ilişkiler yerine çok aktörlü ve etkileşimli ilişkileri içeren ve birlikte yönetme, birlikte düzenleme ve kamu-özel sektör ortaklığı felsefesine dayalı bir yönetim süreci” (Sobacı, 2007, s. 222) olarak tanımlanmaktadır. Katılımcılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik özelliklerine dayanan yönetimle birlikte yönetsel kararların ve kamusal politikaların tek aktör tarafından merkezî bir yapıda oluşturulması, dikey iletişim tarzı sonucu karar ve politikaların ortaya çıkması durumu sona ermiştir (Boztepe, 2014, s. 96). Bununla birlikte yönetim konusu afet riski açısından da önemli bir kavram olarak öne çıkmıştır. Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan Sendai Afet Risk Azaltma Çerçevesi (2015-2030), afet riskine yönelik yaklaşımlarda küresel atılımlara hız kazandırmıştır. Buna göre, afet riskinin yönetilebilmesi için afet risk yönetişimini güçlendirmek önemli bir unsur olarak öne çıkmıştır. İlgili çerçevede risk yönetişiminin boyutları aşağıdaki gibi özetlenmiştir (UCLG-MEWA, 2015, s. 22):

“Etkin afet risk yönetimi için ulusal, bölgesel ve küresel seviyelerde afet risk yönetişimi büyük öneme sahiptir. Sektörler içinde ve arasında açık bir vizyona, planlara, yeterliliğe, rehberliğe ve koordinasyona, aynı zamanda ilgili paydaşların katılımına ihtiyaç duyulmaktadır. Önleme, zarar azaltma, hazırlık, müdahale, iyileştirme ve rehabilitasyon için afet risk yönetişimini güçlendirmek bu nedenle gereklidir ve afet risk azaltma ve sürdürülebilir kalkınma ile ilgili araçların uygulanması için mekanizmalar ve kuruluşlar arasındaki iş birliği ve ortaklık teşvik edilmelidir.”

Dolayısıyla, afet risk yönetişimi de “afet ve iklimle ilgili riskleri yönetmek ve azaltmak için kamu yetkilileri, kamu görevlileri, medya, özel sektör ve sivil toplumun topluluk, ulusal ve bölgesel düzeylerde iş birliği yapma biçimi” olarak anlaşılmaktadır (UNDP, 2015). Afet risk yönetiminin sosyal, siyasi, ekonomik ve çevresel boyutlarını kapsayan afet risk yönetişimi, Surianto ve arkadaşlarına göre, gelişmekte olan

ülkelerde afet riski yönetimine yönelik sistematik bir yaklaşım sunmakta ve afetlerin yarattığı zorlukları ele almak için kapsamlı yönetim stratejilerine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Bu bakımdan, afet risk yönetişiminin kamu kurumlarının doğal afetlere yönelik direnç oluşturma stratejileri için önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür (Shi, 2012). Diğer yandan Alam ve Rey-Bennet (2021, s. 3), afet riskini etkili bir şekilde yönetmek için kapsamlı stratejilere duyulan ihtiyacı vurgulayarak afet risk yönetişiminin unsurlarını aşağıdaki tabloda yer aldığı gibi özetlemiştir:

Tablo 1: Afet risk yönetişiminin unsurları

Hesap verebilirlik	Hesap verebilirlik, afet risk yönetişimi ilkelerinin uygulanmasında sorumluluk almak anlamına gelmektedir.
Katılımcılık	Tüm paydaşların farklı afet risk yönetimi döngülerine katılımını içermektedir.
İş birliği	İş birliği, ilgili idari ve hizmet sunumu düzenlemeleri ile birlikte merkezi olmayan ve esnek yapıları vurgulayan ağa bağlı koordinasyon, iş birliği ve ortaklıklar afet risk yönetişiminin uygulanması anlamına gelmektedir.
Şeffaflık	Şeffaflık, afet risk yönetimi paydaşlarının birimler arası organizasyona ve hizmet ettikleri topluma karşı hesap verebilir olmaları anlamına gelmektedir. Hesap verebilirlik, hizmetlerin şeffaf bir şekilde sunulmasında önemli bir rol oynamaktadır.
Bilgi Paylaşımı	Farklı afet risk yönetimi döngüleri sırasında farklı departmanlar ve topluluklar arasındaki resmi ve gayriresmî kanallar aracılığıyla bilgi paylaşımını içermektedir.
İletişim	Farklı departmanlar ve topluluklar arasında sık ve açık iletişim hatları, afet risk yönetimine yardımcı olmaktadır.
Ortak karar alma	İyi tanımlanmış ve karşılıklı mutabık kalınmış hedeflere yönelik kararlar almak ve bu hedefleri uygulamak için yatay-dikey aktörlerin aktif katılımını içermektedir.
Liderlik	Güçlü liderlik, kuruluşlar ve toplum arasındaki iş birliğine dayalı bir sürece meşruiyet ve güvenilirlik katmaktadır.
Kaynak Paylaşımı	Afet risk yönetimi üzerinde çalışırken farklı birimlerin kaynaklarının paylaşılması, herhangi bir bireyin veya ekibin tek başına üretebileceğinden daha büyük bir etki yaratılmasına yol açabilmektedir.

Afet riski yönetişimi, çeşitli ülkeler açısından farklı afetler kapsamında ele alınmıştır (Pal & Routray, 2021; Sigmund vd., 2022; Hill vd., 2023; Mendes vd., 2021; Covarrubias & Raju, 2020). alışmalar, afetlerin zararlarını azaltmak ve afetlere hazırlanmak için proaktif yöntemlerin geliştirilmesi, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik, evre ve acil durum yönetimi gibi birçok önemli alanda tedbirleri tamamlamak üzere, kurumlar arası güçlü iş birliği ve yönetişim sistemlerinin geliştirilmesine önem atfetmektedir. Bu bakımdan, deprem özelinde benimsenen risk yönetişim (Oppehuizen vd., 2020) yaklaşımının da depreme hazırlık noktasında yürütülecek stratejiler için fırsatlar yarattığını söylemek mümkündür.

Türkiye örneğinde deprem risk yönetimine odaklanan çalışmalara bakıldığında, kamu kurumlarının depreme hazırlık bağlamında uygulayacağı planlamalarda, her kurumun risk yönetimine dair kendi stratejik planlamalarının bulunması (Kocalar, 2023) ve bütünleşik afet risk yönetiminin benimsenmesi (şahin, 2019; Özler, 2021) gerektiğine ve afetle mücadelede kamu kurumlarının hem kendi koordinasyonlarının hem de sivil toplum ile iş birliklerinin önemine (Azimli ilingir & Örcen Güler, 2020) yönelik önerilerle karşılaşılmaktadır.

Beklenen İstanbul Depreminde Kamu Kurumlarının Hazırlığı Üzerine

Kuzey Anadolu fay hattının etki alanında bulunan İstanbul, tarih boyunca fiziksel ve sosyal boyutlarda zararlara yol açan çok sayıda deprem yaşamıştır. Yakın tarihte İstanbul'u etkileyen en yıkıcı depremlerden biri olarak kayıtlara geçen 7,4 şiddetine ulaşan 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi'nde, 18 bin 373 kişi hayatını kaybetmiş ve 48 bin 901 kişi yaralanmış; ekonomiden sosyal yaşama ulaşımdan haberleşmeye ciddi olumsuz etkiler söz konusu olmuştur (BBC, 2019).

Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü; Boğaziçi, İstanbul Teknik ve Ankara Üniversitesinden bilim insanlarının yaptığı çalışma sonucu, Kuzey Anadolu Fay Hattı'nda uzak olmayan bir gelecekte 7,5 büyüklüğünde deprem beklendiği belirtilmektedir. Almanya merkezli Geomar Helmholtz Okyanus Araştırma Merkezi ise, fayın 7,1 ile 7,4 arasında bir büyüklükte deprem yaratmasının beklendiğini açıklamıştır. Bu beklentilerin 2030 yılına kadar gerçekleşme ihtimali ise %65 ile %42 arasında değişiklik göstermektedir. İstanbul'un demografik yapısı ve buna bağlı dönüşen arazi yapısı deprem konusunda korkutan bir manzarayı gözler önüne sermektedir. Aşırı ve plansız nüfus artışı, yurt içi ve yurt dışından alınan göçler, İstanbul'u sosyal ve ekonomik zarar görebilirliğin yüksek olduğu iller arasına taşımıştır (Özceylan ve Coşkun, 2012). İstanbul sahip olduğu ekonomik, sosyal, kültürel, eğitim vb. özellikler nedeniyle deprem riskine yönelik hazırlıklı olma hâlinin sağlanması gereken bir şehir olarak dikkat çekmektedir. Özhan Koçak ve Koçak (2016, s. 16), İstanbul'un Türkiye'nin diğer şehirlerinden ayıran en önemli özelliği olarak "küresel sermayeye eklemlenmesinde öncelikli bir konuma sahip olması, aynı zamanda neoliberal 'dünya kenti' kriterlerini taşıma potansi-

yeli"ni işaret etmiştir. Şehir, iktisadi büyüklük açısından dünyada 34. sırada yer almaktadır. İstanbul'un Türkiye açısından ekonomik olarak önemi bilinmektedir. Ekonomik boyutta sahip olduğu önemin yanı sıra İstanbul'un kültürel, sosyal, stratejik, eğitimsel, coğrafik, tarihî yönlerden de sahip olduğu önem İstanbul'a yönelik afet riski yönetiminin önemine gerekçe oluşturmaktadır. Tarihî, ekonomik ve sosyo-kültürel açılardan Türkiye için merkezî bir konum teşkil eden İstanbul dünyanın önde gelen şehirlerinden birisidir. 15 milyonu aşkın nüfusu ile sadece Türkiye'nin değil, Avrupa'nın en büyük şehri olup dünyanın en kalabalık şehirleri arasında da 16. sırada yer almaktadır. Coğrafi açıdan Avrupa ile Asya arasında bir köprü konumunda ve Karadeniz ile Akdeniz'i birleştiren bir noktada oluşu şehrin bin yıllar boyunca farklı kültür ve medeniyetlere ev sahipliği yapmasının ve stratejik açıdan önem taşımasının başlıca sebebidir.

Türkiye'de afet yönetim sistemi, afetle ilişkili yetki ve sorumlulukların tek bir çatı altında toplanması amacıyla 2009 yılında Başbakanlığa ve 2018 yılında ise İçişleri Bakanlığına bağlı olarak kurumsal boyutta Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)'ın birinci derece sorumlu olduğu bir yapılanmaya geçiş yapmıştır. Bu yapılanma sürecinde 1999 Marmara Depremi sonrasında takiben afet yönetiminde risk odaklı yaklaşıma doğru adımlar atılmaya başlanmış, uluslararası politikalara uygun düzenlemeler yapılmaya başlanmış ve stratejik planlama çalışmaları yürütülmüştür (Genç, 2023, s. 26). Bütünleşik afet yönetim sistemi yaklaşımını sürdürdüğünü belirten AFAD, illerde doğrudan valiye bağlı İl Afet ve Acil Durum Müdürlükleri ve 11 ilde bulunan Afet ve Acil Durum Arama ve Kurtarma Birlik Müdürlükleri vasıtasıyla çalışmalarını yürütmektedir (AFAD, 2024a). AFAD'ın afet yönetimine yönelik hazırladığı planlar, 2019-2023 Stratejik Plan, Türkiye Afet Mücadele Planı (TAMP), Türkiye Afet Risk Azaltma Planı (TARAP), Ulusal Radyasyon Acil Durum Planı (URAP) ve İl Afet Risk Azaltma Planı (İRAP)'dır. Sendai Çerçeve Belgesinde yer alan ve uluslararası kabul gören stratejik öncelikleri temel alan TARAP, "Afet risklerini en aza indirebilmek için afetler olmadan gerçekleştirilmesi gereken faaliyetleri bir süreç dâhilinde sorumluları ve sorumlulukları ile birlikte tanımlayan sürdürülebilir bir plan" (TARAP, ty) olarak tanımlanmıştır. İRAP İstanbul ise, temel amaç ve hedefler doğrultusunda farklı tehlike başlıkları altında eylemleri ve bu eylemlerin sorumlu kurum, destek kurum ve kuruluşlarınca izleme ve değerlendirmesinin nasıl yapılması gerektiği konusunda bilgi vermektedir (İRAP, ty). Söz konusu planlamalarda tüm kamu kuruluşları, özel sektör paydaşları ve üniversitelerin iş birlikleri öne çıkmaktadır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi ise İstanbul Deprem Master Planı, İstanbul Deprem Seferberlik Planı, Deprem Hızlı Müdahale ve Erken Uyarı Sistemi, Enkaz Yönetim Planı ve Depreme ilişkin ilçe kitapçıkları çalışmalarında bulunmuştur. Bu planlar, belediyenin AFAD, diğer yerel yönetimler, bağlı kuruluşlar ve iştirakleriyle çeşitli çalışmalarını içermektedir.

Amaç ve Yöntem

İstanbul depremi için bütünleşik afet yönetimi gereklilikleri doğrultusunda ilerlemek yüksek önem taşımaktadır (Yurtcanlı Duymaz & Kahveci, 2023). Buradan hareketle çalışma, Türkiye'nin afet risk yönetim planları çerçevesinde çeşitli çalışmalar yürüten kamu kurumlarının İstanbul depremi özelindeki hazırlıklarına odaklanmaktadır. Çalışma dâhilinde kamu kurumlarının deprem riskine ilişkin aldıkları kararlar, geliştirdikleri politikalar ve depreme yönelik yönetim stratejileri ile uygulamalarının saptanması amacına odaklanılmaktadır. Ek olarak, çalışmadan elde edilen verilerin bu çalışmanın üretildiği TÜBİTAK projesi kapsamında sunulacak risk iletişim modelinin geliştirilmesi amacına hizmet etmesi de amaçlanmıştır. Dolayısıyla çalışmanın hedefi, kamu kurumlarının deprem riskine ilişkin gerçekleştirdikleri faaliyetlere yönelik kapsamlı verilere ulaşmaktır. Bu doğrultuda çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

AS1. Kamu kurumları deprem hazırlığında hangi stratejik planları yürütmektedir? Kurumların kendilerine özgü stratejik planları bulunmakta mıdır?

AS2. Kurumların risk yönetimindeki iş birliklerinin kapsamı nedir?

AS3. Kurumsal sorumluluk ve kurumsal hazırlık kapsamı nedir?

AS4. Kurumlara göre İstanbul'da depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenler ve İstanbul depremi için alınması gereken en ivedi önlemler nelerdir?

Söz konusu araştırma soruları kapsamında çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile konuya ilişkin detaylı veriler toplanmıştır. Veri toplama aşamasına geçilmeden önce İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan etik kurul onayı (Tarih: 14.09.2021, Sayı no: 466219) alınmıştır. Görüşme yapılacak kamu kurumlarının belirlenmesinde benimsenen stratejiler ve veri toplama süreci aşağıda aktarılmıştır.

Çalışmanın İstanbul iline odaklanması nedeniyle araştırma evrenini, Bakanlıklara ve belediyelere bağlı müdahale ve koordinasyon birimleri, İstanbul'da faaliyet gösteren yerel yönetimler (kaymakamlıklar ve ilçe belediyeleri) ve belediye iştirakları oluşturmaktadır. Deprem paydaşlarının kurumlar arasındaki yönetim boyutlarını anlamak açısından önemli veriler sunacağı düşüncesinden hareketle, araştırmaya katılmayı kabul eden 16 kamu kurumunun temsilcileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşme talepleri, tüm kurumlara İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü aracılığıyla telefon yoluyla ulaştırılmış, ayrıca bu kurumlara bilgilendirme metni ve yarı yapılandırılmış görüşme soruları e-posta ile gönderilmiştir. Bu iletişim sürecinde deprem riskinin önemli paydaşları arasında yer alan telekomünikasyon şirketlerine de görüşme talepleri iletilmiş fakat olumlu bir sonuç elde edilememiştir.

Toplamda 16 kamu kurumuyla görüşme yapılmıştır. Her kurumdan bir kurum temsilcisi ile görüşülmüştür. Kurum ve kurum temsilcisi bulgular kısmında, Tablo 2'deki sıralamadan bağımsız olarak K1, K2, K3 ... K16 şeklinde isimlendirilerek anonimleştirilmiştir.

Tablo 2: Görüşülen Kurumlar Listesi

1	T. C. İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)
2	İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) Afet Koordinasyon Merkezi (AKOM)
3	İstanbul İtfaiyesi
4	İBB Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı
5	İstanbul Elektrik Tramvay ve Tünel İşletmeleri (İETT)
6	İstanbul Su ve Kanalizasyon Dairesi'nin (İSKİ)
7	Türkiye Elektrik Dağıtım A.Ş. (TEDAŞ) 5. Bölge Müdürlüğü
8	İstanbul İl Müftülüğü
9	Bağcılar Kaymakamlığı
10	Esenyurt Kaymakamlığı
11	Küçükçekmece Kaymakamlığı
12	Maltepe Kaymakamlığı
13	Bağcılar Belediyesi
14	Küçükçekmece Belediyesi
15	Üsküdar Belediyesi
16	Pendik Belediyesi

Veri toplama süreci tamamlandığında, araştırmacılar tarafından görüşmelerin transkripti gerçekleştirilmiş ve böylece veri seti oluşturulmuştur. Toplanan verilerin analizi için, metinsel konunun derinlemesine okunmasını, ilgili kısımlarının analitik kategoriler hâlinde yeniden düzenlenmesini ve analiz edilen metnin anlamları ve kullanımları ile ilgili yorumlar ve çıkarımlar oluşturulmasını içeren nitel yaklaşıma dayanan içerik analizi (Krippendorff, 2019, s. 410) tercih edilmiştir. Bu yaklaşımdan hareketle kodlama prosedürü yürütülürken Drisko ve Maschi'nin (2016, ss. 72-76) tümevarımsal yorumsayıcı içerik analizini ve çağrışımsal kodlamayı temel alan yol haritası dikkate alınmıştır. Buna göre, (1) Veri seti, araştırmacılar tarafından yinelenmeli olarak okunmuş ve geçici kod listeleri üzerinde çalışılmıştır. (2) Kod listesinin oluşturulması amacıyla depreme hazırlık noktasında öne çıkan bağlamların anlamını yansıtacağı düşünülen temalar konusunda uzlaşya varılması için bir oturum gerçekleştirilmiştir. (3) Uzlaşya varılan kod listesi doğrultusunda kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Kodlayıcılar kodlama süresince çeşitli etiketlemeler yaparak

ikinci uzlaşma oturumu için notlar almıştır. (4) İkinci oturumda tutarlılığı sağlamak amacıyla kod listesi, "stratejik plan", "iş birliği", "kurumsal hazırlık", "teknik ve altyapı sorunları", "olumsuz etkileyen en önemli etkenler ve ivedi önlemler" temaları bağlamında rafine edilmiştir.

Araştırmanın geçerliğini ve güvenilirliğini sağlamak üzere çeşitli stratejiler benimsenmiştir. Araştırma soruları deprem ve kamusal hazırlık ilişkisine odaklanan alanyazını dikkate alınarak oluşturulmuştur. Kodlamaların konu bağlamı gözeticiler tutarlılığının sağlanması amacıyla kod listesi araştırmacıların uzlaşması doğrultusunda yapılandırılmıştır. Ek olarak, araştırmacılar arasında kodlama süresince iki farklı oturum gerçekleştirilmiş ve kodlamanın söz konusu uzlaşma çerçevesinde tamamlanması sağlanmıştır. Bulgular yorumlanırken analiz edilen görüşmelerden doğrudan alıntılara yer verilmiş ve araştırma sonucu, ilgili alanyazınından referanslarla yorumlanmıştır.

Bulgular

Kamu kurumlarından temsilcilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda, kurumların depreme hazırlığa yönelik stratejik planları, diğer kamu ya da özel kurumlar, sivil toplum kuruluşları (STK), medya ve vatandaşlarla iş birlikleri, deprem konusundaki kurumsal hazırlıkları, kurum bazlı teknik ve altyapı sorunları, depreme hazır olma durumunu etkileyen olumsuz etkenler yönündeki ve İstanbul depremi için alınacak önlemlerde en etkili ve önemli unsurlara yönelik görüş ve değerlendirmeleri aşağıdaki başlıklar altında aktarılmış ve yorumlanmıştır.

Deprem Hazırlığına Yönelik Stratejik Plan

Afet riski yönetiminin ve iletişiminin temel bileşenlerinden biri olarak stratejik plan (Smith & McCloskey, 1998), riskin planlanması ve önlem alınması noktasında önem arz ederken, aynı zamanda kurumlarda demokratik, katılımcı, şeffaf bir yönetim ortamının sağlanması ve kurumun diğer tüm paydaşlarıyla kuracağı ilişkilerin de sağlam bir temele sahip olması açısından (Demirkaya, 2023, s. 6) kritik bir role sahiptir. Buradan hareketle katılımcıların depreme hazırlık noktasında çeşitli kurumsal stratejik planları benimsediği fakat bu stratejik planların ağırlıklı olarak merkezî planları kapsadığı tespit edilmiştir. Örneğin, K12, depreme özel bir stratejik plan hazırlamadıklarını, merkezî planlara entegre olduklarını iletmiştir. K1, kurumun deprem hazırlığına yönelik stratejik planının, merkezî planlara entegre olduğunu aktarmıştır. Ayrıca K1, bu planlara ek olarak kendi bünyelerinde hazırladıkları plan kapsamında yapılan çalışmaları, "deprem ve diğer afetlere ilişkin tehlike ve risk analizleri, risk azaltma eylem planları, kentsel dönüşüm proje uygulamaları, eğitim bilgilendirme çalışmaları" şeklinde ifade etmiştir. K7, kurumun deprem hazırlığına yönelik tüm stratejik planlarını, "Ulusal Deprem Stratejik Eylem Planı (UDSEP - 2023 Yol Haritası)" başlıklı plan doğrultusunda aktarmıştır. Bu planın, "depremlerin neden olabilecekleri fiziksel, ekonomik, sosyal, çevresel ve politik zarar ve kayıpları önlemek veya etkilerini azaltmak ve depreme dirençli, güvenli, hazırlıklı ve sürdürülebilir

yeni yaşam çevreleri oluşturmak” amacı taşıdığı belirtilmiştir. Benzer şekilde K2, stratejik planlarının Türkiye Afet Müdahale Planı’na (TAMP) entegre olarak her yıl güncellendiğini belirtmiştir. Ayrıca, TAMP içinde en çok aktif görev alan kurumlardan biri olduklarını ve yalnızca müdahale değil risk azaltmayı da kapsayan afet yönetiminin bütün aşamalarında olduklarını vurgulamıştır. K8, merkezî stratejik planlara çözüm ortağı olarak destek hizmetleri ile entegre olduklarını aktarmıştır. Üç farklı hizmet grubuna dâhil olarak bu planlarda faaliyet yürüttüklerini belirtmiştir. Yine, K13, ilgili bakanlığın verdiği sorumluluklar kapsamında hareket etmekte olduğunu belirtmiştir. Eylem planları dâhilinde bağlı buldukları birimlerin depreme ilişkin koordinasyon ve bilgi akışından sorumlu olduklarını iletmiştir. K11, İRAP ve TAMP dışında Kentsel Dönüşüm Stratejik Planı’nın varlığından söz etmiştir. Bu kapsamda depreme hazırlık faaliyetlerinin yürütülmekte olduğunu belirtmiştir. K6 ve K9, deprem hazırlığına yönelik stratejik planlarının bulunduğunu belirtmekle birlikte bu planın, faaliyet alanlarını kapsayan afet müdahale planı çerçevesinde yürütülen çalışmalarda, kamu kurum ve kuruluşlarının iştirakiyle 12 çalışma grubunun oluşturulduğunu aktarmıştır.

Öte yandan katılımcıların kuruma özgü hazırlanan ve deprem riski kapsamında yürütülen stratejik planlarının olmadığı ancak birtakım ek uygulamaların yürütüldüğü görülmektedir. Örneğin, K3, deprem hazırlığına yönelik kurum özelinde bir stratejik planın bulunmadığını belirtmiştir. Ek olarak, İl Afet Azaltma Planı’na (İRAP) entegre olduklarını ifade etmekle birlikte, olası İstanbul depremine ilişkin çeşitli etki odaklı projeler ve bir haberleşme planı üzerinde çalıştıklarını aktarmıştır. K9 ve K15, deprem hazırlığına yönelik kurum özelinde bir stratejik planlarının bulunmadığını, TAMP kapsamında her yıl güncellenen afet müdahale planına uyumlu çalışmalar yürüttüklerini belirtmiştir. K15, bu plana entegre biçimde arama kurtarma çalışma grubu planı, enkaz çalışma grubu planı ve hasar tespit çalışma gruplarının bulunduğunu ifade etmiştir. K5, kuruma özel depreme hazırlık çerçevesinde bir stratejik planlarının bulunmamasıyla birlikte, TAMP’a çözüm ortağı ve arama kurtarma noktasında destek çözüm ortağı olarak iki önemli görevle dâhil olduklarını aktarmıştır. Ayrıca İstanbul’da yaşanacak afetlerde kendi yönetim ve haberleşme sistemlerinin aktif olduğunu ve hızlı bir şekilde müdahale edebileceklerini belirtmiştir. K10, kurumun deprem hazırlığına yönelik özel bir stratejik planı bulunmadığını ifade etmiş ancak acil durum ve müdahaleye yönelik prosedürler ve yönetmelikleri bulunduğunu eklemiştir. Ayrıca, “kurumsal risk yönetimi kapsamında acil durumlar ve doğal afetlere yönelik riskler ve bu riskleri azaltmak için gerekli olan önlemler tanımlandığını, tüm riskler ve önlemlerin yılda en az bir kere gözden geçirildiğini” bildirmişlerdir. K16, deprem hazırlığına yönelik kurum özelinde bir stratejik planının bulunmadığını belirtmekle birlikte kurumun merkezî planlara entegre olduğunu vurgulamıştır. Depreme hazırlık amacıyla yapılan çalışmalarını ise şöyle ifade etmiştir:

“Toplanma alanları belirlenmiş, personellere eğitimler verilmiştir ve belirli dönemlerde tatbikatlar yapılmaktadır. Bu kapsamda arama

kurtarma ekibi oluşturularak ekip üyelerinin ilgili tüm eğitimleri tamamlaması sağlanmıştır. Ayrıca arama kurtarma ile ilk yardım faaliyetlerinde kullanılmak üzere kurtarma araçları ve kurtarma botu da mevcut durumdadır. Deprem toplanma alanlarının belirlenmesi ve tabelalandırma işlemleri ile bağlantılı olarak dijital ortamda sürekli güncellenmesi faaliyetleri yürütülmektedir.”

K14, deprem hazırlığına yönelik kurum özelinde bir stratejik planının bulunmadığını belirtmekle birlikte kurumun olası bir afete karşı hazırlık için hasarlı binaların tespiti, tatbikatlar, afet bilinci seminerleri, toplanma alanları, tahliye, barınma, enkaz kaldırma gibi afete ilişkin planlamalar ve çalışmaların yürütüldüğünü ifade etmiştir. Bunlara ek olarak, katılımcılardan yalnızca K4 kuruma özel stratejik plana yönelik detaylardan bahsetmiştir. K4, arama kurtarma ekiplerinin (bir arama kurtarma eğitilmiş köpek ve arama kurtarma aracını da içeren) bulunduğunu, bağlı buldukları birimlerin koordinasyonunda çalıştıklarını aktarmıştır. Ayrıca deprem hazırlıklarını ilgili ulusal ve yerel planlara uygun olarak planladıklarını belirtmiştir. K4'ün deprem konusunda uzman insan ve eğitilmiş hayvan gücünden yararlanmasının depreme hazırlık noktasında güçlendirici bir yönü oluşturduğu görülmektedir.

Kurumların Depreme Hazırlık Noktasında Diğer Kamu ya da Özel Kurumlar, STK'lar, Üniversite, Medya ve Vatandaşlarla İş Birliği

Kurumların beklenen İstanbul depremine yönelik hazırlıklarını kapsayan ifadelerinden yola çıkarak diğer kamu kurumları ya da özel kurumlar, sivil toplum kuruluşları, üniversite, medya ve vatandaşlarla kurdukları iş birlikleri tespit edilmiştir. Buna göre, kamu kurumlarıyla iş birliklerinin öne çıktığı görülmektedir. Örneğin, K10, merkezî kamu kurumları ve birimleriyle doğal afet ve acil durumlar için iş birlikleri yaptıklarını aktarmaktadır. Yine, K13, K4, K11 ve K8, iş birliklerini bağlı buldukları bakanlıklar ve yerel yönetimlerle yürüttüklerini belirtmiş ve kurumlar arası koordinasyonu da yeterli bulduklarını aktarmıştır. K5 ise kamuya bağlı müdahale ekipleriyle iş birlikleri yaptıklarını aktarmıştır.

Kurumların iş birliğini içeren çalışmalarına bakıldığında bu çalışmaların ağırlıklı olarak eğitimler ve tatbikatlar çerçevesinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Bu durumu öne çıkarır biçimde, K16, her yıl yenilenen planlama ile tüm yıl boyunca kamu ve özel kurumlarda temel afet bilinci eğitimleri vermekte ve deprem tatbikatları gerçekleştirmekte olduklarını aktarmıştır. Ayrıca kurumun yayın organlarından belirli periyotlarda depremlere hazırlık eğitimleri içeren videoların yayınlandığını ve bilgilendirme sms'leri atıldığını belirtmiştir. Bir STK ile imzaladıkları protokol ile faaliyet alanlarında ikamet eden vatandaşlardan mahalle afet gönüllüsü ekipleri oluşturulduğunu belirten K16, kurumlar arası koordinasyonun yeterli olduğunu ve fakat daha da iyi olması için karşılıklı fikir alışverişinde olduklarını vurgulamıştır. K1, 2022 yılı içerisinde çeşitli yaş gruplarında yaklaşık 50 bin kişiyle afet farkındalık etkinlik ve eğitimleri düzenlediklerini ve bu çalışmaların devam ettiğini aktarmıştır.

K14, iş birliğine dair çalışmalarını, çeşitli kurumlarda yapılan tatbikatlar olarak aktarmakta ve kurumlar arası koordinasyonu yeterli bulmaktadır. Benzer şekilde, K12, merkezî kamu kurumlarıyla iş birliği sağlayarak okullarda eğitimler verildiğini belirtmekte ve kurumlar arası koordinasyonu yeterli bulmaktadır. K5, arama kurtarmada faaliyet gösteren kurum ve STK'lar ile eğitim ve tatbikatlar düzenleme konusunda iş birliklerinin mevcut olduğunu belirtmektedir. K15 ise kurumlar ve okullarda arama kurtarma, yangın, afet bilinci eğitimleri verilmekte olduğunu aktarmıştır. Koordinasyonun ise faaliyete yönelik yazılı süreçlerle sağlandığı belirtilmiştir.

Tüm bunların yanı sıra, etkili ve bütünlük risk yönetiminin kamu yetkilileri, kamu görevlileri, medya, özel sektör ve sivil toplumun topluluk, ulusal ve bölgesel düzeylerde iş birliği yapma biçimi ile doğrudan ilişkili olduğu (UNDP, 2025; Wouter Botzen vd., 2019) düşünüldüğünde katılımcılardan yalnızca K7, K9 ve K6'nın özel sektör, üniversiteler ve vatandaşlarla ve K6'nın medya ile iş birliği içinde olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, K7, en geniş iş birliği ağına sahip olan kurumlardan biri olduğunu vurgularken, kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, üniversiteler ve STK ile pek çok çalışma yürüttüklerini ifade etmiştir. K3, depreme ilişkin çalışmalarının yanı sıra bilim insanları ile aktif bir proje yürüttüklerini ifade etmektedir. K9, diğer kamu ya da özel kurumlar, STK'lar, medya ve vatandaşlarla depreme hazırlık amaçlı yürüttükleri çalışmalardan bahsetmektedir. Bu çalışmaların genel olarak personel çalıştıran tüm iş yerlerine sivil savunma planları hazırlanması ve takibi, vatandaşlar için temel afet bilincine yönelik afişler yapılması ve broşür dağıtılması, okullarda deprem anı ve tahliye tatbikatı şeklindedir. K6, diğer kamu ya da özel kurumlar, STK'lar, medya ve vatandaşlarla depreme hazırlık amaçlı çeşitli çalışmalar yürüttükleri belirtmiş fakat bu çalışmaları detaylandırmamıştır.

Diğer yandan, katılımcıların kurum içi ve kurumlar arası iş birliğini yetersiz bulduğu görülmektedir. Örneğin, K2, deprem risk azaltma çalışmalarına ilişkin olarak deprem eğitiminde farklı kurumlarla iş birlikleri yaptıklarından söz ederken depreme hazırlık noktasında kurum içi ve kurumlar arası iş birliğinin yetersiz olduğunu aktarmıştır. Kurumlar arasındaki koordinasyon eksikliğini birlikte çalışma kültürünün yaygın olmamasına dayandırmıştır. Bu noktada, depreme dirençli kamu yönetimi için kurum içindeki eğitimlerin, farkındalıkların sürdürülebilir biçimde ilerlemesi gerektiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra K1, "Afet riski taşıyan metropolümüzün sürdürülebilir bir afet dirençliliği kazanması için daha yoğun bir iş birliğine ve daha iyi bir koordinasyona ihtiyaç duyuyoruz" ifadesiyle deprem paydaşları arasındaki koordinasyonu yetersiz olarak değerlendirmektedir. Nitekim K5, kurumlar arasındaki iş birliğinin yeterli olabilmesi için deprem konusunda faaliyet gösteren kurumların birbirlerinin imkân ve yeterliliklerinden haberdar olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu anlamda kurumların sahada daha geniş tatbikatlarla iş birliğinde olmasının önem arz ettiğini vurgulamaktadır.

Kurum Çalışanlarının Depreme Hazırlığı/ Deprem Konusunda Kurumsal Hazırlık

Kamu kurumlarının depreme yönelik kurumsal hazırlıklarına bakıldığında,

hazırlıkların ağırlıklı olarak personel eğitimleri ve kurum içi iletişim ve haberleşme çerçevesinde ilerlediği görülmektedir. Örneğin, K7, kurumdaki tüm çalışanları, depreme yönelik bilgilendirme ve hazırlıklı olma konusundaki çalışmalarını, "Tüm personelimize oryantasyon başta olmak üzere hazırlayıcı, mesleki, kişisel gelişim, afet bilinci, ilk yardım vb. eğitimler verilmekle beraber her yıl içerisinde hizmet içi eğitimlerde gerçekleştirilmektedir." şeklinde aktarmaktadır. Depreme hazırlık noktasında kurumsal iletişim için ise kurumun belirli bir standarda sahip olarak, tüm personelin olası bir afet sonrasında haber beklemeksizin görev yerlerine gelmesini sağladığını ve bunun yanı sıra telsiz, telefon, SMS vb. gibi iletişim kanallarının da mevcut olduğunu belirtmiştir. K8, afet farkındalık eğitimleri ve tatbikatların gerçekleştirildiğini iletmiştir. K2, kurum personeline gerekli eğitimlerin verildiğini fakat eğitimlerde sürekliliğin oldukça önemli olduğunu ve kurumdaki personel sayısı göz önünde bulundurulduğunda eğitimlerin sürekli olmamasının, bu eğitimlerin fayda sağlamasına bir engel oluşturduğunun da altını çizmiştir. Aynı zamanda sadece kurum bünyesindeki personele değil, personellerin ailelerine de deprem eğitimi verilmesi gerektiğini aktarmıştır. Ayrıca, kurumlar arası ve kurum içi iletişimin uydu telefonları ve telsizlerle sağlanmasını planladıklarını belirtmiştir. K1, kurumsal hazırlıklarını, merkezî planlar kapsamında yürüttüklerini ve ayrıca kurum bünyesinde temel afet bilinci eğitimleri verdiklerini aktarmıştır. K10, tüm çalışanların aktif olarak kullandığı uzaktan eğitim sistemi aracılığıyla depreme yönelik bilgilendirme eğitimini tamamladığını, tüm hizmet binalarında ve garajlarda yangın ve deprem tatbikatları yapıldığını belirtmiştir. Kurumsal iletişim noktasında ise tüm çalışanlara anlık olarak bilgilendirme yapılabilecek sms ve e-posta altyapıları olduğunu aktarmıştır. K3, personel eğitimi için çalışmalarının ve kurumsal iletişim planlarının bulunduğunu aktarmıştır. K5, İstanbul'da yaşanacak afetlere anında müdahale etme noktasında tüm personelini bilgilendirdiğini ve eğitimlerinin tamamlandığını, dolayısıyla her bir personelin görev ve sorumluluklarının bilincinde olduğunu aktarmıştır. Kurum içi iletişimde telsiz sisteminden faydalandığını ve afet anlarında kurum içinde iletişimden kaynaklı sorun yaşanmayacağını belirtmiştir. K13, kurumsal hazırlık noktasında gerekli bilgilendirmelerin ve eğitimlerin yapıldığını, özel şirketlerle bir iletişim ağının da mevcut olduğunu belirtmiştir. K15, kurum çalışanlarının afet farkındalık eğitimleri aldıklarını, kurumsal iletişim noktasında ise afete yönelik ulusal planlar kapsamında görevlendirmelerin yapıldığını belirtmiştir. K11, kurumda çalışan personellerin bilgilendirildiğini, tatbikatların ve eğitimlerin yapıldığını ayrıca görev ve sorumlulukların da paylaşıldığını belirtmiştir. Kurum içi iletişim konusunda kurum bünyesindeki bir hizmet biriminin iletişim açısından tatbikatlarını yaptıklarını eklemiştir. K4, kurumsal hazırlık noktasında tüm personelin deprem eğitimlerinin tamamlandığını, personellerin görev ve sorumlulukların bilincinde olduğunu ve kurum içi iletişimin yapılandırıldığını aktarmıştır. Kurumlar arası iletişimde ise kendi inisiyatifleri doğrultusunda WhatsApp grupları oluşturduklarını belirtmiştir. Ayrıca merkezî koordinasyon kurumları ile uydu telefonu ve telsizler ile iletişim kurduklarını ifade etmiştir. K16, kurum personellerine temel afet bilinci eğitimleri verildiğini, afetler anında koordineli bir çalışma yürütmek maksatlı perso-

nel görevlendirmeleri planlamalarının olduğunu aktarmıştır. Deprem sonrası kurum içi iletişimin ise belirlenen görevli grup amirlerinde bulunacak olan telsiz iletişim ağı, çeşitli anonslar ile yürütülmesinin planlandığı belirtilmiştir. K14 ise, kurum personellerine uzaktan eğitimler verildiğini, bunun dışında çalışmalarının olmadığını belirtmiştir. Kurum içi iletişim noktasında ise WhatsApp gruplarının olduğunu aktarmıştır.

Öte yandan, katılımcılardan yalnızca K5, K12, K6 ve K9'un kurumsal hazırlıkta iş birliğine yönelik bildirimlerde bulunduğu görülmüştür. K5, kurumlar arası iletişimde özellikle STK'lar ve diğer kurumlar ile koordinasyonsuzluk örneği vererek düzensizliklerin söz konusu olduğunu ifade etmiştir. Haberleşme açısından bir çatı mekanizması olarak iletişim ağının olması gerektiğini vurgulamıştır. K12, kurumdaki personellerin koordine edildiğini, eğitim verilmesi noktasında faaliyet bölgesindeki kurumların, muhtarların, STK'ların görev ve sorumluluklarının paylaşıldığını ve bu anlamda kurumun hazırlıklarının yeterli olduğunu belirtmiştir. K6 ve K9, mahalle muhtarlıklarında afet durumunun oluşmasına müteakip kurulması planlanan mahalle irtibat ofislerindeki kolluk kuvveti personelleri ve diğer çalışma grupları temsilcileri ile faaliyet alanlarındaki afet koordinasyon merkezinde bulunan telsiz sayesinde iletişim kurulacağını aktarmıştır.

Depreme Hazır Olma Durumunu Olumsuz Etkileyen Kurum Bazlı Teknik ve Altyapı Sorunları / Durumları

Katılımcıların depreme hazırlıklarını etkileyen kurum bazlı teknik ve altyapı durumlarına bakıldığında K3, K13, K8, K4 ve K12'nin depreme hazırlık noktasında teknik/altyapı sorunlarının bulunmadığı görülmüştür. İlaveten, K15'in teknik/altyapı sorunlarının olmamasıyla birlikte depreme hazırlık noktasında teknolojik donanım amaçlı çalışma olarak haberleşmeye dayalı takip sistemlerinin olduğu aktarılmıştır. Benzer şekilde K7, teknik konularda eksiklerinin bulunmadığını ancak mevcudu geliştirme hususunda hem teknik/altyapı unsurlarını hem de teknolojik donanımı geliştirici proje ve çalışmalarının devam etmekte olduğunu belirtmiş; K1 ise kurum özelinde teknik/altyapı sorunlarından söz etmemekle birlikte pek çok kurum ve kuruluşun konuya ilişkin planlama ve koordinasyonunun önemini vurgulamıştır. Yine, K16, depreme hazırlanmada, kurumun teknik/altyapı sorunları olmadığını belirtmiştir. Depreme hazırlık noktasındaki teknolojik donanımları ise, "Arama kurtarma çalışmalarını en hızlı ve güvenli şekilde yürütebileceğimiz son teknoloji cihazlar, tıbbi müdahale ekipmanları, toplanma ve barınma alanlarındaki ihtiyaçlarına göre kullanılacak ekipmanlar gibi teknolojik donanıma sahip ve bu ekipmanları kullanma kapasitesine sahip eğitilmiş personellerimiz mevcuttur." şeklinde aktarmıştır.

Öte yandan diğer katılımcıların ulaşım, haberleşme, personel istihdamı, ruhsatsız yapılanma gibi teknik/altyapı sorunlarından bahsettiği görülmektedir. Örneğin, K2, olası İstanbul depreminde ulaşım altyapısının problem yaratacağını aktarmıştır. Ayrıca afet eğitimlerini toplum açısından daha etkili hâle getirecek teknik/altyapı donanımların yetersizliğine vurgu yaparak tatbikatlar için kullanıl-

cak simülasyon merkezlerinin kurulması gerektiğini vurgulamıştır. Bağlantılı kurumların tüm telsiz sistemlerini tek çatı altında toplama amacı taşıyan sayısal telsiz projesinin tamamlanmasına yönelik çabalara dikkati çekmiştir. K10, mevcut binalarda sığınak bulunmadığını ve deprem anında ve sonrasında oluşabilecek trafik ve yolların kapanması gibi problemlerin teknik anlamdaki en büyük altyapı problemlerinin başında geldiğini belirtmiştir. Ayrıca K10, kurumun deprem hazırlığına yönelik teknolojik donanım amaçlı çalışmaları ise şu sözlerle ifade etmektedir:

“Deprem ve doğal afetler anında kullanılmak üzere radyolink altyapısı, telsiz ve uydu telefonu altyapısı bulunmaktadır. Ayrıca iş sürekliliğini sağlamak üzere internet altyapısı yedekli olarak konumlandırılmıştır. Tüm takip ve koordinasyon yazılımlarının da sekteye uğramadan çalışabilmesi için sunucular felaket kurtarma merkezinde yedeklenmiş durumdadır.”

K5, yenilenecek teknolojik ürünleri sahada deneyerek kullanmak zorunda kaldıklarını ve dolayısıyla müdahale oldukça sorunları tespit edebildiklerini aktarmıştır. İlgili alandaki bir kamu personelinin tüm sosyal olayları deneyimleyerek alanında uzmanlaşmış olmasının yaklaşık beş yılda tamamlandığını ve İstanbul’un hızlı nüfus artışına bağlı olarak asıl sorunun, personel istihdam yetersizliği konusunda olduğunu belirtmiştir. K6 ve K9, depreme hazırlanma noktasında, ulaşım ve iletişimden kaynaklanan sorunları vurgulamaktadır. K9, kuruma ilişkin teknik ya da diğer altyapı sorunlarını şu şekilde detaylandırmıştır:

“Olası bir depremde toplanma esnasında kara yollarında öngörülen çökme, bina devrilmesi sebebiyle oluşabilecek yol kapanmalarında koordinasyon kurul üyelerinin ulaşım sorunları sebebiyle afete müdahalenin gecikmesi ve afet anında ve sonrasında kullanılmak üzere tarafımıza iletişim için tahsis edilen telsiz sisteminin iletişim antenlerinin ve istasyonlarının zarar görme ihtimali üzerine iletişim kesintilerinin yaşanması.”

K14, depreme hazırlanmada, kuruma ilişkin teknik ya da altyapı sorununu, kuruma özel kurulan birimin eksiklerinin tamamlanmamış olması olarak aktarmıştır. K11 ise teknik/altyapı sorunlarını hisseli parsel sahipliğindeki anlaşmazlıklar olarak önceliklendirmiştir. Bunun yanı sıra, kaçak ruhsatsız yapılanma sorunları olduğunu da eklemiştir.

İstanbul’da Depreme Hazır Olma Durumunu Olumsuz Etkileyen En Önemli Etken(ler) ve Alınması Gereken İvedi Önlemler

Kurumlar için İstanbul’da depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenlere bakıldığında deprem dirençli olmayan riskli yapıların öne çıktığı görülmektedir. Nitekim, K6, K7, K13, K8 ve K10 depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkeni, bina stoklarındaki riskler olarak aktarmıştır.

Riskli yapılara ek olarak, K8 ve K10; ulaşım kaynaklı problemlerden, kaçak yapılanmalardan ve bu sorunlara üretilecek çözümlerde tüm tarafların önceliği depreme yönelik güçlendirmeye vermemesinden bahsetmektedir. Bunların yanı sıra, K1, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenleri, Birleşmiş Milletler UNDRR tarafından hazırlanmış Sendai Afet Risk Azaltma Çerçevesinde afet riskini azaltmaya yönelik 10 temel kriterin uygulanmaması, afet riski taşıyan metropollerin sürdürülebilir bir afet dirençliliğine sahip olmaması şeklinde sıralamıştır. K2, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenin temel olarak deprem hakkında öğrenilenleri tutarlı ve sürekli hâle getirecek mekanizmanın olmaması şeklinde ifade etmiştir. Bunun yanı sıra diğer etkenleri, deprem dirençsiz yapılar, denetimsizlik ve deprem eğitiminin yetersizliği şeklinde sıralamıştır. K3, kalabalık, trafik ve hazırlık çalışmalarına yönelik kaynak aktarımındaki yetersizlikleri depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenler olarak aktarmıştır. K9, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli unsur, çalışma gruplarındaki görevli personel hareketleri (tayin görevlendirme vb.) olarak belirtmiştir. Benzer şekilde K15 de kurumsal etkenleri öne çıkararak depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkeni, kurumlar arası yetki karmaşası olarak aktarmıştır. K4, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenleri, engelleyici kanuni düzenlemelerin yetersizliği, uzun bürokratik süreçlerin -konut dokunulmazlığı kanunu vb.- olduğunu vurgulamıştır. K14 ise, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkenin nüfus artışı olduğunu belirtmiştir.

Diğer yandan katılımcılar arasında vatandaşlarla ilişkilenen etkenlerin de öne çıktığı tespit edilmiştir. Örneğin, K16, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli unsurun, toplumun gündelik yaşam rutininde afetlere hazırlık konusuna daha az yer vermesi olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple, daha fazla kişiye ulaşarak eğitimlerin sürekli tekrarlanması ve halkın ciddiyetle hazırlıklarını yapması konusunda medya yoluyla düzenli hatırlatmalar yapmanın faydalı olacağını aktarmıştır. K12, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkeni, depreme yönelik eğitimsel ve kültürel duyarsızlık olarak aktarmaktadır. Bu kapsamda toplumun tatbikatlara karşı direnç gösterdiğini belirtmiştir. K11, depreme hazır olma durumunu olumsuz etkileyen en önemli etkeni, kentsel dönüşüm ve toplum bilgilendirme faaliyetlerine rağmen vatandaştan yeterli ölçüde reaksiyon alınmaması şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılara göre beklenen İstanbul depremine karşı alınması gereken ivedi önlemler de aktarılan etkenlerle ilişkili olarak ifade edilmiştir. Nitekim, K2, ivedi önlemleri, bina stokunun yenilenmesi, eğitim, planlama ve deprem bilincinin sağlanması, iletişimsel ağın tamamlanması (afetlerde en çabuk kopan ve en acil ihtiyaç, eğitim) olarak sıralamıştır. Benzer şekilde K13 ve K5 de yapı stokunun yenilenmesi gerekliliğini aktarırken bu yenilemelerle birlikte kurallara uygun denetimin de altını çizmiştir. K12 ise, yapı denetiminin zorunlu tutulmasını vurgulamıştır. Ayrıca eğitimlerin önemli olduğunu, ders gibi zorunlu biçimde topluma öğretilmesi gerektiğini de eklemiştir. Diğer yandan K4, İstanbul'da yaşayanların farklı vergilendirmelere tabi tutulması gerektiğini ve nüfusun azaltılmasının önemli old-

uğunu aktarmıştır. K11 ise, öncelikle insanların bilinçlendirilmesi, yapıların güçlendirilmesi ve rantın önüne geçilmesi (rantın itici güç olması) gerektiğini aktarmıştır.

Sonuç

Çalışma kapsamında, beklenen İstanbul depreminin yıkıcı etkilerini önlemeye ve azaltmaya yönelik olarak kamu kurumlarının mevcut hazırlık ve planlama süreçlerinin tespit edilmesinin, bu süreçlerdeki eksikliklerin ve geliştirilebilir yönlerin ortaya konması açısından önem arz ettiği düşüncesinden hareketle, İstanbul'da hizmet veren 16 kamu kuruluşundan temsilcilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşülen kurumların neredeyse tamamı, depreme hazırlık konusunda Türkiye Afet Müdahale Planı-TAMP, İstanbul İl Afet Risk Azaltma Planı-İRAP ve Türkiye Afet Risk Azaltma Planı-TARAP olmak üzere 3 merkezî plana atıf yapmakta ve deprem konusundaki çalışmalarını bu planlara entegre şekilde yürüttüklerini iletmektedir. Bunun yanı sıra katılımcı kurumlardan bazılarının, depreme yönelik görev ve sorumlulukları dâhilinde merkezî birimler tarafından akredite olan kurum personelleri ve gönüllülerini kapsayan arama kurtarma planlarının bulunduğu dikkat çekmektedir. Merkezî planlar dışında kendi özel planlarına yönelik çalışmalar sürdürdüğünü ifade eden kurumların, bu çalışmalarının merkezî planların çerçevesinden uzaklaşmadığını söylemek mümkündür. Ek olarak söz konusu çalışmalar, hasarlı binaların tespiti, tatbikatlar, afet bilinci seminerleri, toplanma alanlarının düzenlenmesi, tahliye, barınma ve enkaz kaldırma şeklinde özetlenebilmektedir. Bu noktada, kamu kurumlarındaki stratejik planların kapsamı ve faaliyet alanları ile ilişkisi noktasında yetersizlikler olduğundan söz etmek mümkündür. Ek olarak, genel olarak kurumların görev ve sorumluluklarının da bu merkezî kurumlardan aldıkları görev ve sorumluluklar çerçevesinde belirlendiğini söylemek olanaklıdır. Ancak, Demirkaya'nın (2023, s. 6) da belirttiği gibi, risk temelli proaktif yönetim için depreme hazırlık, kentsel dönüşüm, bina güçlendirme, imar düzenlemeleri, deprem bilinç ve farkındalığı faaliyetleri, bilimsel çalışmalar, depreme hazırlık inovasyon projeleri gibi konular stratejik planlar için önemli başlıklar olarak yer almaktadır. Bu bakımdan, kurumların söz konusu planlamalar doğrultusunda kurum içinde ve iş birliklerinde yürüttükleri faaliyetlerin ağırlıklı olarak eğitim ve tatbikatlar ile sınırlı olması da dikkate değer biçimde öne çıkmaktadır. Diğer yandan özel sektör, bilim insanları (üniversiteler), STK'lar ve vatandaşlarla yürütülen iş birlikleri, kurumların aktardıkları hazırlık süreçlerinde etkili unsurlar olarak konumlanmamaktadır. Dahası, medya, söz konusu süreçlerde iş birliği hâlinde olunan paydaşlardan biri olarak değerlendirilememektedir. Bu noktada, toplumları tehlikelerden korumak ve afet risklerine karşı savunmasızlıklarını en aza indirme anlayışından yola çıkılarak oluşturulan afet riskinin bütüncül bir çerçevede ele alınması gerekliliğinin vurgulanması mühimdir. Zira, bu bütüncül çerçeve, stratejik planların tüm paydaşlarca içselleştirilmesini gerektirmekte (Zubir & Amirrol, 2011) ve dolayısıyla medya, sivil toplum ve vatandaşlar gibi aktörleri doğrudan ilgilendirmektedir. Nitekim bu gerek-

lilik, katılımcıların faaliyet gösteren birimler ve taraflar arasındaki koordinasyonunu yeterli bulmaması dolayısıyla kurum kültürünün ve koordinasyon bilincinin geliştirilmesine ihtiyaç duyduğu değerlendirilmeleriyle de ilişkilidir.

Depreme kurumsal hazırlık yönünden tüm kurumlar, kurum içi iletişim de dâhil olmak üzere personellerin deprem konusunda bilgilendirilmesi ile görev ve sorumlulukların dağıtımını noktasında hazırlıklı olduklarını aktarmıştır. Görüşülen kurumlar içerisinde müdahale faaliyetleri yürüten kurumların, uydu telefonu, telsiz gibi kurum içerisinde iletişimi sağlayacak iletişim yöntemlerinin bulunduğu anlaşılmıştır. Kurumlar, kendi bünyesinde iletişimin nasıl sağlanacağı konusunda yapılandırılmış planlarının olduğundan bahsetmektedir. Afet sonrasında ise merkez müdahale ve koordinasyon birimlerinin iletişimin yönetiminde sorumluluğun büyük bir bölümünü üstlenmiş olduğu görülmektedir. Kurumların kendi aralarındaki uydu telefonu ve telsiz haricindeki iletişim kanallarının neredeyse tamamına yakınının internet sağlayıcıları üzerinden gerçekleştiği de tespit edilmiştir.

Depreme hazırlanmada kurumların aktardığı teknik/altyapı sorunları, planlama ve koordinasyon konusundaki sorunlar, yasa temelli sorunlar, ulaşımdan kaynaklanacak sorunlar, sığınak ve toplanma alanı yetersizlikleri ve iletişimsel problemler şeklinde sıralanmıştır. Kurumların değerlendirmesine göre, İstanbul depremine hazır olma durumunu olumsuz etkileyen unsurlar genel olarak riskli yapı stoku, depreme karşı toplumsal duyarsızlık/deprem kaderciliği, ekonomik/rantsal sebepler ve aşırı nüfus artışıdır. Ek olarak, görüşülen tüm kurumlar, depreme yönelik alınacak önlemlerin depremlerin oluşturacağı zararları ortadan kaldıracığı konusunda hemfikirdir. Kurumların değerlendirmesine göre, İstanbul depremi için alınması gereken ivedi önlemler ise yapı stokunun yenilenmesi, deprem dirençli şehir planlaması, toplum bilincinin geliştirilmesi ve iletişimsel/organizasyonel ağın tamamlanmasıdır.

Araştırma bulguları, çalışmada aktarılan deprem risk yönetişimine yönelik unsurların önemini vurgular niteliktedir. Bu bağlamda kurumların organizasyon yapılarındaki dikey iletişimde bir sorun görülmemekle birlikte, kurumlar arası yatay iletişimde her kurumun sahip olduğu farklı bürokratik süreçler sebebiyle engeller olduğu söylenebilmektedir. Diğer yandan kurumlar arası iş birliklerinin eğitim ve tatbikat ile sınırlı olmaktan öteye geçemediği, kamu kurumlarının medya ve sivil toplum kuruluşları gibi depremin diğer paydaşlarıyla kurduğu diyalogun minimum seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Bu tespitler, kamu kurumlarının koordinasyonu ve iletişimi önceleyen ve depremin tüm paydaşlarını gözetken bir yaklaşıma sahip olmasının beklenen İstanbul depremi açısından büyük oranda önem arz ettiğini göstermektedir. Çünkü, etkili ve bütüncül bir risk yönetimi çerçevesinde depreme karşı toplum direncini artırmak, deprem sonrası etkileri en aza indirmek açısından kritik bir role sahiptir. Bu bakımdan deprem risk yönetimi stratejileri ve uygulamalarının yönetim unsurlarını kapsayan proaktif modellerle iyileştirilmesine ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle, gelecek araştırmalar için kurumlar arası iletişimdeki bürokratik engellerin nedenlerini inceleyen, eğitim ve tatbikatlarla sınırlı kalan iş birliklerinin daha geniş kapsamlı ve sürdürülebilir modellerle

nasıl geliştirilebileceğine odaklanan, kamu kurumlarının medya ve STK gibi deprem risk yönetimindeki diğer paydaşlarla diyalogunu artırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesini içeren çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Ek olarak, toplumsal farkındalık ve eğitim programlarının deprem risk yönetimi üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalara ve bu programların nasıl daha etkili hâle gelebileceğini içeren çözüm önerilerine de ihtiyaç olduğunun altını çizmek gerekmektedir.

Kaynakça

- AFAD. (2024a). AFAD ve tarihçesi. <https://www.afad.gov.tr/afad-hakkinda>
- AFAD. (2024b). Türkiye Afet Müdahale Planı. <https://www.afad.gov.tr/turkiye-afet-mudahale-plani#>
- Alam, E. & Ray-Bennett, S. N. (2021). Disaster risk governance for district-level landslide risk management in Bangladesh. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59, <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102220>
- Ainuddin, S., Aldrich, D. P., Routray, J. K., Ainuddin, S., & Achkazai, A. (2013). The need for local involvement: Decentralization of disaster management institutions in Baluchistan, Pakistan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 6, 50–58.
- Azimli Çilingir, G. & Örçen Güler, İ. (2020). Afet politikalarında risk unsuru ve afet mevzuatında risk yönetimi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 152-165.
- BBC. (2019). 17 Ağustos Depremi: 1999 ve sonrasında neler yaşandı, kaç kişi hayatını kaybetti? <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-49322860>
- Boztepe, H. (2013). Halkla ilişkiler perspektifinden güven kavramı: Katılımcılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin kamu kurumlarına yönelik güvenin oluşmasındaki rolü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 45, 53-74.
- Boztepe, H. (2014). *Kamusal halkla ilişkiler*. Derin Yayınları.
- Chong, N. O. and Kamarudin, K. H. (2018). Disaster risk management in Malaysia: Issues and challenges from the perspective of agencies. *Planning Malaysia Journal*, 16(5). <https://doi.org/10.21837/pmjournal.v16.i5.415>
- Covarrubias, P. A. & Raju, E. (2020). The politics of disaster risk governance and neo-extractivism in Latin America. *Politics and Governance*, 8(4), 220–231.
- Demirkaya, Y. (2024). Dirençli şehirler: Risk temelli proaktif yönetim. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 1-7.
- Drisko, W. J. & Maschi, T. (2016). *Content analysis*. Oxford University Press.
- Dowrick, D. (2003). *Earthquake risk reduction*. John Wiley & Sons.
- Freddi, F., Galasso, C., Cremen, G., Dall'Asta, A., Di Sarno, L., Giardalis, A., ... Woo, G. (2021). Innovations in earthquake risk reduction for resilience: Recent advances and challenges. *International Journal of Disaster Risk Reduc-*

tion, 60, 102267. doi:10.1016/j.ijdr.2021.102267

- Genç, N. F. (2023). 6 Şubat Kahramanmaraş depremleri ve Türkiye’de afet yönetim sistemi. Tesam Strateji. <https://tesam.org.tr/wp-content/uploads/2023/03/Fatma-Neval-Genc.pdf>
- Hill, S. L., Armitage, D., Collins, M. A. & Pittman, J. (2023). Principles for the consideration of intersectionality in place-based disaster risk governance in islands. *Sustainable Development*, <https://doi.org/10.1002/sd.2684>
- Ibrion, M. (2018). Earthquake culture: A significant element in earthquake disaster risk assessment and earthquake disaster risk management. V. Svalova (Ed.), *Risk assessment* (ss. 43-60). IntechOpen.
- İRAP (ty). İl Afet Risk Azaltma Planı- İstanbul. https://istanbul.afad.gov.tr/kurumlar/istanbul.afad/PDF-Dosyalar/irap_istanbul.pdf
- Kocalar, C. A. (2023). Kriz yönetiminden önce risk yönetiminin önemi. M. Öztürk & M. Kırca (Eds), *Kahramanmaraş merkezli depremler sonrası için akademik öneriler* (ss. 3-23). Özgür Yayınları.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Lavell, A., & Maskrey, A. (2014). The future of disaster risk management. *Environmental Hazards*, 13(4), 267-280.
- Lidskog, R. (2008). Scientised citizens and democratised science. Re-assessing the expert-lay divide. *Journal of Risk Research*, 11(1), 69-86.
- Mendes, M. J., Kalonji, G., Jigyasu, R. & Chang-Richards, A. (2021). *Strengthening disaster risk governance to manage disaster risk*. Elsevier.
- O’Keefe, P., Westgate, K. & Wisner, B. (1976). Taking the naturalness out of natural disasters. *Nature*, 260, 566-567.
- Okada, N. (2004). Urban diagnosis and Integrated Disaster Risk Management. *Journal of Natural Disaster Science*, 26(2), 49-54.
- Opperhuizen, E. A., Pagiotti, S. & Eshuis, J. (2020). The roles of news media as democratic fora, agenda setters, and strategic instruments in risk governance. *Journal of Risk Research*, 24(12), 1517-1531.
- Oral, M., Yenel, A., Oral, E., Aydin, N. & Tuncay, T. (2015), Earthquake experience and preparedness in Turkey. *Disaster Prevention and Management*, 24(1), 21-37.
- Özler, M. (2021). Kamu yönetimi bağlamında afete dirençli toplum ve bütün-

- leşik afet risk yönetimi. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(3), 901-917.
- Pal, I. & Routray, J.K. (2021). Disaster risk governance and management: An Asian perspective. Thakur, B., Thakur, R.R., Chattopadhyay, S., Abhay, R.K. (eds). Resource management, sustainable development and governance. sustainable development goals series (ss. 75-88). Springer.
- Rijal, S., Adhikari, S., & Shrestha, A. (2020). Guiding documents for disaster risk reduction and management in health care system of Nepal. Journal of Nepal Medical Association, 58(230). <https://doi.org/10.31729/jnma.5041>
- Shaw, R., Shiwaku, K., Kobayashi, H. & Kobayashi, M. (2004) Linking experience, education, perception and earthquake preparedness. Disaster Prevention and Management: An International Journal, 13(1), 39-49.
- Shi, P. (2012). On the role of government in integrated disaster risk governance—based on practices in China. International Journal of Disaster Risk Science, 3(3), 139-146.
- Sigmund, Z., Radujković, M. & Atalić, J. (2022). The role of disaster risk governance for effective post-disaster risk management—Case of Croatia. Buildings, 12(4), 1-17.
- Sobacı, M. Z. (2007). Yönetişim kavramı ve Türkiye’de uygulanabilirliği üzerine değerlendirmeler. Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(1), 195-208.
- Surianto, S., Alim, S., Nindrea, R. D., & Trisnantoro, L. (2019). Regional policy for disaster risk management in developing countries within the Sendai framework: a systematic review. Macedonian Journal of Medical Sciences, 7(13), 2213-2219.
- Şahin, S. (2019). The disaster management in Turkey and Goals of 2023. Turkish Journal of Earthquake Research, 1(2), 180-196.
- TARAP. (ty). Türkiye Afet Risk Azaltma Planı. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/e_Kutuphane/Planlar/28032022-TARAP-kitap_V6.pdf
- UCLG-MEWA, (2015). Sendai afet risk azaltma çerçevesi (2015-2030). https://uclg-mewa.org/uploads/file/748e86d91ae4409e9188794ddb6c004d/Sendai_TR.pdf
- UNDP. (2015). Issue brief: Disaster risk governance. United Nations Development Programme. <https://www.undp.org/publications/issue-brief-disasters-governance>
- Vural, A. M., Boztepe Taşkıran, H., Türkoğlu, S., Sarı, M., Maral, T., Keskin, R. K.,

Koparan, E., Yüncüoğlu, B., Gülnar, M., Şahin, H., Ünlü, T. T. & Ağca, M. E. (2022). Risk iletişimi bağlamında deprem haberlerinin çerçevesi: Radyo ve televizyonda depremin temsili. *Intermedia International E-journal*, 9(17), 170-191.

Yurtcanlı Duymaz, S. & Kahveci, M. (2023). Olası İstanbul depremini beklerken hazırlıklı toplum hedefinin neresindeyiz?: 2023 Maraş ve Hatay depremlerinin ardından. *Ankara Barosu Dergisi* 81(Deprem Özel Sayısı), 335-71.

Wouter Botzen, W. J., Bouwer, M. L., Scussolini, P., Kuik, O., Haasnoot, M., Lawrence, J. & Aerts, H., J., C. (2019). Integrated disaster risk management and adaptation. R. Mechler, L. M. Bouwer, T. Schinko, S. Surminski, J. Linne-rooth-Bayer (Eds.), *Loss and damage from climate change* (ss. 287-316). Springer.

Zubir, S. S. & Amirrol, H. (2011). Disaster risk reduction through community participation. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*. 148, 195-206.



Siyaset ve Nostalji: Geçmişin Bir Propaganda Unsuru Olarak Kullanımı

Politics and Nostalgia: Use of the Past a Propaganda Tool

Mehmet Emin SATIR¹ 

¹ Doç. Dr, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, mehmeteminsatir@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5353-8742

ÖZ

Kapsayıcı bir kavram olarak siyaset, toplumsal alanda varlık gösteren tüm kurum ve yapılarla ilişki içerisindedir. Siyasetin temas ettiği ve dönüştürücü etkisini uyguladığı alanlardan birisinin ise bellek olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bellek ve siyaset arasındaki ilişki farklı biçimlerde tezahür edebilmektedir. Nostalji ve geçmiş zamanın etkin kullanımını bu ilişki ekseninde değerlendirmek gerekmektedir. Geçmiş zamana duyulan özlem olarak nitelendirilen nostalji, siyaset alanı çerçevesinde ele alındığında kurucu bir role bürünebilmekte ve toplumsal ethosu şekillendirebilmektedir. Nostaljik bir söylem oluşturularak geçmiş zaman idealize edilebilmekte ve şimdiki zamanın gereklilikleri doğrultusunda geçmiş, yeniden inşa edilebilmektedir. Bu noktadan hareketle nostaljinin siyasetle güçlü bir ilişkiye girebildiği ifade edilebilir. Özellikle propaganda gibi siyasal iletişimin alanına giren konularda nostalji, işlevsel bir araca dönüşmekte ve bir propaganda unsuru olarak kullanılabilir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde nostaljinin geçmişe yönelik salt bir özlem olmadığını aynı zamanda siyasetin bir unsuru olarak da işlevsel olabildiğini ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla bu derleme çalışmanın amacı, siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin çerçevesini belirginleştirerek nostaljinin bir propaganda aracı olarak kullanılabilirliğini ortaya koymaktır. Buradan hareketle çalışmada literatür taraması uygulanmış ve ilgili literatür ekseninde nostalji, siyaset ve propaganda arasındaki ilişki belirginleştirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyaset, nostalji, geçmiş, propaganda, bellek

ABSTRACT

As an encompassing concept, politics is intertwined with all institutions and structures present in the social realm. It is necessary to emphasize that one of the areas politics touches upon and exerts its transformative influence is memory. The relationship between memory and politics can manifest in different forms. It is essential to evaluate nostalgia and the effective use of the past within this relationship. Nostalgia, characterized as a longing for the past, can assume a foundational role when approached within the framework of politics and can shape societal ethos. By creating a nostalgic discourse, the past can be idealized and reconstructed in line with the necessities of the present. From this perspective, it can be argued that nostalgia can form a strong relationship with politics. Particularly in subjects that fall within the realm of political communication such as propaganda, nostalgia can transform into a functional tool and be used as a propaganda element. Therefore, it is possible to express that nostalgia is not merely a longing for the past but can also be functional as an element of politics. Thus, the aim of this study is to delineate the framework of the relationship between politics and nostalgia, demonstrating that nostalgia can be used as a propaganda tool. The literature review method was used in the study, and the relationship between nostalgia, politics and propaganda was examined based on the relevant literature.

Keywords: Politics, nostalgia, past, propaganda, memory

Gönderim/Received: 09.08.2024

Düzeltilme/Revised: 08.10.2024

Kabul/Accepted: 18.12.2024

Atıf / Citation: Satir, M. E. (2024). Siyaset ve Nostalji: Geçmişin Bir Propaganda Unsuru Olarak Kullanımı. *Global Media Journal Turkish Edition*, 15(29), 54-70

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

It is a known fact that the relationship between politics and society is extremely complex and layered. Within this layered structure, there are many important intersections of politics and society. As one of the most important organs operating at the intersection of politics and society, power has the ability to shape society, build collective thinking and design social behavior patterns through politics. While performing all these actions, power uses a series of tools and equipment. These tools and equipment are extremely diverse. In addition to elements like culture, art, science, and sports, powers also benefit from more subtle tools like nostalgia, which may seem secondary at first, but are highly effective in shaping the social structure and massifying their own ideologies. As it is known, nostalgia, in its most general definition, is a kind of longing for the past time.

The concept of nostalgia first emerged as a medical concept and was considered a kind of disease. In the following period, with the important shifts that occurred on the social level, nostalgia became widespread and a part of daily life. In fact, there are scientific studies showing that nostalgia, that is, the longing for the past and the belief that everything was better in the past, may be an autonomous behavior of the human brain. Therefore, nostalgia can be seen as a part of the individual's daily life. However, nostalgia is a concept that is too comprehensive to be evaluated only within the individual's life. Looking at the historical process, it is evident that societies also exhibit nostalgic tendencies. The strong longing felt for a particular period of a society plays a dominant role in the emergence of nostalgic tendencies of societies. Therefore, addressing nostalgia within the framework of society and politics is important in understanding and making sense of the functioning of nostalgia on the social level.

It is possible to see the functioning of nostalgia on the axis of the relationship between politics and society in the phenomenon of propaganda. While powers spread their ideologies by carrying out propaganda activities, they often benefit from nostalgia. Nostalgia is accepted as an effective tool in both idealizing the past and devaluing the present. Nostalgia attracts attention as a functional tool, especially in creating founding narratives about the past and realizing a certain consciousness construction. Based on this point, this study aims to discuss the role of past time and nostalgia in propaganda activities.

This study makes nostalgia a fundamental problem in terms of revealing the place of nostalgia in propaganda activities, clarifying the relationship between politics and nostalgia, and opening new areas of discussion in terms of political communication literature. At this point, old and current literature on nostalgia and politics were reviewed, and the extent of the relationship between politics, nostalgia and propaganda were explored in the light of the data obtained from the literature. Within the scope of the study, the concept of nostalgia was first emphasized, and an attempt was made to clarify what nostalgia is, taking into account the historical background of the concept. Afterwards, the role of nostalgia in propa-

ganda activities was studied by focusing on what kind of relationship there is between politics and nostalgia. Therefore, this study is important in that it aims to put the relationship between nostalgia and politics in a broad context and tries to clarify the complex relationship between nostalgia and power by revealing its different variants.

Giriş

Siyaset, toplumsal yaşamda varlık gösteren birçok kurum ve yapı ile güçlü bir ilişki içerisindedir. Bellek ve geçmiş de siyasetin ilişki içerisinde olduğu alanlar içerisinde yer almaktadır. Siyasetin en önemli aktörleri arasında yer alan iktidarlar, kolektif belleği şekillendirmek ve toplumsal rızayı sağlayabilmek için bir dizi faaliyetler yürütmektedirler. Özellikle propaganda bu noktada önem arz eden bir kavram olarak belirmektedir. İktidarlar meşruiyetlerinin devamlılığını sağlamak, dost-düşman tipi düşünce kalıplarını pekiştirmek gibi çok farklı gerekçelerle propaganda faaliyetleri yürütmektedirler. Ancak propagandanın ne şekilde ve hangi teknikler aracılığıyla yürütüleceği konusunda ise tek bir doğru bulunmamaktadır. Propaganda faaliyetleri birçok farklı biçimde yürütülebilmektedir. Ayrıca propaganda süreçleri yürütülürken birçok farklı unsurdan da faydalanılmaktadır. Bu noktada propagandayı besleyen kaynakların oldukça geniş olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Toplumsal alanda varlık gösteren iktidar mekanizmaları, propaganda faaliyetleri yürütmek noktasında geçmiş zamandan ve nostaljiden de sıklıkla faydalanılmaktadırlar. Bu noktada kolektif bellek inşa edilebilmekte ve geçmiş, şimdiki zamanın filtresinden geçirilerek yeniden şekillendirilebilmektedir. Dolayısıyla propaganda ve bellek arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Propaganda ve bellek arasındaki ilişkinin kesişim noktasında ise nostaljinin bulunduğu ifade edilebilir. En temelde geçmişe ilişkin özlem durumunu imleyen nostalji bireysel ve toplumsal düzlemde işlerlik göstermektedir. Bireyler kişisel motivasyonlarla olduğu kadar toplumsal koşulların yönlendirmesiyle de geçmişe özlem duyabilmekte ve nostaljik bir bakış açısı geliştirebilmektedirler. Bu noktadan hareketle nostaljinin siyaset sahasının içerisinde iktidarlar açısından önemli bir koz olarak kullanılabilirdiğinin ifade edilmesi gerekir. Nostalji, iktidarlar tarafından propaganda faaliyetlerinin yürütülmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir. İktidarlar tarafından arzulan belirli amaçlar doğrultusunda geçmişin idealize edilerek yüceltilmesi, nostaljiyi siyasetin bir konusu hâline getirmektedir. Son kertede nostalji, tarihsel süreçte birçok siyasal iktidar tarafından propaganda malzemesi olarak kullanılmış ve kullanılmaya da devam etmektedir.

Nostalji ve propaganda arasındaki ilişki, kendisini birçok noktada göstermektedir. Öncelikli olarak nostalji, duygusal yönü güçlü olması sebebiyle propaganda faaliyetleri için oldukça işlevsel kabul edilmektedir. Bilindiği üzere propaganda da kitlelerin mantığına değil duygularına seslenir ve onlarda coşku yaratmayı hedefler. Bu noktada nostalji de gerçeklik üzerinde bir kırılma yaratarak, geçmişin idealize edilmesinden kaynaklı bir tür coşkuyu ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca nostalji,

şimdiki zamanın anlamsızlaştırılması noktasında da işlevseldir. Şimdiki zamana ilişkin kötü senaryolardan kurtulmanın yolunun geçmişteki gibi yaşamak olduğuna yönelik kalıp yargıların üretilmesi ve inşa edilmesi noktasında da nostalji son derece işlevsel bir role sahiptir. Bu bağlamda nostalji ile propaganda arasında son derece önemli bir ilişki bulunduğu vurgulanması gerekmektedir. Nitekim bu çalışmanın amacı, nostaljinin siyasetin bir unsuru olarak faaliyet gösterebileceğini ve özellikle propaganda faaliyetlerinde aktif bir biçimde kullanılabilmesini ortaya koymaktır. Bu ekseninde çalışma literatür taramasına dayanmaktadır. Siyaset, nostalji ve propaganda arasındaki ilişkiyi ele alan literatür üzerinden hareketle yürütülen çalışmada nostaljinin siyasetin bir unsuru olabildiği ve propaganda faaliyetleri noktasında nostaljinin son derece etkin olarak kullanılabilmesi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle çalışma, nostalji ve siyaseti özellikle propaganda ekseninde değerlendirmesi açısından özgün bir yöne sahiptir. Nostalji olgusunu propaganda süreçlerinin bir enstrümanı olarak ele alan çalışmaların bilhassa Türkçe literatürde niceliksel olarak son derece az olduğu gözlemlenmektedir. Nitekim bu husus da çalışmanın özgün yönünü ortaya koymaktadır.

Nostaljinin propaganda faaliyetlerinde aktif olarak kullanılabilmesini ve kolektif belleğin şekillendirilmesi noktasında son derece etkili olabileceğini ortaya koymak noktasında çalışma kapsamında ilk olarak nostalji olgusu üzerinde durulmuştur. Nostalji kavramının tarihsel süreçteki yörüngelerinden hareket edilerek genel bir değerlendirme yapılmış ve nostaljiye ilişkin bütüncül bir bakış açısı geliştirilmeye çalışılmıştır. Sonraki aşamada ise nostaljinin siyaset sahasına sığıncılığı üzerinden hareket edilerek siyaset ve nostalji arasındaki ilişki irdelenmiş, nostaljinin siyasallaştığı hususlar belirginleştirilmiştir. Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin ortaya koyulmasından sonra ise propaganda kavramı üzerinde durulmuştur. Propagandanın mahiyeti, işleyiş şekli ve propaganda türleri üzerinde tartışma yürütülerek genel çerçevede propagandaya ilişkin bir tanımlama yapılmıştır. Son aşamada ise nostaljinin propaganda faaliyetlerinin yürütülmesindeki rolü üzerinde durularak propaganda ve nostalji arasındaki ilişki detaylandırılmıştır. Bu noktada çalışma, nostalji ve propaganda arasındaki ilişkiyi tartışmaya açması ve anlamlandırmaya çalışması açısından önem arz etmektedir.

Nostalji

Kavramlar da tıpkı canlılar gibi belirli bir zamansallık içerisinde ortaya çıkar, yaşar, dönüşür ve yok olurlar. Düşünce tarihi, bir noktada kavramların geçirdikleri dönüşümlerin de iz düşümlerini bünyesinde barındırmaktadırlar. Birçok kavram tarihsel süreçte ihtiva ettiği anlamın sınırlarını genişletmiş ve farklı farklı anlamsal katmanları bünyesinde barındırmaya başlamıştır. Nostalji de tarihsel süreçte ciddi anlamsal devinimler yaşamış kavramlar arasında yer almaktadır.

Nostos (eve dönüş) ve algia (özlem) kelimelerinden türeyen bir kavram olarak nostalji, en temelde artık var olmayan yahut da hiçbir zaman var olmamış hayalî bir eve karşı duyulan özlem anlamına gelmektedir (Boym, 2009, s. 14). Bu

noktada özlem ve geçmiş vurgularının nostalji için önem arz ettiğini belirtmek gerekmektedir. Nostalji, en temelde içerisinde bir özlemi barındırır da bu özlemi geçmiş zamana yöneltmektedir. Dolayısıyla nostalji, geçmiş zamana ilişkin bir algılama meselesi olarak kabul edilmektedir. Nostalji kavramı ilk olarak İsviçreli tıp öğrencisi Johannes Hofer tarafından kullanılmıştır. Hofer, 1688 yılında yazmış olduğu tezde nostalji kavramını ortaya atar ve nostaljiyi, bir hastalık olarak değerlendirir. Hofer'e göre nostalji, kişinin ana yurduna dönme isteğinden kaynaklanan bir acıdır. Hofer, nostalji olgusunu kavramsallaştırırken Alpler'den Avrupa'nın muhtelif yerlerine savaşmak üzere giden İsviçreli askerlerin etkilenmiş olduğu bir hastalıktan hareket etmiştir. Hofer, İsviçreli askerlerin çekmiş oldukları ızdıraplı durumu Almanya, Fransa ve İspanya'da benzer acılar çeken askerlerle paralellikler kurarak ele almıştır ve nostaljiyi bir tür hastalık olarak kabul etmiştir (Routledge, 2016, s. 4; Cassin, 2018, s. 16-17). Dolayısıyla nostalji kavramının tarihsel kökenine inildiğinde ilk olarak tedavi edilmesi gereken bir tür rahatsızlık olarak ele alındığını vurgulamak, kavramın geçirmiş olduğu dönüşümleri anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir.

Hofer'in nostalji olgusunu ele alışı ve kavramsallaştırması her ne kadar kavramsal düzlemde bir ilk olsa da nostaljinin bir tutum ve davranış olarak çok daha önceki dönemlerde de görüldüğünü belirtmekte fayda vardır. Özellikle Antik dünyada oldukça sık karşılaşılan sürgün deneyimi, insanların nostaljik eğilimler sergilemesi noktasında önemli bir gösterge olarak nitelendirilmektedir (Quill, 2024, s. 16). Bir davranış kalıbı olarak nostalji, tarihsel süreçte farklı dönem ve mekânlarda gözlemlenmektedir. Nostaljinin bir davranış kalıbına dönüşerek geçmişe ve ayrı kalınan yurda ilişkin bir özleme dönüşmesi meselesi, insan, mekân ve zaman arasındaki ilişkinin de önemini göstermektedir. Nostaljinin bir tür davranış olarak ortaya çıkarak toplumsal alanda kendisini göstermesi meselesinin tarihin her döneminde belirli ölçüde var olması en temelde nostaljinin birey nezdindeki eğilimine de ışık tutmaktadır. Son aşamada nostalji, geçmişe ilişkin bir tutumdur ve geçmiş söz konusu olduğunda bellek meselesi de kendisini göstermektedir. Bireyler ve toplumlar, nostaljik eğilimlerini gerçekleştirirken bir dizi hatırlama edimleri üzerinden hareket ederler. Bu durumda bellek, nostaljinin var olabilmesi için ana unsurdur. Hatırlama olmadan herhangi bir nostaljik eğilimden söz etmek mümkün değildir. Geçmişe ilişkin özlem duyulabilmesi için geçmişin bireysel ya da kolektif imgelemde saklı tutulmuş olması gerekir. Bu noktadan hareketle nostaljinin varlığını doğrudan belleğe borçlu olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Nostalji her ne kadar ilk etapta Hofer tarafından bir hastalık olarak kavramsallaştırılmış ve tıbbi bir olgu olarak değerlendirilmişse de nostaljiyi sadece tababet ilminin sınırların arasında ele almak eksik bir yaklaşım olacaktır. Nitekim nostalji, sosyal yönü de son derece güçlü disiplinler arası bir konu olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada nostaljinin kaynaklandığı temel motivasyonlara bakmak, nostaljiye ilişkin genel bir çerçeve çizilebilir. Bu açıdan önem arz etmektedir. Nostaljiye yönelik anlamlandırma girişimlerinde ilk olarak psikolojik yöne dikkat çekilmektedir.

Bireylerin nostaljik eğilimler geliştirmelerinin arka planında çeşitli faktörler bulunmaktadır. İnsanların nostaljik eğilimler sergilemelerinin arka planında öncelikli olarak negatif duygu durumlarının etkili olduğu bilinmektedir. Clay Routledge ve arkadaşları yapmış oldukları araştırmalar neticesinde insanların genellikle hoş olmayan duygular yaşadıklarına nostaljik eğilimler gösterdiklerini belirtmektedirler (Wildshut vd., 2006). Hoş olmayan durumların etkisine ek olarak yalnızlık da nostaljik eğilimlerin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. İnsanlar kendilerini yalnız hissettiklerinde geçmiş zamanı bir sığınak olarak görmekte ve nostaljik eğilimler sergilemektedirler. Ayrıca insanların nostaljik eğilimler sergilemesinin nedenleri arasında stres, varoluşsal boşluk hissi, anlamsızlık, sıkıcılık, benlik farkı, -kişinin kendi içerisinde yaşamış olduğu süreksizlik hâli, geçmiş ve gelecek arasındaki kopukluk-gibi durumlar da etkili olmaktadır (Routledge, 2016, s. 26-39). Görüldüğü üzere bireylerin psikolojik durumlarındaki tutarsızlıklar, nostaljik tutumların geliştirilmesi noktasında son derece önemli kabul edilmektedir. Bu hâliyle değerlendirildiğinde nostaljinin psikolojik bir olgu olduğu sonucuna varılabilir. Ancak aynı zamanda nostalji, bir dizi toplumsal koşullar içerisinde de cereyan etmektedir ki bu durum da nostaljiyi aynı zamanda sosyolojik bir olgu olarak imlemektedir.

Toplumsal bir varlık olarak insan, eylemlerinin şekillenmesi noktasında toplumsal kurum ve yapılarla güçlü bir ilişki içerisinde. Bu nedenle insanın davranış kalıplarının belirli bir toplumsallık çerçevesinde değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Yukarıda belirtilmiş olduğu üzere nostaljinin bireysel düzlemdeki arka planında kişisel olumsuzluklar yatmaktadır. Ancak nostalji, sosyal yönü de olan bir kavramdır ve nostaljinin tam anlamıyla idrak edilmesi noktasında sosyoloji temelli bir bakış açısının geliştirilmesi önemlidir. Bu noktada Georg Stauth ve Bryan Turner'in nostaljiye ilişkin yapmış oldukları analizler dikkat çekicidir. Stauth ve Turner, nostaljinin sosyal düzel içerisinde en temelde dört düzlemde işlediğini öne sürmektedirler. Nostaljik düşünce ilk olarak tarihin bir çöküşü ve yitirilişi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda bireyler, yaşamış oldukları dünyanın kendilerine bir yuva olmaktan uzaklaştığı düşüncesine inanmaya başlarlar ve geçmişe yönelik nostaljik bir tavır takınırlar. İkincil olarak ise bütünlüğün ve ahlaki kesinliğin yitimi durumudur. Bu noktada ise bireyler, toplumsal alanda bireyler arası değerlerin çözülmeye başladığını ve toplumu var eden temel dinamiklerin anlamını yitirdiğini düşünerek nostaljik bir düşünce yapısı geliştirirler. Stauth ve Turner'in altını çizdikleri üçüncü düzlem ise bireysel özerkliğin yitirilerek sahici toplumsal ilişki biçimlerinin yok oluşudur. Bu noktada ise bireyler, topluma ilişkin sahip oldukları inancı yitirmekle birlikte toplumu dizayn eden total süreç ve kurumlara kendisini teslim edilmiş hissettikleri için nostaljik bir tavra bürünürler. Son olarak ise Stauth ve Turner, basitlik, kendiliğindenlik ve sahiciliğin yitimi duruma işaret ederler. Bu noktada ise bireyler, kendilerini toplumsal düzlemde total kurumlarla birlikte mikro ölçekli kurumların da denetlediklerini düşünerek, mevcut toplumsal yapının açmazlarından kaçış için geçmişe sığınma talebinde bulunurlar (Stauth ve Turner, 1997, s. 60-63).

Nostaljiye ilişkin vurgulanan sosyolojik yön ile birlikte nostaljiye yönelik bütüncül bir bakış açısının geliştirilmeye çalışıldığı ifade edilebilir. Dolayısıyla nos-

taljinin toplumsal düzlemdeki işleyişine ve özellikle siyaset gibi kurumlarla olan ilişkisine yakından bakmak için bütüncül bir bakış açısının gerekliliğinin altını çizmekte fayda vardır. Nostalji en temelde toplumsal yönü güçlü olan bir kavramdır ve siyasetle ilişkisinde bu toplumsallığı ön plana çıkarmaktadır. Nostaljinin toplumsal alandaki işleyişine ve genel karakteristiğine dikkat kesilmek noktasında ise Svetlana Boym'un ortaya koymuş olduğu düşünsel nostalji ve yeniden kurucu nostalji kavramları kayda değerdir. Boym'un, nostaljinin işlerliği noktasında ortaya koymuş olduğu yeniden kurucu nostalji kavramında vurgu, nostos'a yani eve dönüşe yöneliktir. Yeniden kurucu nostaljide yitirilen ev yeniden inşa edilmeye çalışılır ve bellekte var olan açıklıklar kapatılmaya çalışılır. Düşünsel nostaljide ise bütün dikkat algia'ya yani özleme çevrilir ve özlem duygusu, yitirme ve hatırlamanın kusurlu yönüne dikkat çekilir. İki nostaljik eğilim arasındaki en temel fark ise yeniden kurucu nostaljide geçmiş, şimdiki zamanda yeniden inşa edilirken; düşünsel nostaljide geçmişe yönelik bir meydan okuma durumu söz konusudur. Boym'un altını çizdiği üzere yeniden kurucu nostaljide bireyler, nostaljik bir tavrın içerisinde olduklarını kabul etmezler ve tüm projelerinin esasında hakikate yönelik olduğunu ileri sürerler. Dolayısıyla yeniden kurucu nostalji, daha içtimai bir karaktere sahip olarak siyaset ile yakından ilintilidir. Düşünsel nostaljide ise bireysellik ön plandadır ve kolektif anlatılardan ve sembollerden ziyade bireysel anlatılar, semboller ve eğilimler başı çekmektedir (Boym, 2009, s. 76-88). Dolayısıyla siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin anlamlandırılması noktasında Boym'un vurgu yapmış olduğu yeniden kurucu nostalji düşüncesinden hareket etmek önem taşımaktadır.

Siyaset ve Nostalji ilişkisi

Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin farklı düzlemlerde ve farklı biçimlerde tezahür ettiğini belirtmek gerekmektedir. Siyasetin son derece kapsayıcı bir kavram olması, onun diğer birçok toplumsal ve bireysel kurum ya da yapı ile ilişki içerisine girmesi sonucunu ortaya çıkartmaktadır. Bu eksen de bakıldığında nostalji de siyasetin etki alanı içerisinde kalan bir kavram olarak değerlendirilebilir. Nostalji kavramı her ne kadar tıbbi bir terim olarak ortaya çıkmış olsa da özellikle modern siyasal sistemler içerisinde son derece işlevsel bir unsur olarak kabul edilmektedir. Siyasetin kendi dinamikleri çerçevesinde değerlendirildiğinde nostalji, bir araç olmakta ve hem siyasal yapıyı hem de kolektif düşünüşü biçimlendirebilmektedir. Dolayısıyla nostalji ve geçmiş zaman, siyaset çerçevesinde araçsallaşmakta ve amaca uygun birer enstrüman hâline gelebilmektedir.

Nostalji ve siyaset arasındaki ilişkinin incelenmesi noktasında öncelikli olarak bir dizi farklı yaklaşımın bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu yaklaşımlar en genel hatlarıyla nostaljiyi siyasetin farklı kulvarlarına konumlandırarak anlamlandırmaya çalışmaktadırlar. Alvin Toffler ve Robert Lifton gibi düşünürler nostaljiyi ve nostalji siyasetini sağ siyaset ve muhafazakârlıkla ilintilendirirlerken; Christopher Lasch ve Arnold Gehlen gibi düşünürler ise nostalji ve sol siyaset arasındaki ilişki üzerinde durmuşlardır. Bu iki eksen dışında kalan bir diğer üçüncü görüşte ise nostaljinin apolitik olduğu yönüne ilişkin temel görüşler yer almaktadır (Becker,

2023, s. 60–61). Dolayısıyla siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin tek bir yönünün olmadığını ve bu ilişkiye dair farklı yorumların bulunduğunu belirtmek gerekmektedir.

Nostaljinin siyasetle olan ilişkisini anlamlandırmak noktasında öncelikli olarak nostaljinin psikolojik yönüne değinmek gerekmektedir. Bilindiği üzere nostaljik eğilimler bireylerin zihnî kalıplarında varlık gösterir ve geçmişe ilişkin bir özleme karşılık gelir. Siyaset söz konusu olduğunda ise bu özlem durumu politik söylemlerle şekillendirilerek belirli amaçlar doğrultusunda kanalize edilebilmektedir. Siyasal arenada varlık gösteren iktidarlar, nostaljik söylemler üreterek rasyonaliteyi bilişsel düzlemde paranteze alarak duygusal bir ethos yaratmak isterler. Bu noktada nostaljik söylemin öncelikli olarak bireylerin akıllarına değil duygularına seslendiğini belirtmek gerekmektedir. Nostaljik imgelem duygulardan beslenir ve nostalji aracılığıyla duygular siyaset sahasına dahil edilir. Nitekim nostaljinin siyasal arena-daki karşılığının bir tür telaş hâli olduğunu da belirtmek gerekmektedir (Berry, 2020). Siyaset sahasında duygusal bir pozisyona bürünen nostalji, bu telaş hâlini aynı zamanda rasyonalizme karşı bir tür isyana dönüştürür. Rasyonalite ve akılcı siyasetin karşısında yer alan nostalji de en temelde geçmişe yönelik referans noktalarından hareketle geleceğe yönelik bir vaat ortaya koyar. Tam da bu noktada nostalji, siyasetin bir aracı hâline gelerek bireylere iktidarlar tarafından kurtuluşun bir formülü olarak sunulur (Bonnett, 2010, s. 11). Bu ekseninde Boym'un da altını çizmiş olduğu yeniden kurucu nostalji biçimi de geçmişten hareketle yeni bir gelecek ve şimdiki zaman kurmanın temel önermesi hâline gelir.

Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin esasında bellek üzerinde şekillendiğini de vurgulamak gerekir. Siyaset sahasının en temel aktörlerinden olan iktidarlar, geçmiş zamanı bir mit hâline getirerek şimdiki zamanı şekillendirmek noktasında işlevsel olarak kullanabilmektedirler (Traverso, 2018, s. 116). Nostaljinin işleyişi, özellikle siyaset çerçevesinde değerlendirildiğinde geçmişin araçsallaşması üzerinden gerçekleşmektedir. Geçmiş zaman belirli amaçlar doğrultusunda şimdiki zamana taşınarak kolektif düşünüş şekillendirilmektedir. Özellikle nostaljik söylemler bu noktada oldukça işlevsel olabilmektedir. Geçmiş zamana yönelik özlem, arzu ve inançlar idealize edilerek şimdiki zamanda aktüel bir geçmiş tasarımı yapılabilmektedir. Son kertede belleğin geçmişin şimdiki zamanın sınırlılığı içerisinde inşa edilen bir tasarım olduğunun da hatırlatılması gerekmektedir (Traverso, 2013, s. 196). Bu noktadan hareketle nostaljinin siyasal söylemin varlık kazanması noktasında geçmişten beslenerek bugüne ilişkin bir ifade biçimine bürünmesi, geçmişini de siyasetin bir aracı hâline getirmektedir. Nostaljinin siyaset sahasındaki mevcudiyetini özetlemek noktasında Boym'un yeniden kurucu nostalji düşüncesi oldukça işlevsel bir alan açmaktadır. Nostaljinin geçmişten hareketle bugüne ilişkin bir tasarıma bürünmesi ve şimdiki zamanı kurgulaması noktasında son derece efektif bir araca dönüşebilmesi, onun aynı zamanda çeşitli biçim ve fonksiyonlarla kolektif düşünceyi etkisi altına alabilmesini de sağlamaktadır.

Kolektif düşünüşün şekillendirilmesi ve yaygın bir ethos hâline dönüştürülmesi noktasında nostalji, özellikle modern siyasal sistemler içerisinde

son dereceli etkili bir araçtır. Özellikle milliyetçilik düşüncesinin şekillenmesinde ve yaygınlaşmasında son derece önemli bir role sahip olan nostalji aynı zamanda askeri ve sivil toplumsal hareketlerin yükselişe geçmesi ve kitleleşmesi noktasında da oldukça işlevseldir (Cooter, 2024). Bu noktada Amy Cooter'in çalışması, ABD'deki milis hareketinin yaygınlaşması noktasında nostaljinin rolünü tartışması açısından dikkat çekmektedir. Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin en belirgin olduğu alanlardan birisinin ise siyasal iletişim ve propaganda faaliyetleri olduğunu ifade etmek gerekir. Özellikle propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi ve kitlesele rızanın üretilmesi noktasında nostalji, son derece işlevsel bir konuma sahiptir. İktidarlar nostaljik söylemlerle kitlelerin rızasını belirli amaçlar doğrultusunda imal edebilmekte ve kolektif düşünceye yön verebilmektedir. Dolayısıyla nostaljinin siyasetle kurmuş olduğu ilişkinin önemli bir yönünün propagandaya ait olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bu noktadan hareketle nostalji ve siyaset arasındaki önemli kesişim noktalarından olan propagandayı etraflica ele almak, nostalji ve propaganda arasındaki ilişkiyi detaylandırmak noktasında büyük bir öneme sahiptir.

Propaganda

Kitle iletişimi ve siyasal iletişim çerçevesinde son derece önemli bir kavram olarak kabul edilen propaganda, özellikle I. Dünya Savaşı döneminden sonra sosyal bilimler alanını meşgul eden konu başlıklarından birisidir. Ancak bu noktada propagandanın modern döneme özgü bir kavram olmadığına da altının çizilmesi gerekmektedir. Propaganda, Latince bir sözcük olan propagare terimine dayanır ve en temelde bir bitkinin filizlerinin toprağa dikilmesi anlamına karşılık gelmektedir (Brown, 1963, s. 10). Propaganda kavramının ilk olarak ortaya çıkışı ise 17. yüzyıla tekabül etmektedir. Dönemin dinî önderi Papa Gregory, Katolik Kilise öğretilerini ve düşüncelerini yaymak ve yaygınlaştırmak için 1622 yılında Sacra Congregatio de Propaganda Fide isimli bir kurul oluşturarak propaganda faaliyetleri yürütür (Quarter, 1980, s. 255). Sonuç itibarıyla propaganda kavramının ortaya çıkmasında dinî erekler belirleyici olmuştur. Ancak bu noktada propaganda faaliyetlerinin başlangıcının bu tarihlere dayanmadığının, çok daha eski tarihlerde de propaganda faaliyetlerinin iktidarlar tarafından yürütüldüğünün belirtilmesi gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse M.Ö. 2500'lü yıllarda Lagaş Kralı Eannatum, kazandığı zaferlerden sonra çeşitli heykel ve dikilitaşlar aracılığıyla askeri propagandasını yürütmüştür. Eannatum'un yaptırmış olduğu heykelerde askerî zaferler, savaş sahneleri ve çeşitli şekillerde düşman kuvvetlerine gözdağı içeren unsurların varlığı dikkat çekmektedir (Clark, 2017, s. 15; Moore, 2010, s. 15).

Propaganda kavramının, en temel etimolojik anlamı da dikkate alındığında, modern kullanımdaki anlamı belirli duygu, düşünce, inanç ve ideoloji gibi unsurların kitleleştirilmesi, yaygınlaştırılması olarak kabul edilmektedir (Cantril, 1938). Ancak bu noktada amaçsallık durumu önem teşkil etmektedir. Propaganda da her koşulda bir amaç vardır ve bu amaç, sıklıkla kitlelerin belirli duygu ve düşünceye ikna edilmesidir. Jacques Ellul propagandayı belirli kişi ya da kişilerin çeşitli psikolo-

jik tekniklerin de yardımıyla belirli amaçlar çerçevesinde sistemli olarak kitlelerin eylemlerini ve düşüncelerini şekillendirme çabası olarak tanımlamaktadır (Ellul, 1973). Ellul'un yapmış olduğu tanımlamada da görüldüğü üzere propagandada amaç, hedef kitlenin düşüncelerinin şekillendirilmesidir ki bu noktada manipülasyon, ikna ve algı yönetimi gibi noktalar da devreye girmektedir. Dolayısıyla propagandayı bütüncül bir süreç olarak değerlendirmek gerekmektedir. En temelde propaganda, hedef kitlede tutum, davranış ve düşünce değişikliğini amaçlayarak uzun vadeli bir çalışma gerektirmektedir (Çankaya, 2019). Hedef kitlede değişim yaratabilmek ve bunu sürdürebilmek noktasında etkili olarak kullanılan propaganda faaliyetlerinin özellikle II. Dünya Savaşı döneminde zirveye ulaştığını ifade etmek gerekir. Başta Naziler olmak üzere birçok ülke II. Dünya Savaşı döneminde propagandayı etkili olarak kullanmış ve kitleleri kontrol altında tutmak istemiştir.

Propagandanın özellikle II. Dünya Savaşı döneminde ve sonrasında bu denli yaygınlaşmasının arka planında yatan en önemli nedenlerden birisinin değişen ve gelişen teknoloji olduğunu belirtmek gerekmektedir. Özellikle kitle iletişimi araçlarının yaygınlık kazanmasıyla birlikte propaganda faaliyetlerinde ciddi bir artış görülmeye başlanmıştır. Teknolojik gelişmeyle birlikte istenilen mesajlar kitlelere farklı kanallar aracılığıyla rahatlıkla ulaştırılabilmektedir. Bu noktada teknolojik gelişmelerin propaganda faaliyetlerinin yükselişe geçmesinde önemli bir unsur olduğunun altının çizilmesi gerekmektedir. Gazete, radyo, dergi, sinema, televizyon, afiş ve poster gibi araçlar propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi noktasında kullanılan önemli iletişim araçları içerisinde değerlendirilmektedir (Jowett & O'Donnel, 2012). Yine de propaganda faaliyetlerinin çok sayıda farklı aracının olduğunun da ayrıca belirtilmesi gerekmektedir. Mimari yapılardan müzik bestelerine; eğitim-öğretim faaliyetlerinden giyim kuşama kadar birçok araç, propaganda faaliyetlerinde efektif olarak kullanılabilir. Bu nedenlerden dolayı propaganda, kapsamlı ve karmaşık bir süreç olarak kabul edilmektedir.

Kitlelerin rızasının oluşturulması ve belirli amaçlar doğrultusunda güdülenmesi noktasında son derece işlevsel olarak kabul edilen propaganda faaliyetleri Ellul'a göre iki temel düzlemde yürütülmektedir: siyasal propaganda ve sosyolojik propaganda. Ellul, propagandaya ilişkin yapmış olduğu bu ayırmada siyasal propagandanın hükümetler, partiler yahut siyasi mahiyetteki bir oluşum tarafından yürütüldüğünü vurgulamıştır. Sosyolojik propaganda içinse reklam, halkla ilişkiler ve diğer medya içeriklerini ön plana çıkartmaktadır (Ellul, 1973). Dolayısıyla bu ayırım, propagandanın salt siyasi bir mesele olmadığını ortaya koymaktadır. Çünkü propagandanın salt siyasi bir husus olduğu yanılgısı sıklıkla kendisini göstermektedir. Halbuki propaganda, daha genel bir kavram olup farklı amaçlar ve farklı kapsamlarda yürütülebilmektedir. Ellul'un bahsetmiş olduğu bu ayırım, propagandanın toplumsal işleyişini anlamak açısından kıymetlidir. Özellikle kültür emperyalizmine ilişkin yürütülen faaliyetlerde sosyolojik propaganda daha işlevsel olabilmektedir. Bu noktada siyasal propaganda, siyasi ideolojileri kitlelere benimsetmek ve

bu ideolojiyle uygun siyasal eylemler hedeflerken; sosyolojik propaganda bir yaşam tarzı, genel bir anlayış ve yaygın bir ethos oluşturmayı amaçlamaktadır (Stivers, 2012, s. 207-208). Sosyolojik propagandaya örnek olarak gerek sinema filmleri gerek diğer medya içerikleriyle idealize edilen “Amerikan Rüyası” anlatısını vermek mümkündür.

Ellul’un propagandaya ilişkin getirmiş olduğu ikili düzlem, propagandanın yörüngelerini anlamak ve anlamlandırmak açısından önemlidir. Ancak propagandanın tam olarak sınırlarının belirginleştirilmesi için türlerine de değinmek gerekmektedir. Literatürde yer alan yaygın kabule göre propaganda faaliyetleri kara, beyaz ve gri olmak üzere üç şekilde gerçekleştirilmektedir. Beyaz propaganda tekniğinde şeffaflık ve açıklık ön plandadır. Yalan ve kaynağın belirsizliği gibi durumlar söz konusu değildir. Bilakis kaynak bellidir ve propaganda amacıyla kullanılan haberlerde gerçek bilgiler yer alır. Bu noktada beyaz propagandada amaç, karşı tarafın hatalarını ve eksikliklerini belirginleştirmektir (Tarhan, 2011, s. 37). Kara propagandada ise beyaz propagandanın tersi bir işleyiş durumu söz konusudur. Kaynak belirsizdir ve amaç, karşı tarafı yalan, hile ve iftira gibi unsurlarla yıpratmaktır. Kara propagandada gerçekler yerine yalan daha etkili bir role sahiptir. Hedef kitlede sürekli bir belirsizlik, kaygı durumu ve teyakkuz hâli yaratmak amaçlanır (Tarhan, 2011, s. 42). Gri propaganda ise beyaz ve kara propagandanın arasında konumlanmaktadır. Gri propagandada kaynak ve öne sürülen bilginin doğruluğu kesin değildir. Dolayısıyla gri propagandada belirsizlik durumu hakimdir (Jowett & O’Donnel, 2012; Tarhan, 2011).

Propagandanın yukarıda bahsedilen üç türünün tanımlanmasında kaynağın rolünün belirleyici olduğu görülmektedir. Kaynağın durumuna göre propagandanın türü tanımlanabilmektedir. Son tahlilde propaganda, kaynaktan belirli bir hedef kitleye karşı yürütülen ve birçok unsuru bünyesinde bulunduran sistematik bir iletişim biçimidir. Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin kesişim noktasında propaganda faaliyetlerinin bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu noktadan hareketle propaganda faaliyetlerinde nostaljinin etkili kullanımını anlamlandırmak açısından nostalji ve propaganda arasındaki ilişkiye mercek tutmak gerekmektedir.

Siyaset ve Nostaljinin Kesişim Noktasında Propaganda

Propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi noktasında iktidarlar birçok öğeden faydalanmaktadır. Bu öğeler içerisinde yer alan nostalji de propaganda faaliyetlerinde etkili olarak kullanılabilir. Nostaljinin siyaset ile kesişerek propaganda süreçlerinde kullanımı noktasında etkili olduğu durumlar, propagandanın işleyişini kolaylaştırmaktadır. Nostalji, en temelde insanlara hiçbir zaman gerçekleşmemiş olası senaryolara dair hayal kurmaları için gerekli unsurları sağlaması noktasında propaganda açısından işlevsel olarak kullanılmaktadır. Ayrıca nostalji, insanların mevcut durumlarının gerçekte olandan daha kötü olduğuna ikna edilmesi çerçevesinde de oldukça işlevseldir. Nostalji siyasetinin iktidarlara

açmış olduğu bir diğer alan ise insanlarda duygusal uyumsuzluk yaratarak onları belirli politik eylemlere karşı motive etmeleridir. Dolayısıyla nostalji, geçmişe ilişkin pembe bir anlatı oluşturarak propaganda ve yanlış bilinç ile yakın bir ilişkiye girmektedir (Brigard, 2018).

Nostaljinin siyasete entegre edilmesi, nostaljiyi propaganda konusunda aktif bir eyleyen hâline getirmektedir. Nostaljinin siyasal söylemi biçimlendirmesi ve yaygınlaştırması noktasındaki en temel fonksiyonu, geçmiş ve gelecek zaman etkileşimi çerçevesinde mevcut duruma ilişkin kurucu anlatılar inşa etmesidir. Bu anlatılar, bireylerde inanç, duygu, düşünce ve tutum değişikliğine yol açabilmekte ve bireylerin mevcut siyasal söylemi benimsemelerini kolaylaştırmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşı döneminde gösterimde olan birçok propaganda filminde nostaljik imgeler, tarihi, bir kurmacaya dönüştürerek geçmiş zamana ilişkin nostaljik bir tutum yaratılması noktasında son derece etkili olmuşlardır (Henneböhl, 2023). Bu hususta nostaljinin propaganda faaliyetlerinde kullanımını noktasında başta sinema olmak üzere birçok alanda etkili olarak kullanıldığının belirtilmesi gerekmektedir. Poster, afiş, sinema filmleri, radyo yayınları, roman, müzik, resim vb. araçlar propaganda ve nostalji arasındaki ilişkinin belirginlik kazandığı araçlar arasında gösterilebilir.

Nostalji siyaseti ve nostaljik söylemler propaganda faaliyetleri söz konusu olduğunda öncelikli olarak duygusal bir etki yaratmayı hedefler. Dolayısıyla nostalji, propaganda faaliyetlerinde kitlelerin korkularını tetiklemek noktasında oldukça işlevsel olarak kullanılmaktadır. İktidarlar, toplumsal çözümlenin, suçun, ahlaki çöküntünün yahut toplumsal kontrolün kaybedilmek üzere olduğuna ilişkin korkuları, nostaljik söylemlerle kitlelere aktararak, kitlelerin panik duygusuna kapılmalarını sağlamaktadırlar. Bu durum da kitlelerin geçmişe yönelik özlem duygularını harekete geçirerek onları, belirli bir konfor alanı arayışına itmektedir. Bu noktada ise nostalji olgusunun temel karşılığı olan çocukluk ve eve dönüş isteği ortaya çıkmaktadır. Mevcut durumdan kurtulmak ve konfor alanına dönmek noktasında bireyler, nostaljik bir duygu durumuna geçiş yapmaktadırlar. Bu çerçevede nostaljinin propaganda amaçlı kullanımının kitlelerin korkularından ve geçmiş özlemlerinden faydalanarak onların düşüncelerini biçimlendirme gayesi taşıdığını vurgulamak gerekmektedir (Mercieca, 2023).

Nostaljinin propaganda amacıyla kullanılması ve geçmişe ilişkin güncel beklentilerle şekillendirilmiş bir anlatı ortaya koyması, esasında insan beyninin bir zaafına dayanmaktadır. 2002 yılında Kimberley Wade ve bir grup araştırmacı tarafından yürütülen araştırmada insanların geçmişe ilişkin hatırlama edimlerinin sorunlu yönüne dikkat çekilmektedir. Şöyle ki bir grup deneğe çocukluk görüntülerini içerecek bir biçimde hazırlanmış balonla seyahat gibi heyecan verici aktiviteleri içeren görüntüler gösterilerek, o güne ilişkin neler hatırladıkları sorulmuştur. Katılımcıların yarısından fazlası, aslında olay hiç yaşanmamış olmasına rağmen olayı hatırladıklarını söylemiş hatta ayrıntılı anılar uydurarak o güne ilişkin hikayeler anlatmışlardır (Wade vd., 2002). Dolayısıyla çalışma, bireylerin geçmişlerine ilişkin kurmaca anlatılar uydurabilme potansiyeline sahip olduklarını gözler önüne ser-

miştir. Nitekim bu durum, siyaset ve nostalji arasındaki ilişkiyi anlamlandırmak açısından da son derece önemlidir. Zira, bireyler sıklıkla geçmiş zamanın daha iyi, güvenilir ve yaşanılabilir bir dönem olduğuna ilişkin anlatılar dile getirirken düşünce yapıları benzerlikler göstermektedir.

Siyaset söz konusu olduğunda da benzer bir durum geçerlidir. Eskiden ulusun daha güçlü, yaşanılır ve gelişkin olduğuna ilişkin nostaljik söylemler son kertede benzer düşünce sistematığı üzerinden varlığını sunmaktadır. Dolayısıyla geçmişe dair anılar büyük oranda eksiklikler taşımakta ve bu eksiklikler de propagandacılar tarafından çeşitli biçimlerde doldurulmaktadır. Özellikle faşist dönem propagandacıları bu eksikliği etkili şekilde kullanarak, takipçilerini motive etmek ve mücadeleye dahil etmek için bir zamanlar sahip olunan şeylerin iyi olduğuna ve bu iyi şeylerin düşmanlar (ötekiler) tarafından ellerinden alındığına ilişkin söylemler üretmişlerdir. Bu nostaljik söylemlerle kayıp, özlem ve aşağılanma gibi duygular güçlendirilmeye çalıştırılarak aktif bir propaganda yürütülmektedir (Mercieca, 2023). Nitekim nostaljik söylemlerin propaganda faaliyetlerini kolaylaştırması noktasında insan beyninin de önemli bir yatkınlığı olduğu bilinmektedir. Yapılan bilimsel araştırmalar da göstermektedir ki insan beyni, her şey daha iyi ve olumlu bir seviyede olsa da mevcut durumun geçmişte olduğundan daha kötü olduğuna inanmaya meyilli bir yapıdadır. Bu da en temelde geçmiş hakkında duygusal bir pozisyon alarak nostaljik eğilim sergilememizi kolaylaştırmaktadır (Mastroianni, 2023).

Nostalji ve siyasetin kesişim noktasında varlık gösteren propaganda tüm bu bireysel ve toplumsal açmazlardan faydalanarak kitlelerin düşüncelerini şekillendirebilmektedir. Geçmiş, belirli amaçlar doğrultusunda kurgulanarak şimdiki zamana taşınmakta ve bu durum da geçmişin şimdiki zaman üzerindeki etkisini amaçsallaştırmaktadır. Amaçsallaştırılan geçmiş, şimdiki zamana ilişkin yürütülen politikalarda efektif bir rol oynayarak kitlelerin motivasyonlarını da belirli amaçlar doğrultusunda güdülemektedir. Psikolojik bir açmaz olarak kabul edilebilecek olan nostalji, siyasetin tesiri altında politik bir enstrümana dönüşerek politik söylemlerin toplum nezdindeki tesirini arttırmaktadır. Bu ekseninde korku ve nostalji arasında bir ilişki kurulabileceğinin altını çizmek gerekir. Nostaljik söylemlerle kiteselleştirilen korku, kitleleri nostalji ekseninde harekete geçirebilmektedir (Mercieca, 2023). Nitekim bu hususta korku kültürünün (Furedi, 2017) siyasal sistemdeki yerinin önemli olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Sonuç

Siyaset ve nostalji arasındaki ilişkinin belirginleştiği noktalardan birinin propaganda faaliyetleri olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bilindiği üzere propaganda, siyaset ve siyasal iletişim açısından son derece önemli bir kavramdır. Siyasetin akışkan ve nüfuz edici yapısı, propaganda faaliyetleri söz konusu olduğunda da kendisini göstermektedir. İktidarlar propaganda yapmak ve kitleleri belirli noktalarda rızaya zorlamak hususunda çeşitli araçlardan faydalanmaktadırlar. Bu noktada

propaganda faaliyetlerinin geniş bir yelpazede yürütüldüğü ifade edilebilir. Propagandanın etkili bir şekilde yürütülebilmesi noktasında iktidarların sıklıkla başvurdukları araçlardan biri de geçmiştir. Geçmiş, şimdiki zamanın gereksinimleri doğrultusunda iktidarlar tarafından tasarlanabilmekte ve kolektif bellek şekillendirilebilmektedir. Bu noktada geçmiş ile yakın bir ilişki içerisinde bulunan nostalji de iktidarların propaganda faaliyetlerinde etkili bir öge olarak belirmektedir. Geçmişe duyulan özlem duygusundan türeyen nostalji, siyasallaştığı anda propaganda için kritik bir role bürünebilmektedir. Nostalji eliyle geçmiş, idealize edilen bir referans noktasına dönüştürülmekte ve bugüne ilişkin siyasi ideallerin somutlaştırılması noktasında araçsallaşabilmektedir. Bu noktadan hareketle geçmiş, belirli amaçlar doğrultusunda işlevsel bir araç olarak propagandanın asli bir unsuru olarak kullanılmaktadır.

Nostaljik söylemler aracılığıyla propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi aşamasında iktidarlar, şimdiki zamana ilişkin hayata geçirmek istedikleri ideallerini ve amaçlarını, geçmiş zamanın itici gücüyle tasarlayabilmektedirler. Nostaljik söylemin açmış olduğu duygusal alan, propaganda faaliyetlerinin işleyişi noktasında da önem taşımaktadır. Propaganda her şeyden önce duygulara hitap ederek kitleleri harekete geçirmeyi amaçlar. Nostalji de bu bağlamda propaganda ile benzer bir davranış kalıbının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Zira nostalji geçmişe ilişkin duyulan bir özlemi imlerken aynı zamanda şimdiki zamanın gerçekliğinden bir nebze de olsa kopuş meydana getirmektedir. Bu kopuş en temelde rasyonaliteyi paranteze alma durumu olarak kabul edilmelidir. Nostaljik söylemlerle idealize edilen geçmiş, şimdiki zamanın gerçekliğinde yaratmış olduğu kırılmayla esasında duygusal bir düşünce ve davranış kalıbını da somutlaştırmaktadır. Dolayısıyla iktidarlar propaganda faaliyetlerini yürütürlerken sıklıkla geçmiş zamana referans yaparak, geçmişin koruma kalkını altında mutlu, mesut ve güçlü bir ulus tahayyülünü de somutlaştırırlar. Bu noktada nostaljik söylem, kurucu bir unsur olarak belirerek Boym'un altını çizmiş olduğu yeniden kurucu nostalji biçemi ortaya çıkmaktadır. Yeniden kurucu nostalji kalıbı şimdiki zamanı yeniden kurgularken geçmişten beslenmeyi bir ön koşul olarak kabul etmektedir. Şimdiki zamanda arzu edilen iklim yaratılırken geçmiş, bir kılavuz olarak kendisini gösterir ve bu noktada asıl amaç, şimdiki zamanı değil geçmişi yeniden inşa etmektir. Bu durum da propaganda faaliyetlerinin yürütülmesi noktasında iktidarlara bir dizi kolaylıklar sağlamaktadır.

Siyaset ve nostalji ilişkisinin kesişim noktasında yer alan propaganda, bütünlük bir yapıda olması sebebiyle de nostaljiden ve geçmişten sıklıkla faydalanmaktadır. Kolektif belleğin inşa edilmesinde ve kitlesel rıza imalatının gerçekleştirilmesi noktasında nostaljik söylem, kurucu bir role bürünmektedir. Nostaljik söylemler aracılığıyla geçmiş, bir anlatıya dönüştürülerek işlevselleştirilmektedir. Geçmişin ve tarih anlatılarının nostaljik söylemlerle işlevselleştirilmesi ise gerek psikolojik gerek sosyolojik düzlemlerde çıktılar ortaya koymaktadır. Bireyler nostaljik söylemin kitlesellik kazanmasıyla arzu ettikleri "evlerine" yani geçmişteki o mutlu ve huzurlu durumlarına kavuşmak noktasında aktif birer özne olarak konumlandırılabilen-

dirler. Nitekim Nazi propagandasında yer alan nostaljik söylemlerin odak noktası Almanya'yı eski gücüne yeniden döndürmek üzerine olmuştur.

Sonuç olarak nostalji, salt bireysel bir geçmiş özlemi değil bilakis kolektif bir özlem ve arzunun göstereni olarak da toplumsal alanda varlık göstermektedir. Kitleselleşen nostalji, geçmişini özlenen bir şey olmaktan çıkartarak şimdiki zamanın kurgulanması ve tasarlanması noktasında işlevsel bir araca dönüştürmektedir. Bu hâliyle ele alındığında nostalji, propaganda faaliyetlerinin son derece önemli bir unsuru olarak kabul edilebilir. Propaganda süreçlerinde nostalji, geçmişin idealize edilerek araçsallaştırılması noktasında işlevsel bir rol oynamaktadır. Araçsallaşan geçmiş, şimdiki zamanın tasarımı noktasında iktidarlara son derece önemli alanlar açarak, düşüncelerini ve amaçlarını hayata geçirmeleri noktasında kolaylıklar sağlamaktadır.

Kaynakça

- Becker, T. (2023). *Yesterday: A new history of nostalgia*. Harvard University Press.
- Berry, D. (2020). *On nostalgia*. Coach House Books.
- Bonnett, A. (2010). *Left in the past: Radicalism and the politics of Nostalgia*. Continuum Publishing.
- Boym, S. (2009). *Nostaljinin geleceği*. (F. B. Aydar, Çev.). Metis Yayınları.
- Brigard, F. D. (2018). *Nostalgia and mental simulation*. In A. Godlib (Ed.), *Moral psychology of sadness* (ss. 155–181). Rowman & Littlefield Publishing.
- Brown, J. A. C. (1963). *Techniques of persuasion: From Propaganda to brain-washing*. Penguin Books.
- Cantril, H. (1938). *Propaganda analysis*. *The English Journal*, 27(3), 217–221.
- Cassin, B. (2018). *Nostalji: İnsan ne zaman evindedir? Odysseus, Aeneas, Arendt*. (S. Kıvrak, Çev.). Kolektif Kitap.
- Clark, T. (2017). *Sanat ve propaganda: Kitle kültürü çağında politik imge*. (E. Hoşsucu, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Cooter, A. (2024). *Nostalgia, nationalism, and the US militia movement*. Routledge Press.
- Çankaya, E. (2019). *Siyasal iletişim: Dünyada ve Türkiye’de. İmge Kitabevi*.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: The formation of men’s attitudes*. Vintage Books.
- Furedi, F. (2017). *Korku kültürü*. (B. Yıldırım, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hennebühl, D. (2023). *Taking back control of the nation and its history: Contemporary fiction’s Engagement with nostalgia in brxit Britain*. Brill Fink Publications.
- Jowett, G. & O’Donnel, V. (2012). *Propaganda and persuasion*. Sage Publications.
- Mastroianni, A. (2023). *Your brain has tricked you into thinking everything is worse*. <https://www.nytimes.com/2023/06/20/opinion/psychology-brain-biased-memory.html>
- Mercieca, J. (2023). *The propaganda power of nostalgia*. <https://resolutesquare.com/articles/3e0Qx1jFdLsZJcGui5WYtg/the-propaganda-power-of-nostalgia>

- Moore, C. (2010). *Propaganda prints: A history of art in the service of social and political change*. A&C Black.
- Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 35(1), 255-307.
- Quill, L. (2024). *Nostalgia and political theory*. Routledge Press.
- Routledge, C. (2016). *Nostalgia: A psychological resource*. Routledge Press.
- Stauth, G. & Turner, B. (1997). Nietzsche'nin dansı. (M. Küçük, Çev.). Ark Yayınları.
- Stivers, R. (2012). The media creates us in its image. *Bulletin of Science, Technology & Science*, 32(3), 203-212.
- Tarhan, N. (2011). *Psikolojik savaş*. Timaş Yayınları.
- Traverso, E. (2013). Savaş alanı olarak tarih: 20. yüzyılın zorbalıklarını yorumlamak. (O. S. Binatlı, Çev.). İletişim Yayınları.
- Traverso, E. (2018). *Solun melankolisi: Marksizm, tarih ve bellek*. E. Ersavcı, Çev.). İletişim Yayınları.
- Wade, K., Garry, M., Read, D. & Lindsay, S. (2002). A Picture is worth a thousand lies: using false photographs to create false childhood memories. *Psychonomic Bulletin & Review*, 9, 597-603.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J. & Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 975-993.



Nostaljik Temanın İnşası ve Sosyal Medya: Instagram’da Nostalji Konseptli Kafelerin Yansımaları Üzerine Bir Araştırma

*Construction of Nostalgic Theme and Social Media:
A Research on the Reflections of Nostalgia Concept Cafes on Instagram*

Elif Hatice BAHÇEÇİOĞLU¹ 

¹Dr., Bir kuruma bağlı değildir, İstanbul;
elifbahcecioglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6747-9250

ÖZ

Günümüzde geçmişe yüklenen anlam ayrı bir değer taşımakta, geçmiş, çoğu insan için özlemle anılmaktadır. Zira internet çağı ve sosyal medya platformları, nostaljiye verilen önemi katlamaktadır. Son dönemlerde üretilen ürünlerde ve hizmet sektöründe nostaljiye ciddi bir yönelim bulunmakta birlikte, bu yönelimi destekleyici bir nitelik taşıyan sosyal medya, nostaljik temanın inşasından çeşitli yansımalar sunmaktadır. Bu açıdan özellikle yeme içme sektöründe geçmişe anlam katan nostalji konseptli kafeler, oluşturdukları Instagram hesaplarıyla mekânın yapısal tasarımlarına ve kullanılan öğelere ilişkin görünüşleri aktararak, söz konusu yansımaları aydınlatmaktadır. Böylece geçmişini deneyimlememiş kişilerin duygularına dokunarak mekânı deneyimleme isteğine neden olmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, nostalji konseptli kafelerin Instagram hesaplarında nostalji-kafe ilişkisi üzerinden yansıttığı görünümlere odaklanarak, sosyal medyanın nostaljik temanın inşasındaki rolüne değinmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla en çok takip edilen nostalji konseptli üç kafenin Instagram hesabındaki son 50 gönderisi, 11.05.2024 tarihi itibarıyla kaydedilmiş, ekran görüntüsü çekilmiş ve çeşitli örnekler üzerinden nitel içerik çözümlenmesi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu noktada geçmişin izlerinin, ortak nesnelere ve benzer konseptler üzerinden yansıtıldığı görülmekle birlikte, nostaljiye sanatsal üslup katıldığına da dikkat çekmek gerekir. Kafeler canlandırdıkları nostaljiyle ortak bir deneyime hayat vermiş, sosyal medyada ise bu canlandırmayı yeniden üretmiştir.

Anahtar Kelimeler: Canlandırılmış nostalji, nostaljik kafeler, sosyal medya; Instagram

ABSTRACT

Today, the meaning attached to the past has a special value, and the past is remembered with longing for most people. Because the internet age and social media platforms increase the importance given to nostalgia. There is a serious tendency towards nostalgia in the products and service sectors produced recently, social media, which supports this tendency, offers various reflections from the construction of the nostalgic theme. Cafes with nostalgia concept, which add meaning to the past in the food and beverage sector, illuminate the reflections in question by conveying the views of the structural designs of the place with the Instagram accounts they create. In this regard, the study aims to touch upon the role of social media in the construction of the nostalgic theme by focusing on the views reflected by nostalgia-concept cafes on their Instagram accounts through the nostalgia-cafe relationship. For this purpose, the last 50 posts on the Instagram accounts of the three most followed nostalgia concept cafes were recorded as of 11.05.2024, screenshots were taken and evaluated within the framework of qualitative content analysis. At this point, although it is seen that the traces of the past are reflected through common objects and similar concepts, it should also be noted that artistic style is added to nostalgia. Cafes gave life to a common experience with the nostalgia they evoked, and they reproduced this animation on social media.

Keywords: Revitalized nostalgia, nostalgic cafes, social media, Instagram

Gönderim/Received: 16.05.2024

Düzeltilme/Revised: 25.06.2024

Kabul/Accepted: 26.12.2024

Atıf / Citation: Bahçecioglu, E.H. (2024). Nostaljik temanın inşası ve sosyal medya: Instagram’da nostalji konseptli kafelerin yansımaları üzerine bir araştırma. *Global Media Journal Turkish Edition*, 15(29), 71-105

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

The subject of this study is the reflections of the theme of nostalgia, which is increasing in marketing literature, on social media. Recently, nostalgia marketing has been used in many sectors, and the service sector is among them. Because nostalgia is seen as a haven where people take shelter to get rid of their negative moods; That's why longing for the past becomes a necessity. In this sense, the nostalgic theme is frequently used in almost every field, and vintage effects can be found in everything from fashion to art, from music to TV series, from furniture to accessories. The service sector is also among the areas that benefit from this effect. Nostalgia has also affected cafe culture, and nostalgic cafes have emerged as a concept. Such cafes revive nostalgia in terms of space, interior design and objects, and even reflect the nostalgia they revive on social media platforms. In this respect, it has an attractive element for people and offers an alternative to attract customers to the cafe. The cafe atmosphere will be perceived as a source of peace and happiness for the person who is already longing for the past. The appearance of cafes on social media platforms, especially Instagram, is at a level that will create such a perception. Therefore, the aim of the study is to evaluate the reflections of the theme of nostalgia in cafe culture through social media and to reveal how the theme of nostalgia is constructed. When such an analysis is made, in addition to the studies on the theme of nostalgia in general and cafes with nostalgia concept in particular, a study that combines nostalgia and cafe culture construct on social media will be created. In addition, the deeper impact of the theme of nostalgia on consumption preferences in social media will emerge.

In this study, how nostalgia is constructed on Instagram is evaluated through nostalgia concept cafes, the Instagram accounts of the cafes in question and the content of the posts on these accounts are taken into consideration. Because the businesses who present the place mainly with photographs and also with videos, can easily display representations of the past with the visuals they reflect and shed light on the historical period. In this respect, when the content of the Instagram accounts of cafes with a nostalgia concept is examined, it becomes possible to see reflections on how nostalgia is constructed in these places.

"Velhasıl-ı Kelam Kafe", "Mim Kahve", "Vav Kahve", "Velvet Kafe", "Cafe Naf-talin", "Sükut-u Hayal Kafe", "Yeşilçam Esintisi" etc. nostalgic cafes named are businesses that are active both in the service sector and on Instagram. In this study, it is examined how the three cafes with the most followers reflect the concept of nostalgia in the images selected from the last fifty posts as of 11.05.2024, and therefore how they constructed the theme of nostalgia. In the three accounts examined, traces of the past are mostly reflected through similar themes, and the commonality of most objects in the accounts stands out.

Giriş

Son dönemlerde eskiye ait öğeler büyük bir ilgi konusu ve önemli bir yaklaşım unsuru olmuş, geçmiş ayrı bir anlam kazanmıştır. Müzikte, giyimde, vintage araç gereçlerde, dizilerde, reklamlarda retro efektlerle nostaljinin canlandırıldığı görülmekte, nostaljik tema kolaylıkla inşa edilmektedir. Şüphesiz pazarlama açısından oluşan bu ilgi, akademik açıdan da dikkat çekici bir alan olarak belirmiş, bu alandaki literatür gelişmiştir.

Temelde çoğunlukla geçmişten gelen bir nesneye duyulan hoş duygularla veya özlemle ilgili olan nostalji, anlatıların, görüntülerin, seslerin, karakterlerin ve tarzların kamusal olarak yoğun bir şekilde yeniden dönüştürülmesiyle ortaya çıkan, yoğun biçimde dolayımlanmış bir deneyimdir (Higson, 2014, s. 121; Rutherford & Shaw, 2011, s. 159). Hem kültürel bir olgu hem de kişisel olarak öznel bir deneyim olan nostalji, kavramsal ve deneyimsel olarak yalnızca kişinin ev özlemine odaklanan özel bir olgu olarak başlamış olsa da şüphesiz büyük ölçüde ticarileşme ve nostaljinin satışa yönelik etkisinin farkına varılmasıyla birlikte daha kamusal bir deneyim hâline gelmiştir (Wilson, 2014, s. 30). Bu açıdan pek çok araştırma, nostaljinin tüketicileri, mutlu anılar şeklinde anında geri dönüş vadederek paralarını harcamaya teşvik ettiğini öne sürmektedir (Holotava vd., 2020, s. 149). Bu nostaljik geri dönüşüm, dijital medyanın nostaljik aktivite bolluğunun bir vitrini olarak sunduğu olanaklar tarafından büyük ölçüde teşvik edilmiş ve mümkün kılınmıştır. Bu bağlamda, bir dizi nostalji web sitesine veya nostaljiyi pazarlamasında merkezî bir kavram olarak kullanan web sitelerine bakmak önemlidir (Higson, 2014, s. 121).

Yaşamın her anını en güncel hâliyle aktarmakla birlikte tüm yeniliklerden en hızlı biçimde toplumu haberdar eden medya, insanların nostaljik duygu durumları üzerinde de önemli bir rol edinmiştir. Geçmişî tazeleyerek zihinleri geçmişle ilgili canlı tutmuş, hafızalarda ne varsa hatırlamaya yardımcı olmuştur. Eskinin izleri son teknolojiyle insanların karşısına çıkarılmış, zamana yolculuk bu defa medya aracılığıyla yapılmıştır (Eski, 2022). Özellikle yeni medya teknolojilerinin ilerleme kaydetmesi, nostaljiye ilişkin görünümünün artış göstermesine neden olmuştur. Söz konusu görünüm, sosyal medya platformlarında geçmiş yaşama ve zamana dair bir isteğin tezahürü olarak belirginleşmiştir. Geçmiş zamanlardan bir görünüm, kullanılan bir eşya veya yaşam biçimi, nostaljik bir bakış açısıyla sosyal medyada dolaşıma sokulabilmektedir. İnsanlar sosyal medya sayesinde geçmişî sıklıkla günümüze taşıyabilmekte, geçmişî bir içerik olarak tüketebilmektedir (Satır, 2021). Sosyal medyanın aidiyet veya bağlılık duygusunu güçlendiren bu doğal kalitesi, nostaljik duyguların sosyalliği ile rezonansa girerek, ürün ve hizmetlerle ilgili olumlu sonuçların üretilmesine yol açmaktadır. Bu açıdan sosyal medya aracılığıyla uyandırılan nostaljinin, tüketici karar süreçleri üzerindeki etkisinin önemli bir rol oynadığı ileri sürülmektedir (Youn ve Jin, 2017, ss. 2-3).

Günümüzde nostaljiye duyulan ilginin artmasıyla birlikte, sosyal medyanın da nostalji üzerinde bu kadar güçlü bir role sahip olması, çalışmada, sosyal medyanın nostaljik temanın inşasındaki görünümüne odaklanmaya yöneltmiştir. Liter-

atürde nostaljinin pazarlamadaki etkisi, marka kimliği ve imajı üzerindeki etkisi, satın alma niyeti üzerindeki etkisi, kuşaklar üzerindeki etkisi gibi birçok değerli çalışmanın yanı sıra sosyal medya özelinde ise, nostalji üreten hesapları ya da throwback (geri dönüş) temelli paylaşımları inceleyen çalışmalar görülmektedir. Daha özele inildiğinde nostaljik kafeler üzerine eğilen çalışmalara rastlanmakla birlikte sadece kafeleri veya sosyal medya-kafe ilişkisi inceleyen sınırlı sayıda araştırmmanın da yer aldığı gözlenmektedir. Ne var ki bu çalışmalardan yola çıkıldığında gerek nostaljinin sosyal medyadaki inşasına yönelik sınırlı çalışmanın bulunması gerekse nostaljik kafelerin sosyal medyadaki yansımalarına değinilmemiş olması, her iki alanın kesişim noktasındaki boşluğu doldurmak için önemli bir adım olabilir. Zira ticari açıdan yeme içme sektörü içerisinde nostaljinin yoğun bir şekilde kullanıldığı kafe mekânları, geçmişe duyulan özleme ve hoş duygulara dokunarak kamusal bir deneyime hayat vermekle birlikte sosyal medyadaki görünümüleriyle kullanıcılar için cazibe merkezi olarak da resmedilebilmektedir. Bu kafelerin sosyal medyadaki yansımaları ise fizikselin ötesinde canlandırılmış nostaljiyi yeniden üretmiş, insanları kafeye çekmeye motive etmiştir. Dolayısıyla nostalji konseptli kafelerin özellikle Instagram'daki yansımaları hem nostaljik temanın inşası hem de geçmişe duyulan özlem üzerinden müşteriyi cezbedici bir anlayış barındırması açısından önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, kafe kültüründeki nostalji temasının yansımalarını sosyal medya üzerinden değerlendirmeyi kapsamaktadır. Bu amaçla en çok takip edilen nostalji konseptli üç kafenin Instagram hesabındaki son 50 gönderisi, 11.05.2024 tarihi itibarıyla kaydedilmiş, ekran görüntüsü çekilmiş ve nitel içerik çözümlemesi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Nostaljinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Nostalji, ilk kez 1600'lü yıllarda İsviçreli tıp öğrencisi Johanness Hofer tarafından kullanılan ve onun tıp tezinde bir hastalık olarak tanımladığı bir kavramdır (Routledge, 2016, s. 4). Birçok kaynakta bu kavramın "nostos" (dönüş) ve "algos" (acı/eziyet) kelimelerinden oluştuğu vurgulanmakla birlikte, bu vurgunun özel bir önem taşıdığı dikkat çekmektedir. Zira nostalji "geri dönüş acısıdır"; insanın hem uzakta olduğunda çektiği acı hem de geri dönmek için katlanılan sıkıntılardır (Cassin, 2020). Kavramın ordu doktoru olarak görev yapan bir kişi tarafından ortaya atılması (Cui, 2015, s. 125) ve bu anlamda İsviçreli askerlerin yaşadığı memleket hasretinin bir sonucu olduğunun düşünülmesi (Şengel, 2022, s. 19), önce fiziksel belirtilere, ilerleyen dönemlerde de psikolojik belirtilere yoğunlaşılmasına neden olmuştur. Çünkü askerlerin evlerinden uzakta yabancı topraklarda savaştıkları göz önünde bulundurulduğunda, zihinsel ve fiziksel sağlıklarının neden tehlikeye girmiş olabileceğine dair birkaç açıklamanın yapılması mümkün olmaktadır (Routledge, 2016, s. 26). Bu yüzden nostaljinin çoğu sözlük tanımındaki anahtar terim özlemdir; aşırı derecede duygusal ve bir bakıma şimdiki zamandan daha mükemmel veya daha arzu edilir olarak hatırlanan veya yeniden inşa edilen geçmişe yönelik umutsuz bir

özlemdir (Higson, 2014, s.124). Literatürde söz konusu “umutsuz bir özlem” duygusunun temellerinin, modernizme dayandırıldığı görülmektedir. Geleneksel toplumdan modern topluma geçişle birlikte yaşanan pek çok değişim, geleneksele olan özlemi tetiklemiştir.

Batı Avrupa’da feodal dönemin çökmesi, modern toplumu ortaya çıkarmıştır. Modernitenin getirmiş olduğu yeni koşullar, insanların hayatlarındaki pek çok noktaya temas ederek, bireyi toplumsal düzlemde farklı bir anlayışa konumlandırmıştır. Modern toplumun bir üyesi olabilme mücadelesinde köklerinden koparak yeni bir kent yaşamına adapte olmaya çalışan birey, aynı zamanda geçmiş yaşamından alışmış olduğu davranışsal kalıplarla da bir çatışma içerisine girmiştir. Bu noktada arkasında bıraktığı gelenek ve göreneklerine, hâl, tutum ve davranışlara, kısaca geçmişe özlem duymaya başlayan birey, anlam arayışı noktasında nostaljiyi bir sığınak olarak görmüştür. Diğer bir deyişle birey, zamanın geri döndürülemezliğine boyun eğmeyi reddettiği için nostalji, modern zaman fikrine bir isyan hâlini almıştır. Günümüzün kaygı ve olumsuzluklarından bir kaçış olarak nostalji, modern bireye bir çıkış kapısı sunmaktadır. Dolayısıyla modern toplumun ortaya çıktığı an itibarıyla geçmişe duyulan özlem duygusu da gelmiş, nostaljik eğilimler yükselişe geçmiştir (Boym, 2021, s. 16; Gülay, 2015, ss. 699-700; Satır, 2021, s. 117).

Nostalji 17. yüzyıldan 19. yüzyılın sonuna kadar tıbbi bir hastalık olarak görülürken daha sonra insanların nostalji anlayışının sürekli derinleşmesiyle birlikte, nostalji çağrışımı tıpkı soğuk algınlığı gibi bir tür hastalık belirtilerinden yavaş yavaş ruh hâline dönüştüğü, bu anlamda tıptan psikolojiye kadar uzanan bir araştırma alanında yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir (Boym, 2021, s. 14; Cui, 2015, s. 125; Routledge, 2016, s. 4). Bu yüzden, Wilson’a göre nostaljinin bir hastalık olarak tanımlanması on dokuzuncu yüzyılın sonlarına kadar geçerlidir. Bu dönemde nostalji, tıbbi olmaktan çıkarılarak bir patolojiden, geçmişe duyulan özlem dolu bir duyguya dönüşmüştür (2014, s. 22). Dolayısıyla tarihin farklı anlarında farklı şeyleri tanımlamak için kullanılmış olan nostalji kavramı tarihsel olarak istikrarsızdır (Higson, 2014, s. 123). Kavram tıbbi olarak Hofer zamanında “kötü/uğursuz sebeplerden kaynaklı sıla hasreti” temelinde bir hastalık olarak düşünülürken, o zamandan bu yana sıla özlemi ve onun fiziksel ve psikolojik yönleriyle ilgili yoğun bir literatür birikmiştir (Werman, 1977, s. 387). Ne var ki psikoloji literatüründe de bir hastalık olarak anılmaktan kurtulamamıştır. Bu anlamda nostaljinin günümüzdeki olumlu anlamına kavuşması zaman almıştır.

Tıp akademisyenleri nostaljiyle ilgili araştırmaları bıraktıktan sonra 20. yüzyılın başlarında psikoloji alanı yükseldikçe nostalji yeniden akademik alanın ilgi konusu hâline gelmiştir. Ancak bu süreçte psikologlar nostaljiyi bir hastalık olarak görme geleneğini sürdürmektedir. Ne var ki bunu bir vücut hastalığı olarak nitelendirmekten ziyade zihinsel bir bozukluk olarak addetmişlerdir. İlerleyen süreçlerde bilim insanları nostaljiyi “sıla hasreti” veya “eve duyulan özlem” gibi anlamlardan ayırmaya başlamıştır. Başlangıçta tıbbi ilginin büyük kısmı evlerinden uzakta olan askerler etrafında döndüğü için bu anlamlandırma mantıklı

görülmüştür. Fakat 20. yüzyılda kişinin evine veya memleketine duyduğu özlemin aksine, geçmişine (örneğin çocukluğuna) dair genel bir özlemin öne çıkmasıyla birlikte nostaljiye yüklenen anlam değişmeye başlamıştır. Bu anlamda nostalji her ne kadar ilk bakışta bir mekân özlemi olsa da aslında farklı bir zamana duyulan hasret olarak nitelendirilmiştir. Nostaljiyi artık acı tatlı bir duygu durumu olarak görmeye başlayan psikologlar, nostaljinin geçmişe ait hoş anılar barındırdığı üzerine yoğunlaşmıştır. O hâlde geçmiş deneyimler ve durumlar üzerine düşünmek veya onları idealleştirmek, şu anda olumlu duygular üretebilir. Bununla birlikte geçmişe dönüş mümkün olmadığından nostalji kayıp ve özlem duygusunu da içerebilir. Dahası, anının kendisi de hem olumsuz hem de olumlu unsurları olan deneyimleri içerebilir. Dolayısıyla nostaljinin acıyla karışık bir zevk olduğu yönündeki bu değerlendirme ortaya çıkmaya başladığında, nostaljinin bir akıl hastalığı olduğu görüşü de zeminini kaybetmeye başlamıştır (Boym, 2021, s. 16; Routledge, 2016, ss. 5-6). Böylece ilk çıkışındaki anlamın tersine bir hastalık olmaktan çok, psikolojik sağlığın korunması ve geliştirilmesinde önemli bir kaynak olduğu savunulmuştur (Routledge vd., 2013, s. 808; Zhou, 2008, s. 1023).

Geleneksel olarak nostalji, tıbbi bir hastalık ve psikolojik bir bozukluk olarak kavramsallaştırılmış olsa da nostaljinin ağırlıklı olarak olumlu, kendisiyle ilgili ve temel psikolojik işlevlere hizmet eden sosyal bir duygu olduğunu söylemek mümkündür (Sedikides vd., 2008, s. 304). Hatta nostaljinin insanların olumsuz durumlarla mücadele etmek için kullandıkları bir başa çıkma mekanizması veya düzenleyici bir kaynak olarak hizmet ettiğini de eklemek gerekir (Routledge, 2016, s. 26). Bu anlamda belirtmek gerekir ki geçmiş yüzyıllarda öne sürülen iddiaların aksine, araştırmalar nostaljinin psikolojik açıdan sorunlu olduğuna dair hiçbir kanıt elde edememiştir. Nostalji, olumsuz ruh hâlini artırmaz veya refahı zayıflatmaz. Bunun yerine nostalji, olumlu ruh hâlini iyileştirerek, sosyal bağlılığı ve olumlu öz saygıyı artırarak, yaşamın anlamına dair algıya katkıda bulunarak psikolojik sağlığı olumlu yönde etkiler. Bununla birlikte nostalji, daha geniş bir yelpazedeki bireyler için ortak bir deneyimdir ve daha geniş bir nesne yelpazesine (örneğin, kişiler, yerler, olaylar) atıfta bulunur (Routledge vd., 2013, ss. 810-813). Diğer bir deyişle nostalji, bir dizi temel psikolojik işleve hizmet eden, yaygın ve temel bir insan deneyimidir (Wildschut vd., 2006, s. 990). Literatürde "deneyim" konusuna dair özel bir önem atfedildiği ve bu anlamda öne çıkan isimler arasında Davis (1979) ile Havlena ve Holak'ın (1996) çalışmalarının olduğu dikkat çekmektedir.

Davis'e (1979, s. 9) göre, geçmişe dair farkındalığımız ve onu çağırılmamız, şimdiki deneyimden başka bir şey olamayacağına göre, nostaljiyi hissetmemize neden olan şey, ne kadar geçmiş olursa olsun, aynı zamanda şimdide de mevcut olmalıdır. Bu açıdan nostalji hem kişilerin kendi deneyimlerinden (kişisel deneyim) hem de geçmişte yaşamış olan başkalarının deneyimlerden (dolaylı deneyim) oluşabilmektedir (Keskin & Memiş, 2011). Havlena ve Holak'ın ise 4'e ayırdığı bu deneyim türlerinden (1) kişisel nostalji (doğrudan kişisel deneyim), anlamın kişiye özgü olan nostaljik nesneyle doğrudan deneyimini içerirken; (2) kişiler arası nostalji (dolaylı kişisel deneyim), kişiler arası temas aracılığıyla elde edilen dolaylı deneyimdir.

imden kaynaklanmaktadır. (3) Kültürel nostalji (doğrudan toplumsal deneyim) ise benzer bir etki grubunun üyeleriyle birlikte paylaşılan semboller aracılığıyla ortak kültürel bir kimlik oluşturarak deneyimlenirken; (4) canlandırılmış nostalji (dolaylı toplumsal deneyim), gerçek olana ulaşmanın olası olmadığı durumlara işaret eder. Kültürel nostaljiden farklı olarak doğrudan deneyimlenmemiştir. Dolaylı olarak deneyimlenen canlandırılmış nostalji, geçmişe yönelik acı-tatlı duygusal bir hasreti ifade eder (Eser, 2007; Şahin & Kaya, 2019; Keskin & Memiş, 2011). Çalışma için ayrı bir öneme sahip olan canlandırılmış nostaljide, kişiler çeşitli nostaljik nesnelere yaşamadıkları bir geçmişin parçasıymış gibi hissederek, nostaljik bir deneyim yaşar. Örneğin cızırtılı bir plaktan çıkan sesin veya eski filmlerde geçen aşk hikâyelerinin yarattığı nostalji hissi, canlandırılmış nostaljiye ilişkin bir deneyim sunabilir. Öte yandan çeşitli mekanların, belirli bir zamanı vurgulayacak biçimde dizayn edilmesiyle gerçekleşen geçmişin mekânsal inşası da canlandırılmış nostaljinin görünürlük kazandığı alanlardan biridir. Zira belli bir dönemin canlandırılması, o dönemde kullanılan eşyaların, konuşma tarzlarının, bilginin deneyim yoluyla veya tarihî kitaplar aracılığıyla öğrenilmesiyle sağlanır. Böylece zaman, mekânsal olarak inşa edilerek bir nostalji yaşatılır. Bu canlandırmada inşa malzemesi olarak ise çoğunlukla eşya kullanılır (Sağiroğlu, 2020, ss.29-30). Bu nokta nostalji konseptli kafelerin dizaynıyla da bütünlük sağlamaktadır. Nostalji konseptli kafeler, insanların geçmişe duyduğu özlemi dindirme amacıyla nostalji temasının inşasında önemli bir rol edinmektedir. Bu durum esasında nostalji temasının pazarlama faaliyetlerinde aktif olarak kullanıldığı alanlardan mekânsal düzleme işaret etmektedir.

Son dönemlerde insanların geçmişe daha fazla özlem duymalarının yanı sıra duygusal tüketici profilleri de pazardaki yoğun rekabetten kaynaklı farklılaşma ihtiyacına binaen “nostalji pazarlaması” yaklaşımının ortaya çıkmasına yol açmıştır (Aysuna Türkyılmaz, 2016, s. 52). Duygulara dokunarak onları hareketlendiren, mutlu anlar yaratan nostalji hem pazarlamacılar/işletmeler hem de tüketiciler için önemli hâle gelmiştir. Bu noktada birçok durumun yaşanması, nostalji pazarlamasının tetiklenmesinde hızlandırıcı etki yaratmıştır. Bireysel yaşamı anlamlandıran değer kaybı, bunların en önemli olanlarından. Gerek kayıp duygusu gerekse geleceğin bilinmezliği, insanları geçmiş hatıralara götürecektir nostaljiyi kucaklamalarına ve o hatıraları bugüne taşımaya yöneltmiştir (Özkan Pir, 2019, s.620). Böylece nostalji, insanların geçmişleriyle bugünleri arasında bağ kurabildikleri ve mutlu hissettikleri anların bugüne uzantısı olarak pazarlama iletişiminde önemli bir yer edinmiştir (Gökcaliler & Arslan, 2015, s. 243).

Nostaljik temanın insan/toplum üzerindeki etkisi, kültürel değer yargıları veya kültürel kodlarla eşleştiği için pazarlama anlayışı güncellenerek, hedef kitlenin beğeni ve zevklerine göre kurgulanır (Alsaç, 2019). Zira nostaljik bir ögenin, toplumun kolektif belleğinde bir kültür kodu olarak bulunması, bu ögenin tekrar tüketilmek üzere yeniden üretilmesini kolaylaştırmaktadır (Temurtaş, 2023, s. 6). Şüphesiz bunda post-modern pazarlama koşullarının da payı bulunmaktadır. Bu pazarlama koşullarında postmodern bireylerin doğrudan veya dolaylı deneyime başvurması, nostaljinin etki alanını genişletmiştir (Güzel & Okan, 2016). Postmod-

ernizmin en büyük getirilerinden biri olan nostaljiye duyulan özlemin arz ve talep doğrultusunda artarak ilerlemesi ve her alanda varlık göstermesi, geçmişin bir içerik olarak üretilmesini ve tüketilmesini sağlamaktadır. Modadan sanata, mimariden müziğe, dizilerden televizyon programlarına kadar nostalji, diğer bir deyişle retro etkisi görülmektedir (Gülay, 2015; Satır, 2021). Sosyal medya platformlarında da bu etkilerin yansımaları belirmektedir.

Özetle araştırmalar, nostaljinin tüketicileri, mutlu anılar şeklinde anında geri dönüş vaderek paralarını harcamaya teşvik ettiğini öne sürmektedir. Bu yüzden, pazarlama alanında yapılan araştırmalar nostaljinin insanların hoşuna giden bir duygu olduğunu ortaya koymaktadır. Başlangıçta inanıldığı gibi nostalji hoş olmayan bir durum olsaydı, insanlar geçmişini hatırlatan ürünleri tüketmeye motive olmazlardı. İnsanlar zihinsel olarak geçmişe yolculuk yapmak istedikleri için nostalji arzu edilen bir durumdur. Bu sebeple de nostalji/retro pazarlama stratejileri son yıllarda giderek daha popüler hâle gelmiş (Holotava vd., 2020, s. 149; Routledge, 2016, s. 7) ve önemli bir literatür gelişmiştir.

Nostaljiye Dair Yapılan Çalışmalar

Nostaljinin insanların geçmişini duyduğu özlem olarak nitelendirilmesi, işletme yönetimlerinin gerek retro pazarlama stratejilerini belirlerken gerekse retro marka algısını şekillendirirken mesaj içeriklerinde başvurdukları önemli temalardan biri olmasını sağlamıştır (Toksarı & Aydar, 2021, s. 893). Bu kapsamda yeni bir strateji olarak insanların duygularına hitap eden bir "retro pazarlama" yaklaşımından da söz etmek gerekir. Retro pazarlama, ömrü tükenmiş, unutulmaya yüz tutmuş ürünlerin, günümüzün postmodern şartlarına uygun bir şekilde yeniden canlandırılması ve pazara kazandırılması anlamına gelmektedir (Çeber, 2021, ss. 253-254). Retro pazarlama postmodern pazarlama faaliyetlerinden yalnızca biridir ve alışlagelmiş anlayışların aksine pazarlama literatürüne bambaşka bir bakış açısı sunmuştur (Şahin & Kaya, 2019, s. 228). Bu yüzden, son dönemde alan yazında ciddi bir araştırma yer almış, nostaljinin kapsam alanı artmıştır. Bu çalışmalara genel olarak göz atıldığında, nostaljinin etki alanlarını ve ele alınış tarzlarını ortaya koyma açısından literatürdeki kalan boşluklara işaret edilebilir. Ancak çalışmanın sınırlılığı nedeniyle retro pazarlama konulu çalışmalar dışta bırakılarak sadece nostalji temalı çalışmaların birkaçından örnekler sunulmuştur.

İnsanların yaşamlarını anlamlandıran değer kaybının, onların nostaljiye sarılmasına neden olduğuna dikkat çeken Altundağ (2011), ortaya koyduğu çalışmada, bu durum sonucunda tüketiciler ve pazarlamacılar dünyasında, nostaljinin önem kazanmaya başladığını anlatmaktadır. Nostaljiye duyulan özlemin, müzik başta olmak üzere sanatı nasıl etkilediğini inceleyen Gülay (2015) pazarlama karması çerçevesinde bir araştırma yapmıştır. Benzer şekilde Öztürk (2015) de nostaljiyi müzik üzerine etkileri bağlamıyla ele almıştır. Kızıldemir (2016) ise nostaljinin müşteri sadakatine etkilerini, restoran atmosferi ve müşteri davranışları özelinde inceleyen bir çalışma sunmuştur.

Nostalji eğiliminin tüketici temelli marka değeri üzerindeki etkisine odaklanan Yüce ve arkadaşları (2019), 415 kişiye uyguladıkları anket sonuçlarına göre, nostalji eğilimi marka değerinin alt boyutları olan algılanan imaj, algılanan kalite, marka farkındalığı ve marka sadakatini anlamlı düzeyde etkilemektedir. Tansel ve Kaya (2019), nostaljinin Instagram'a yansımaları "tbt" (Throwback Thursday) etiketinin kullanım pratikleri üzerinden değerlendirmiş, 10 Instagram kullanıcısıyla yaptıkları görüşme sonucu, bu etikete sahip paylaşımların gerçek hayatta beklenen duygusal tatmini gerçekleştirmediğini bulgulamıştır. Nostalji talebinin görsel reklam odağında ne tür söylem biçimleriyle birlikte üretildiğine yönelik eleştirel bir çözümleme yapmaya çalışan Köse ve Aydın (2020), nostaljinin sadece özlem anlamına sahip olmadığını, aynı zamanda medyatik popüler kültürün etkili söylem stratejileriyle, kuşatıcı bir kültür endüstrisi oluşturduğunu savunmaktadır. Türk (2021) ise kişisel nostalji eğiliminin ve nostaljik ürünlere ilişkin kalite algısının satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmış ve bu etkilerin anlamlı ve olumlu yönde olduğunu saptamıştır.

Nostaljik bakış açısının yeni medyadaki görünümünü ortaya çıkarmayı amaçlayan Satır (2021), TRT Arşiv'in YouTube kanalında paylaşılan içeriklerde kullanıcı yorumlarını incelemiş, elde edilen verilerde şimdiki zaman değersizleştirirken geçmiş idealize edilmiştir; böylece nostaljik bakış açısı, geçmiş ve şimdiki zaman arasında bir diyalektik sürecin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Eskişehir'de nostalji temalı bir kafeyi ziyaret eden ve Y kuşağını temsil eden 23 katılımcıyla görüşme yapan Özel ve arkadaşları (2021), bu kuşağın görece genç bireylerden oluşmasına rağmen nostalji eğilimlerinin bulunduğunu saptamıştır. Sosyal medyada nostaljik hafıza deneyimleri olarak sunulan throwback temelli paylaşımları belli bir akım üzerinden ele alan Saltık (2022), incelediği Instagram etiketindeki paylaşımların kimisinde, geçmiş üzerinden belirli izlenimlerin yayıldığını tespit etmiştir; böylece sosyal medyada nostaljik fotoğrafların belirli izlenimler inşa ettiğini, anlamın bugünün sınırları dahilinde yeniden yapılandırıldığını ortaya koymuştur. Aydeniz (2023) ise, yeni medya ve nostalji arasındaki ilişki üzerine düşünme hedefiyle, Instagram'da Old Laik Days hesabını inceleyerek, bu hesabın geçmişi olumlu tonda çağırarak nostalji ürettiğini vurgulamıştır. Levi ve arkadaşlarının (2023) yaptıkları çalışmada, Z kuşağının nostaljiye yönelik ilgileri incelenmiş ve bu ilginin altında yatan motivasyonların anlaşılması hedeflenmiştir.

Uluslararası alanda yapılan çalışmalara göz atıldığında, literatürün çok daha eskiye dayandığı görülmektedir. 1941 yılında McCann tarafından yapılan çalışma, nostalji üzerine bir literatür incelemesi iken, Werman tarafından 1977'de yapılan çalışmada ise nostaljiyle ilgili daha önce geliştirilen bazı kavramları açıklamak, bütünleştirmek ve yeni fikirler sunmak amaçlanmıştır. Stern (1992) reklam metninde nostaljinin uyaran tarafını edebiyat eleştirisi temeliyle incelediğini belirtirken, Halbrook (1993) nostalji eğilimini ve yaşın etkisini ele aldığı çalışmada, nostalji eğilimine yönelik bireysel eğilimin yaşlanma sürecinden bağımsız olarak işlediğini göstermektedir. Nostaljinin duygusal bileşenlerini inceleyen Holak ve Havlena

(1998), sıcaklık, neşe, şefkat ve minnettarlık gibi olumlu duyguların, üzüntü ve karışık duygusal tepki üretme arzusuyla bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Nostaljinin tüketici algıları üzerindeki etkisini araştıran Pascal ve arkadaşları (2002), nostaljik tepkiler uyandıran reklamların, reklama ve reklamı yapılan markaya ilişkin daha olumlu algılar oluşturabildiğine ve daha fazla satın alma olasılığına katkıda bulunabildiğine dair bazı kanıtlar sunmaktadır. Wildschut ve arkadaşları (2006) ise metodolojik olarak yedi farklı çalışmaya yer verdiği araştırmalarında, nostaljik deneyimlerin içeriğini, nostaljinin tetikleyicilerini, nostaljinin işlevsel faydalarını ortaya koymuşlardır.

Zhou ve arkadaşları (2012) nostaljinin hayırsever niyetleri ve davranışları teşvik ettiğini ve bu etkiye empatinin aracılık ettiğini öne sürerken; Cheung ve arkadaşları (2013) ise nostalji ve iyimserlik arasındaki ilişkiyi değerlendirerek, nostaljik deneyimin doğası gereği iyimser olduğunu ve öznel olarak daha olumlu bir gelecek çizdiğini belirtmektedir. Shields ve Johnson (2016), tüketicilerin, marka nostaljisinin markaya yönelik değişikliklere verdikleri tepkiler üzerindeki düzenleyici etkisini test ederken; Toledo ve Lopes (2016) ise bir markanın ortadan kalkması sonrasında nostaljik duyguların tüketicinin mevcut markaya olan bağlılığı üzerindeki etkisini tespit etmiştir. Pazarlama faaliyetlerinde nostaljinin büyüleyici etkisine odaklanan Hartmann ve Brunk (2019), farklı nostalji tarzlarına dayanarak söz konusu büyülemeye ilişkin nasıl bir yol izlendiğini anlatmaktadır. Esasında tüm bu çalışmalar ve çok daha fazlası, nostalji temasının ne kadar etkin bir şekilde kullanıldığını göstermekle birlikte insanlar üzerinde büyük bir etki gücüne sahip olduğunu da kanıtlamaktadır. Bu yüzden, uygun olan her alanda, nostaljik temanın inşasına başvurulabilmektedir. Nostalji konseptli kafelerin kuruluşu da bu alanlardan birine işaret etmektedir. Önemli bir alanı oluşturan nostaljik kafeler, literatürde iki tezin inceleme kapsamına dahil olmuştur.

Kaya (2017) tarafından ele alınan Kentsel Yenilenme ve Nostalji Duygusu Bağlamında Kafelerde Geçmişin Temsili ve Belleğin Yeniden Üretimi: Süleymaniye Örneği başlıklı doktora tezi, İstanbul'un kentsel dönüşüm süreci kapsamında bir yenilenme içerisinde bulunan Süleymaniye Bölgesi'ndeki restore edilerek veya yeniden tasarlanarak kafe olarak kullanılan tarihi mekânlara odaklanmıştır. Alan çalışmasının benimsendiği araştırmada, ilk aşama olarak esnaf ve hane halkı, ikinci aşamada ise kafelerin işletmeci ve müşterileriyle derinlemesine görüşme yapılmış, ayrıca gözlem ve söylem analizi teknikleri uygulanmıştır. Yapılan çalışmada nostaljik kafelerin, her ne kadar geçmişin güzel günlerine istinaden dizayn edilmiş olsalar da asıl olarak kentsel yenilenme ile yaşanan değişimlere vurgu yaparak, yenilenme sürecinin bir parçası oldukları tespit edilmiştir. Canlandırılmış Nostalji Bağlamında Geçmişin Mekânsal İnşası ve Müzik: 70'ler Kafe Örneği başlıklı yüksek lisans tezinde ise nostalji ve plak uyanışı bağlamıyla İstanbul Kadıköy'deki plak mağazaları örneklem olarak seçilmiştir. Çalışma, "70'ler Plak Kafe" özelinde geçmişe ait kodların mekânsal düzeydeki yeniden inşasını konu almaktadır (Sağiroğlu, 2020). Literatürde bu az sayıdaki nostalji konseptli kafe örneğini

dayanak alan bu çalışma ise nostaljik kafeler-sosyal medya ilişkisine odaklanmaktadır.

Kafe Kültürü ve Sosyal Medyada Nostaljik Kafeler

16. yüzyıl itibarıyla insanın hayatına giren kahve, özellikle İstanbul için Avrupa ile Arabistan arasında ticari bir köprünün ürünü hâline gelmiş, bu ticari ilişki İstanbul'u da etkilediğinden dolayı İstanbul'da kahve kavuran ve kahve dövmeyle uğraşan yerel esnaflar oluşmuştur. Bu dönemde Osmanlı'da kahve içmek ve satmak amacıyla özel bir mekân bulunmazken, belli bir dönem sonra toplumun kahveye artan ilgisi sonucunda kahvehane denilen kendine özgü mekânlar gelişmiştir (Özkan, 2022; Yıldız, 2007). Kahvehaneler başlangıçta kahvenin satıldığı mekânlar olarak varlık gösterse de ilerleyen süreçlerde kültürel, sosyal, siyasi ve dinî gibi konuların tartışıldığı ve gündelik hayatın parçası olduğu alanlara dönüşmüşlerdir (Özturhan, 2021, s. 30). Bununla birlikte 16. yüzyılda Osmanlı'da kahvehaneler, sadece erkeklerin kullanımına açılmış mekânlar, günümüzde müşteri kitlesi toplumsal ölçekte genişlemiştir. Bugün kafe olarak nitelendirilen bu mekânlar; erkek-kadın, genç-yaşlı, çocuk-yetişkin fark etmeksizin hizmet vermekte, böylece kahve ve kahvehanelerin hiçbir içecek ve mekânda görülmeyen bir hızla yayıldığı ve günümüze kadar ulaştığı görülmektedir (Dedeoğlu, 2022, s. 22; Yıldız, 2007, s. 197). Bu anlamda Yüksel'e (2022, s. 31) göre kafe olarak tanımlanan mekânların kültürel kodlarla uyumu ve toplumun kahvehane kültürü içinde kendi geleneksel kültür anlayışını bağdaştırarak geliştirdikleri, çeşitli biçimlerde kahve hazırlama, pişirme ve sunma tarzlarının kültür oluşumuna etkisi sanıldığından daha büyük olmuştur.

İnsan geçmişten günümüze boş vakitlerini değerlendirmek için çeşitli etkinliklerde bulunmuştur. Bu anlamda kafeler de insanların boş vakitlerini geçirip sosyalleşebildiği, eğlenme, yemek yeme gibi amaçlar için kullanabildiği önemli aktivite mekânlarına dönüşmüştür. Bununla birlikte günümüzün kafe mekanları, işlevsel açıdan kahvehanelerle aynı anlayışa sahip olsa da fiziksel ve yapısal olarak daha heterojen bir formdadır. Bu değişim özellikle 19. yüzyılda hız kazanarak toplumdaki yerini almış ve "kafe" olarak belirtilen bu mekânların fonksiyonları kahvehanelere nazaran daha çeşitlenmiştir. Örneğin bir mekânın dekorasyonu veya sunum tarzı, o mekânın tercih edilmesi bakımından etkili bir faktör olmaktadır (Özkan, 2022, ss. 6-8). Dolayısıyla klasik kahve içme ve sosyalleşme mekânları olarak tasarlanan kahvehaneler, kafe kültürüne geçişle birlikte yeni bir kimlik kazanmış, artan kafe çeşitliliği yeni konseptlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Şüphesiz bunda internet ve sosyal medya çağının etkisi, yadsınamayacak bir gerçektir.

İnternetin gündelik yaşama girmesi sonucu, sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla değişen hayat standartları, mekânın fiziksel, işlevsel, sosyal, estetik vb. yapılanmasında etkin bir rol üstlenmektedir. Sosyal medya etkisiyle "Instagramlanabilir" kafeler ortaya çıkmış ve giderek de yaygınlaşmıştır. Diğer bir deyişle bu mekânlar daha fotoğraflanabilecek şekilde değişime uğramıştır (Yılmaz, 2022, s. 75). Zira günümüzde kafeler ve kişiler arasında bir iletişim ve etkileşim söz konusu

olduğu için kafeler sosyal statüyü aktaran mekânlar hâline gelmiştir. Bu yüzden, kafenin müşteri kitlesi, kahve içmenin yanı sıra mekânın sosyal statüsünden yararlanmak ve mekânın yaratmış olduğu duyguyu, sunduğu değerleri tüketmek için de kafeleri tercih etmeye başlamıştır. İşte bu etmenler kafelerin iç mekân tasarımlarını öne çıkarmıştır (Özturhan, 2021, ss. 60-61; Yılmaz, 2022, ss. 70-71). Yüksel'in de vurguladığı gibi, kahvehane ve kafelerin ortaya çıkışından itibaren sanattan ticarete, politikadan birçok konuya dair dünyanın etkilenmesi karşısında, iç mekânlarda hiçbir değişimin tezahür etmemesi, hayatın doğal akışına ters olduğu gibi dünya genelindeki değişim sloganıyla de çelişecektir (2022, s. 28). Buna bir de sosyal medyanın hayatımızın her alanını etkilemesi açısından sahip olduğu işlev eklenince, iç mekânların da bundan nasibini almaması mümkün değildir (Baltacı, 2022, s. 1).

Gerek dünyada gerekse Türkiye'de fotoğraf çekip paylaşmak için gidilen mekân sayılarının her geçen gün arttığı bilinen bir gerçektir. Bu anlamda sosyal medya, hayatımıza giren yeni arzuların doğması konusunda, mekânsal bir etki de barındırmaktadır. Doğal olarak iç mekânlarda farklılaşmalar yaşanmaktadır. Böylece kafelerde sosyal medya etkileşiminin artırılması ve buna mukabil daha fazla kişiye ulaşma amacıyla bilinirliğin artırılması adına fotoğraf çekilmek için cezbedici iç mekânlar tasarlanmıştır (Yılmaz, 2022). Farklı kitlelerin farklı ihtiyaçlarına hitap edilebilmesi için kafelerin iç mekân tasarımında çeşitliliğe yer verilmesi, müşterilerin memnuniyeti açısından önemli bir özelliktir (Dedeoğlu, 2022, s. 121). Son dönemlerde kafelerdeki nostalji konseptli iç mekân tasarımları, şüphesiz bunun en somut örneklerindedir.

Özellikle eski kent merkezlerinde nostalji temasını kullanarak yer alan kafeler, geçmişin farklı sosyal ve kültürel pratiklerine ev sahipliği yaparak, geçmiş simgeleyen unsurlarla mekânsal dizaynını gerçekleştirip onları hayata geçirmektedir. Bu açıdan nostaljik kafeler, kullandığı kültürel değerler ve barındırdığı kimlik sembolleriyle hatırlama pratikleri açısından oldukça popülerdir. Zira geçmişe ait farklı zaman ve mekân temalarından yaratılan kafe konseptleriyle bir açıdan kurgusal bir hafıza oluşturulur. Bu kurgusal hafızadaki geçmiş imgesi tıpkı nostaljik hisler gibi eski günlerin hayalini canlandırarak zamanın geçtiğini, her şeyin geride kaldığını ve bugün gelinen noktayı vurgular (Kaya, 2017). Bu nokta, bu tür kafeleri tercih eden genç nesil açısından "canlandırılmış nostalji"nin deneyimini sunar. Kafelerin eski dönemlerde kullanılan eşyalarla inşa edilen iç mekânları, bu nesnelere birebir temas etmemiş bireylere bile anlam katar.

Özel ve arkadaşlarının (2021) nostalji kafeye giden Y kuşağı gençlerle görüşme yaptığı çalışmada, onların bu tür kafeleri tercih etmesinin temelinde nostaljiye olan ilgilerinin etkisi bulunmakla birlikte bu ambiyansın kendilerine huzur ve mutluluk verdiği anlatılmaktadır. Öyle ki bu kafelerin onlara hissettirdiği anlam, şöyle aktarılmaktadır:

"Kafede bulunan retro eşyalar ilgimi çekiyor, ancak evimde bu eşyalardan yok. Eski dönemde daha güzellermiş bence. Odamda bu eşyalardan olsa nereye koyacağımı bilemem. Oldukları yerlerde daha

güzeller.” (K10)

“Benim zamanımda bu eşyalar yoktu. O yüzden geçmişimi hatırlatmıyor ama ailemden dolayı o dönemi bildiğim için huzur veriyor ve bana yabancı gelmiyor. Çünkü filmlerde ve dizilerde bu eşyaları görüyoruz.” (K13)

“Yeni jenerasyon olduğum için geçmişimi çok hatırlatmıyor, ama kendi ütopyaama dahil edebildiğim için seviyorum. Bu eşyalar bana kendi çocukluğumdan ziyade eski sinemaları, filmleri hatırlatıyor.” (K7)

“Bu eşyaları ben kullanmadım. Ama büyüklerimin evinde görmüştüm. Mesela şuradaki dikiş makinalarından babaannem ve anneannemin evinde de vardı. O anları hatırlattı bana.” (K2)

Anlaşılabacağı üzere nostalji, sadece geçmişi olduğu gibi deneyimleyebilen yaşça olgun kişileri kapsamına alan bir olgu değil; aksine deneyimlememiş kişilerin gözünde bugünden daha anlamlı, daha huzurlu, daha cazibeli bir temadır. Elbette sosyal medya platformlarının bu temayı yeniden üretme potansiyeli ve geçmiş sürekli kullanıcıların önüne getirebilme ihtimali, nostaljiyi gençler arasında güncel kılmaktadır. Bu durum nostalji konseptli kafeler için de geçerli bir argümandır. Özel ve arkadaşlarının (2021) da belirttiği gibi, bilhassa Instagram, nostaljik kafelere ilişkin bilgi edinmek için önemli bir araçtır. Örneğin bir katılımcı bunu şöyle aktarmaktadır: “Arkadaşımın Instagram hikâyesinde bu kafede çekindiği fotoğrafı gördüm. Kafede bulunan objeler dikkatimi çektiği için kafenin Instagram sayfasını takip etmeye başladım” (K11) (Özel vd., 2021). Buradan hareketle sosyal medyada popüler olan kafelerin tanıtıcılık ve bilindik hissiyatı vermesinin önem teşkil ettiği vurgulanabilir. Sosyal medyada bu mekânların hem kullanıcının kendi çevresi tarafından hem de işletmelerin sponsorlu ve reklamlı bağlantılar aracılığıyla defalarca paylaşılması, kişinin o mekânı tanıdığı hissine kapılır ve tercih etme sebebini artırır (Baltacı, 2022). Bu yaklaşım o kadar önemlidir ki işletme sahipleri bile dile getirmekten kaçınmamaktadır: Kaya’nın (2017) nostalji kafe işletmecileriyle yaptığı görüşmedeki anekdotlar bunun en büyük kanıtıdır: “Instagram’ı iyi kullanıyoruz. Kafenin adının yazdığı bir tabela bile koymadık örneğin. Sosyal medya tanıtım için yetiyor” (Kafe 10, İşhanı, 2016). Dolayısıyla sosyal medyada nostalji kafelerin yansımaları, mekân tercihi ve tüketim alışkanlıkları açısından ayrı bir anlam taşımaktadır.

Instagram’da Nostalji Konseptli Kafelerin Yansımaları Çalışmanın Amacı ve Önemi

Son dönemlerde özellikle pazarlama literatürü içerisinde nostalji temasına ilişkin ciddi bir eğilim olmakla birlikte, bu eğilimin temel nedeni çoğu sektörün söz konusu temaya rağbet ederek ürün/hizmet anlayışını geçmişin motiflerine dayandırmasıdır. Böylece nostaljiye ilişkin artan bu ilgi, sektör ve literatürün birbirine paralel olarak gelişmesini ve çeşitlenmesini sağlamış, günümüzün güncel

hareketlilik ve değişimlerine alan yazında önemli bir yer açmıştır. Bu çalışma da kendi özelinde hizmet (yeme içme) sektör açısından kafe kültüründeki nostalji temasının yansımalarını sosyal medya üzerinden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Zira günümüzde yaygın olarak kurulup, müşteriler tarafından tercih edilen nostalji konseptli kafelerin önemini fark ederek bu öneme değinen başta iki tez bulunmakla birlikte destekleyici birkaç çalışma olsa da tam anlamıyla sosyal medyada bu kafelerin nostalji temasını nasıl inşa ettikleri, iç tasarım dizaynlarını nasıl yansıttıkları üzerine bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa destekleyici çalışmalarda da belirtildiği gibi özellikle Instagram'daki yansımalar, insanların dikkatini bu mekânlar üzerine çekilmesini sağlamakla birlikte deneyimleme isteğini de canlandırdığı için önemli bir bakış açısı barındırmaktadır. İşte bu yaklaşım, çalışmanın yapılma amacını ve önemini açığa çıkarmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Instagram'da nostaljinin nasıl inşa edildiği, nostalji konseptli kafeler üzerinden değerlendirilen bu çalışmada, söz konusu kafelerin Instagram hesapları ve bu hesaplardaki paylaşımların içeriği dikkate alınmıştır. Zira temelde fotoğraf olmak üzere videolarla da mekânın sunumunu yapan işletmeciler, yansıttıkları görsellerle geçmişe ait temsilleri rahatlıkla sergileyebilmekte, tarihsel döneme ışık tutabilmektedir. Bu açıdan nostalji konseptli kafelerin Instagram hesaplarının içeriği incelendiğinde, bu mekânlarda nostaljinin nasıl inşa edildiğine dair yansımaları görmek mümkün hâle gelebilir. Bu nokta çalışmanın yöntemi olarak içerik analizinin seçilmesini gerekli kılmaktadır. Bilindiği gibi içerik analizi hem nicel hem de nitel bir çözümlenmeye imkân sunsa da bu çalışmanın ihtiyacı doğrultusunda medya materyallerinin üretim anlamlarına ve bağlamlarına yönelik bir çıkarsama öncelendiği için nitel içerik analizi temel alınmıştır. Bu açıdan nitel içerik analizinin kullanılma gerekçesi, nitel veriler aracılığıyla olgular hakkında deneyimlerin, eylemlerin tanımlanabilmesi, ayrıca duyguların bulunduğu bilgilerin detaylı şekilde aktarılabilirdiği bir yorumlama olanağına izin vermesidir.

İçerik analizine dair pek çok çalışmanın ortak noktası, iletişim içeriğinin nicel çözümlenmesine ilişkin olmasıdır. Belli kategorilere ayrılan içeriklerdeki açık öğeler, belli ölçütlere göre sınıflanır, sayılır, yorumlanır ve raporlanır. Analizin temeli objektiflik ölçütüne dayanmakla birlikte adım adım aşamalar doğrultusunda ilerlenmektedir. En sık kullanılan nicel içerik analizinin yanı sıra nitel analizden de faydalanılmaktadır. Zira bu analiz aynı zamanda Bilgin'in de belirttiği gibi çıkarsama/çıkarma esasına dayandığı için objektiflik-subjektiflik uçları arasında uzanan bir doğru üzerinden farklı noktaları da kapsayan teknikler barındırmaktadır. Çok biçimli ve çok işlevli bir görünüm taşıyan bu teknikler bütünü, yöntemi kullanan uygulayıcıların öznel yaratıcılıklarına imkân tanıyan yapıdadır (2014, ss. 1-2). Bu açıdan Alanka'nın (2024) da aktardığı gibi niteliksel analiz yapan araştırmacılar, bilginin elde edilme sürecinde karşılıklı etkileşim içerisine girerek bilgiyi oluşturan ve yorumlayan kişiler olarak görülmektedir.

İçerik analizi temelde iletişim içeriğinin önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinde sistematik biçimde incelemeye dayanmaktadır. Görsel, işitsel, metinsel her türlü içerik, bu teknikle çözümlenebilir (Geray, 2014, s. 135). İçerik analizinde diğer bir nokta da birbirine benzeyen içeriklerin belli temalar doğrultusunda bir araya getirilerek okurun anlayabileceği bir tarzda düzenlenmesi ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 227). Tüm bunların yapılabilmesi içinse incelenecek materyalin belirlenmesi ve sınırlanmasıyla başlanır. Bu aşamada araştırma evreni açık biçimde tanımlandıktan sonra bu evreni temsil etme niteliğine sahip örneklem seçilmelidir (Hansen, 2003, s. 62). Erdoğan'a (2012, s. 210) göre amaçlı örneklem yöntemi, söz konusu evrene uygun seçimi gerçekleştirebilmek için işlevseldir.

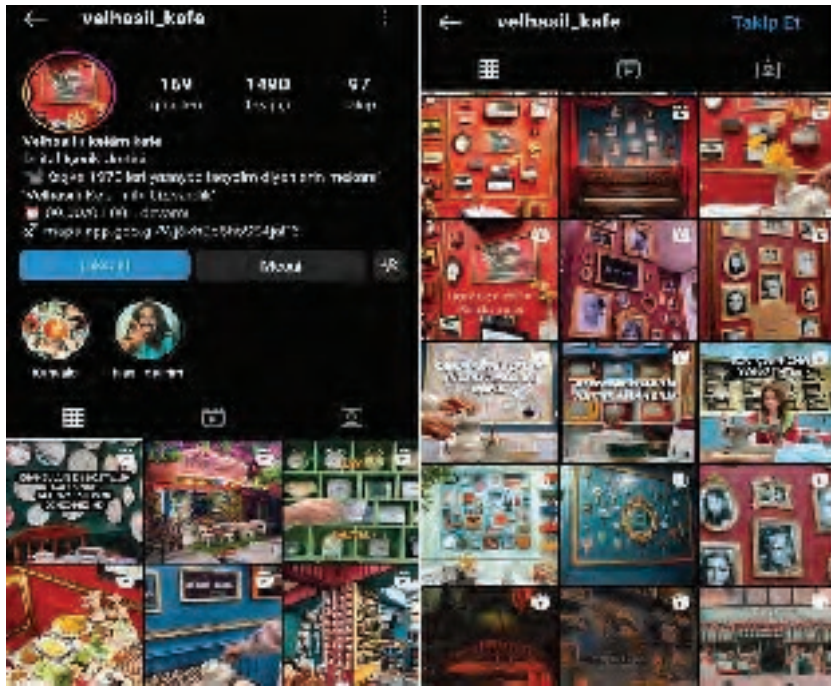
İçerik analizi sadece bir metnin içeriğinin, o metin temelinde çözümlenmesinin ötesinde, metin ötesi içerikle bağlantı kurmayı hedeflemektedir. Diğer bir deyişle, içerik analizi, metin ile içerik arasında az çok bir ilişki bulunduğu varsaymakta; böylelikle çözümlene sürecindeki metinlerin, metin ötesindeki evrene (kaynak, alıcı kitlesi, durum) yönelik çıkarımlar yapmayı amaçlar (Gökçe, 1995, s. 26). Bu şekilde içeriğin içinde verilmek istenen mesaj, içeriğin üreticisi, içeriğin ait olduğu dönem ve kültür hakkında anlamlandırmalar yapmaya olanak tanır (Güler vd., 2015, s. 365). Bu bağlamda içerik analizi, sadece içeriğin açık materyallerini saymaya dayanan pozitivist bir metodolojiden ziyade medya materyallerinin üretim anlamlarına ve bağlamlarına ilişkin çıkarsamaları içine alan, bu yönüyle de nicel bir teknikten çok daha fazlasına işaret etmektedir (Yıldırım, 2015, ss. 106-149). İçerik analizinde işaret edilen bu nokta, nitel değerlendirmelerin de ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmada belirlenen zaman diliminde, Instagram'da nostalji konseptli kafelerin hesaplarında üretilen içeriklerdeki anlam ve bağlamlarını incelemesi uygun bir yol haritası olacaktır.

Aysuna Türkyılmaz'ın (2016, s. 54) da belirttiği gibi hizmet sektörü nostaljinin izlerinin gözlemlendiği sektörlerin başında gelmektedir. Özellikle kafe ve restoranların iç dekorasyonlarında nostalji öğelerinden sıklıkla faydalanılmaktadır. Örneğin "Big Yellow Taxi Benzin", "Yeşilçam Kahve Evi" gibi kafeler bunlara örnek verilebilir (Köse & Aydın, 2020, s. 773). Bunlar dışında "Velhasıl-ı Kelam Kafe", "Mim Kahve", "Vav Kahve", "Velvet Kafe", "Cafe Naftalin" "Sükût-u Hayal Kafe", "Yeşilçam Esintisi" vb. isimli nostaljik kafeler hem hizmet sektöründe hem de Instagram'da aktif bir faaliyet göstermektedir. Bu çalışmada ise araştırma evreni olan Instagram'ın "keşfet" akışından kaydedilen nostalji konseptli kafe hesapları, algoritmanın sunduğu benzer hesaplar doğrultusunda tespit edilmiş ve böylece amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak en çok takipçisi olan üç kafe seçilmiştir. 11.05.2024 tarihi itibarıyla son elli paylaşımından seçilen görsellerde kafenin nostalji konseptini nasıl yansıttığı, genel plan ve yakın plan çekimler olarak ayrılan iki kategori çerçevesinde ve "eski aletler", "saman kâğıt ve tablolar" temaları üzerinden yorumlanmış, dolayısıyla nostalji temasının nasıl inşa edildiği anlatılmaya çalışılmıştır. Ayrıca bulguların sonuna güvenilirliğin sağlanması adına kod cetveli de eklenmiştir.

Bulgular ve Değerlendirme

Nostalji konseptini kafe mekanına entegre eden Velhasıl-ı Kelam Kafe, İstanbul'un Kartal ve Pendik ilçelerindeki şubelerinde, 1970'lere ait bir konseptle müşterilerine hizmet sunmakta ve bu çalışmanın da ilk örneklemini oluşturmaktadır. Nostalji konseptini Instagram hesabı üzerinden de yansıtmaya çalışan Kafe, 149 bin takipçiyle nostaljik kafeler içerisinde en geniş kitleye sahiptir. Profilini de buna göre düzenleyen kafe yöneticisi/yöneticileri, fiziksel mekândaki havayı sosyal medya hesaplarına yansıtmaya çalışmış, kafeye dair derin bir içerik akışı sağlamışlardır.

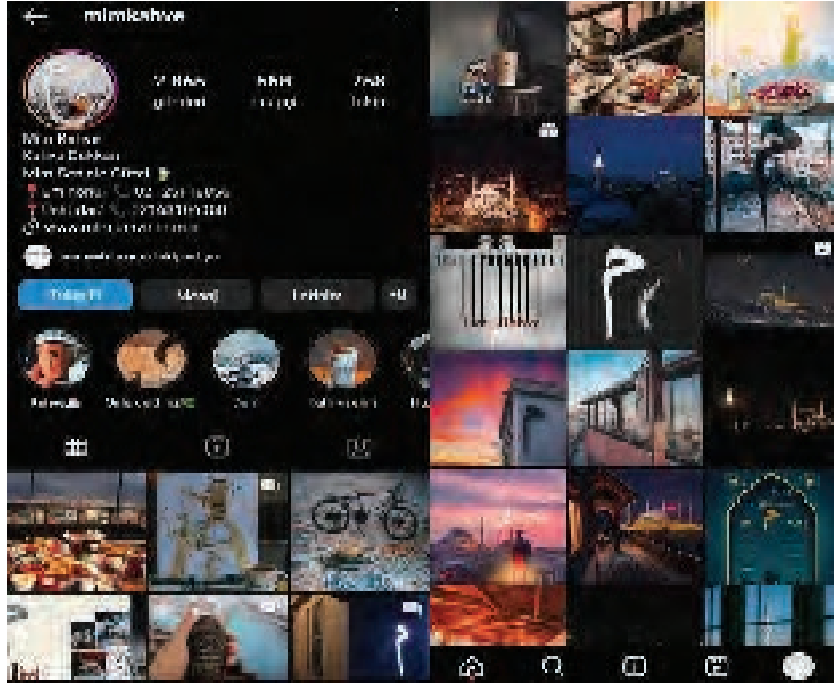
Görsel 1-2 Velhasıl-ı Kelâm Kafe Genel Profil Görünümü



“Keşke 1970’leri yaşayabilseydim diyenleri mekânı” ve “Velhasıl-ı Kelâm ilk biz vardık” biyografi bilgisiyle profilini inşa eden kafe, ilk bakışta hem metinsel hem de görsel açıdan bir dizayn gerçekleştirmektedir. Instagram’ın görsel ağırlıklı bir mecra olması, kafenin de gerek fotoğraf gerekse video üzerinden iç tasarım unsurlarını resmetmesini sağlamıştır.

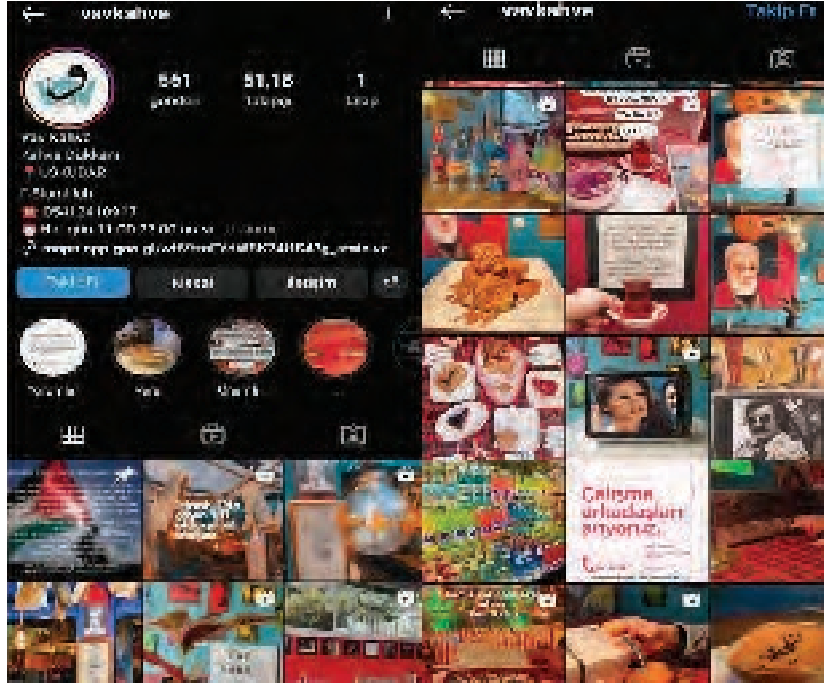
2015’te Eminönü’nde hizmet vermeye başlayan Mim Kahve ise nostaljik dokuya sahip ve panoramik İstanbul manzaralı 5 katlı bir işletmedir. 2017’de Üsküdar’da 2. şubesini müşterileriyle buluşturan kafe, şehrin kalabalığından uzaklaşıp huzurlu vakit geçirmek isteyenlerin adresi olmayı hedeflemiştir (www.mimkahve.com.tr). Instagram’ın popüler nostalji konseptli kafeleri arasında olan Mim Kahve, 56 bin takipçiye sahiptir.

Görsel 3-4: Mim Kahve Genel profil görünümü



Velhasıl-ı Kelâm Kafe'ye göre profili daha yalın bir dizaynla sadeleştiren Mim Kahve, nostaljiyle sanatı birleştiren bir üslup benimsemektedir. Bu açıdan kendisini "Bir Sanat Kahvesi" olarak da nitelendirmektedir.

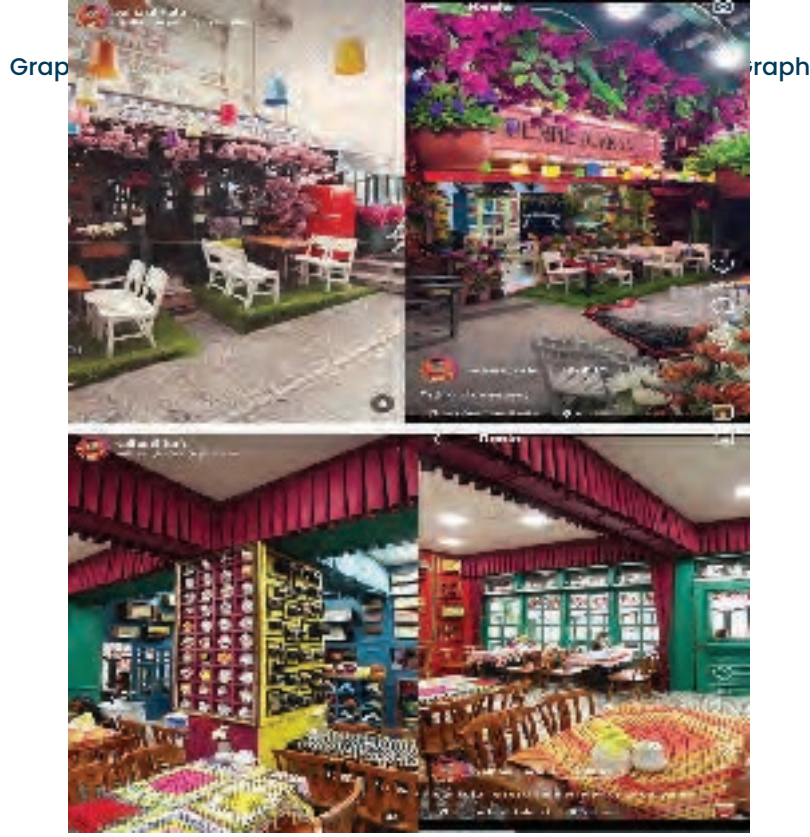
Üsküdar'ın ara sokaklarında nostaljiyle Yeşilçam'ı birleştirerek kurgulanan Vav Kahve Kafe'nin isim hikâyesi, anne karnında cenin pozisyonunu temsil eden vav harfinin tevazuyu simgelemesine dayanmaktadır (Mimar Detay, 2017). Bu anlamda kafe ismi, insanın dünyaya geliş sürecine işaret ettiği için bu sembolün geçmişe dair bir anlayış barındırdığı söylenebilir. Instagram sayfasında 51 bini aşan takipçisi, kafenin diğer nostalji kafe takipçilerine oranla öne çıkmasına neden olmakla birlikte, bilinen kafeler arasına girmesini de sağlamıştır.

Görsel 5-6: Vav Kahve Genel Profil Görünümü

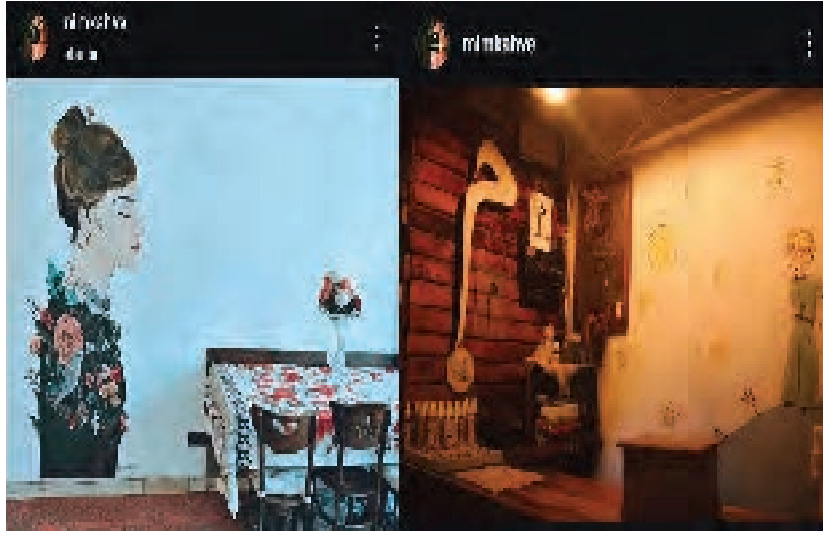
Görsel 5 ve 6'dan hareketle Vav Kahve'nin Instagram akışına bakıldığında, Velhasıl-ı Kelâm Kafe'yle benzer bir nitelik taşıdığı, bu anlamda canlı ve renkli bir konsept kurgulandığından söz edilebilir.

Genel Plan Çekimden Nostaljik Yansımalar

Nostalji konseptini Instagram hesabında yansıtan kafeler gerek genel çekim gerekse yakın çekim olmak üzere bir akış sunmakta, bu anlamda her açıdan zengin bir içerik aktarmaktadır. Bunu yaparken de hem fotoğraf hem video olarak her iki anlatım biçimini de kullanmaktadır. Bu çerçevede aşağıdaki görsellerde videolar-
dan çekilen ekran resimleri bulunmaktadır. Zira reels olarak paylaşılan videolar, ortamın ambiyansını daha iyi yansıttığı için paylaşım ağırlığı olarak sıklıkla tercih edilmektedir.

Görsel 7-8-9-10: Velhasıl-ı Kelâm Kafe'den Genel Plan Yansımalar

Velhasıl-ı Kelâm Kafe'nin genel görünümüne dair yansımalar sunan yukarıdaki dört görsel, sosyal medya kullanıcılarının sayfanın profiline girdiğinde nasıl bir mekânla karşılaşacaklarıyla ilgili izlenimler aktarmaktadır. Bu açıdan ilk iki görsel kafenin dış dizaynına ilişkin genel bir tasarım hakkında bilgi edinmeye yardımcı olurken, alttaki iki görsel de iç dizayn görünümünü keşfetmeyi sağlamaktadır. Çiçekler, renkli saksılar ve ışıklar, kaldırım bahçeleştirilen zeminler gibi unsurlarla tasarlanan dış mekânın yanı sıra iç mekânda da benzer bir yaklaşım bulunmaktadır. Bu açıdan Velhasıl-ı Kelâm Kafe'nin kültüründe yoğunluk ve canlılığın olduğundan söz edilebilir. Diğer bir deyişle nostalji teması sadelikten ziyade yoğun bir şekilde işlenmiş, müşterinin her bir bakışı çeşitli öğelere çekilecek biçimde dizayn edilmiştir.

Görsel 11-12: Mim Kahve Kafe'den Genel Plan Yansımalar

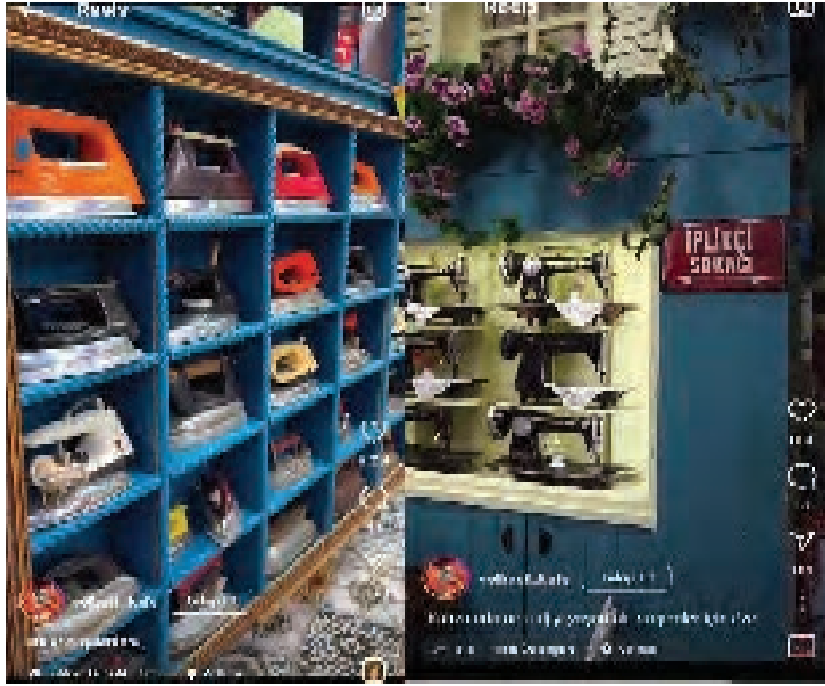
Instagram akışında çok az genel plan çekime yer veren Mim Kahve Kafe, çoğunlukla yakın plan detay çekimleri yansıtmaktadır. Kısmen genel plan sayılabilecek görsel 11 ve 12, nostaljiye dair izlenimler edinebilecek bir çerçeve sunmaktadır. Zira ilk görselde masa örtüsü olarak vazife gören öge, aslında hatırlanacağı üzere eskinin çok bildik bir perde motifini gözler önüne sermektedir. Bu anlamda belki de perde işlevine sahip olan ögenin masa örtüsü olarak kullanıldığı da düşünülebilir. Bununla birlikte sandalyelerin ve vazonun da eskiyi simgelediği vurgulanabilir. Öte yandan duvara resmedilen kadın, Mim Kahve'nin kendine özgü sanatsal üslubuna göndermede bulunmaktadır. Görsel 12'deki genel görünüm dikkate alındığında ise eskiyi simgeleyen ahşap dizayn, duvarda bir daktilo, fotoğraf makinesi, televizyon ve onun üstüne serilmiş bir örtü ve yine duvara resmedilen masalsi karakter ile nostalji teması işlenmeye çalışılmıştır.

Görsel 13-14: Vav Kahve Kafe'den Genel Plan Yansımalar

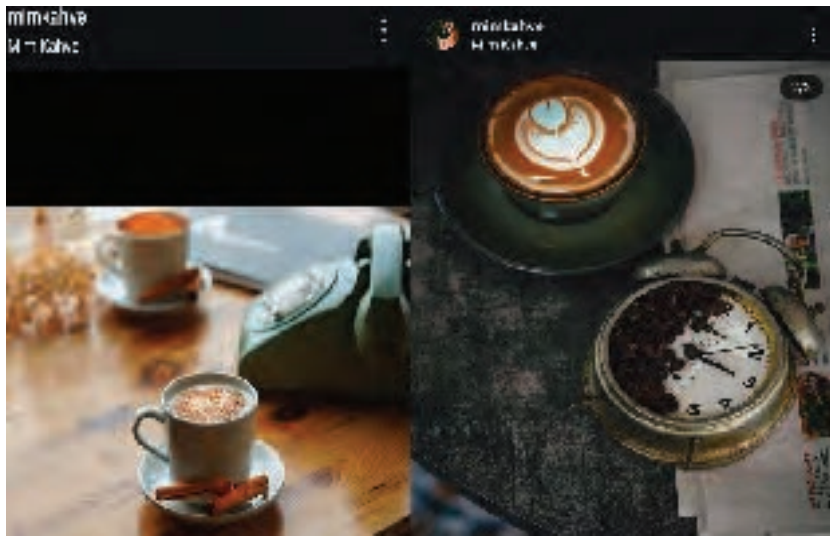
Mim Kahve'ye benzer şekilde Instagram akışını genellikle yakın plan çekimlere ayıran Vav Kahve'nin yukarıdaki genel plan yansımalarına bir reels üzerinden ulaşılmıştır. Ekran resmi çekilerek alınan görsel 13 ve 14'te, kafenin gerek metinsel gerek görsel öğeler üzerinden nostaljiyi simgelediği görülmektedir. Reels'in başlangıcında "Zaman yolculuğuna çıkmaya ne dersiniz?" sorusuyla giriş yapılması, kafenin nostalji konseptine dikkat çekme açısından farkındalık yaratmaya yöneliktir. Görsel öğelerde ise puantiyeli örtülerden tavandan sarkan saman kağıtlara, Yeşilçam yıldızlarından eski radyo-televizyonlara kadar her şey nostaljinin inşasında önemli bir rol edinmektedir. Şüphesiz genel plan çekimlere yansıyan bu ufak detaylar, yakın plan çekimlerde daha da görünür kılınmaktadır.

Yakın Plan Çekimden Nostaljik Yansımalar

Nostaljik kafelerin Instagram akışı incelendiğinde genel plandan daha yoğun biçimde yakın çekime önem verildiği, bu açıdan nostaljiye dair öğelerin detaylarına inildiği belirtilebilir. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının kafe mekânlarını yakından tanımaya olanak sağladığı gibi nostaljik konseptinin içeriğinde neler olduğunu da yansıtmaktadır. Aşağıda her üç kafeden de örnekler sunulmaktadır.

Görsel 15-16: Velhasıl-Kelâm Kafe'den Yakın Plan Yansımalar

Eski eşyalarla bezeli köşeler kuran Velhasıl-ı Kelâm Kafe, bu eşyaların adeta her türünü bularak çeşitli koleksiyonlara ilişkin tasarımlar inşa etmiştir. Öyle ki görsel 15 ve 16'dan anlaşıldığı gibi eski ütü ve dikiş makinesi modellerini vitrinlere yerleştirerek o günleri hatırlatmış, insanın yüzünde bir tebessüm yaratmayı amaçlamıştır. Böylece eski eşyalara ait bu köşeleri Instagram'a yansıtarak, fiziksel mekânda canlandırdığı nostaljiyi yeniden üretmiştir.

Görsel 17-18: Mim Kahve Kafe'den Yakın Plan Yansımalar

Kafe kültürünün iki ayrı ieeğini yakın plan çekim üzerinden Instagram akışında paylaşan Mim Kahve, her bir karede ayrı bir nostaljik ge kullanmış, böylece konseptine uygun bir yansımayı aktarmıştır. Bu anlamda görsel 17’de salebe eşlik eden eski tip çevirmeli telefonun yanı sıra görsel 18’de ise kahveyle birlikte eski tip çalar saat yer almaktadır.

Görsel 19-20: Vav Kahve Kafe’den Yakın Plan Yansımalar



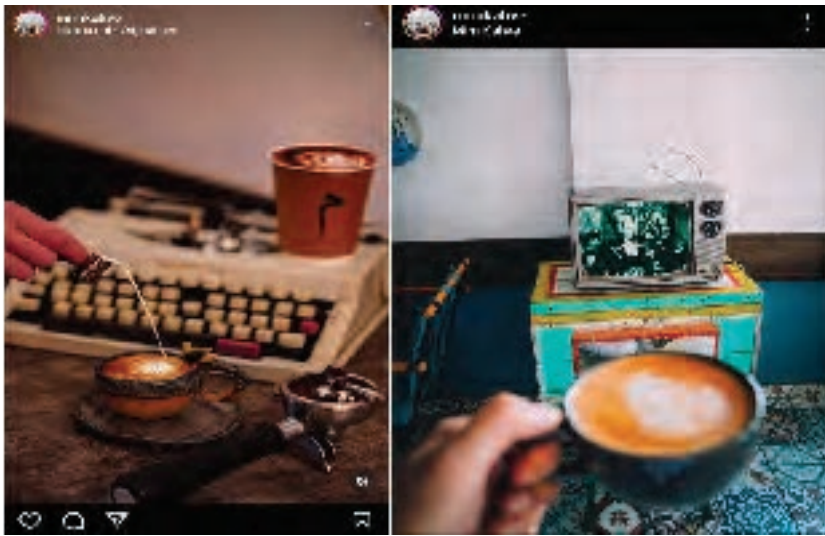
Vav Kahve Kafe’deki yakın plan çekimlerden nostaljik yansımalara bakıldığında ise yine eskiye ait iki ayrı ögenin kullanıldığı görülmektedir. Nitekim görsel 19’daki kareli örtünün üzerindeki daktilo simgesel olarak nostaljiyi çağrıştırırken, görsel 20’de tavana asılı saman kağıtlar da sararmışlıklarıyla geçmişten izler taşımaktadır. Bu tür simgeler aslında kafelerde sıklıkla kullanılan ortak temalardan sadece birkaçıdır. Bu açıdan söz konusu ortak temalara değinmek nostaljinin inşasında ayrı bir önem kazanmaktadır.

Eski Aletler Teması

Nostaljinin inşasında önemli bir yere sahip olan daktilo, televizyon, radyo gibi aletler, eskiye simgeleyen ve kafenin nostaljik konseptine uygunluk gösteren en çok kullanılan ögeler arasındadır. Bu açıdan  kafenin de içeriği analiz edildiğinde, bu tema ayrı bir anlam taşımaktadır. Aşağıdaki görsellerde,  meknin dizaynında da eski aletlere değer verildiği görülmektedir.

Görsel 21-22: Velhasıl-ı Kelâm Kafe'de Eski Aletler

Velhasıl-Kelâm Kafe'de oldukça yoğun bir şekilde yer alan eski daktilo, radyo, televizyon, telefon gibi ögeler, kimi alanda karışık bir şekilde yerleştirilmiş kimi alanlarda ise her biri sadece tek bir ögenin köşesi olarak dizayn edilmiştir. Örneğin yukarıda görsel 15 ve 16'ya dönüldüğünde, anlaşılacağı üzere söz konusu aletler ayrı ayrı vitrinleştirilerek bir sergi şeklinde yansıtılmıştır. Görsel 21 ve 22'de ise çeşitleri ögeler bir aradadır. Bununla birlikte görsel 21'de bir daktilonun üzerine yerleştirilen "eskiler güzeldi" levhası ise tıpkı nostaljinin etkilerine ilişkin literatürde belirtildiği gibi, hayatın anlamına katkıda bulunarak psikolojik sağlığı olumlu yönde etkilediğine işarettir.

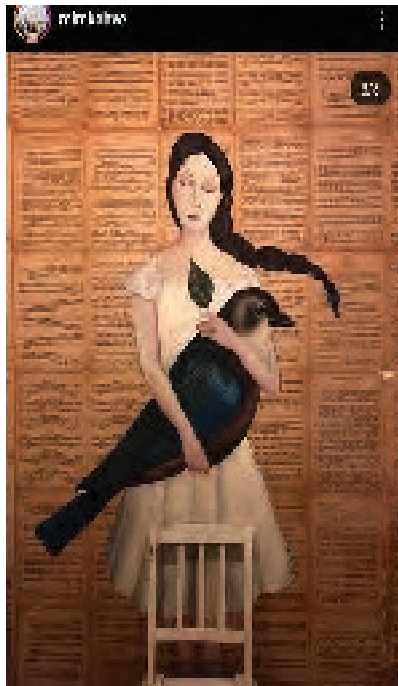
Görsel 23-24: Mim Kahve'de Eski Aletler

Görsel 25-26: Vav Kahve'de Eski Aletler

Mim Kahve ve Vav Kahve'den yansımalar sunan yukarıdaki dört görselde de söz konusu temanın en çok kullanılan ortak öğeleri yer almaktadır. Bu açıdan nostaljinin eski daktilo, televizyon, radyo, vb. aletler üzerinden inşa edildiğine dikkat çekmek gerekir. Bu ortak öğeler saman kâğıtlar ve tablolar için de geçerlidir.

Saman Kâğıt ve Tablo Teması

Nostalji konseptli kafe mekânlarının eskiyi çağrıştırmak için sık kullandığı ortak öğelerden saman kâğıtlar ve tablolar, Instagram hesaplarında da yoğun bir şekilde yansıyan görüntüler arasındadır.

Görsel 27: Mim Kahve**Görsel 28: Vav Kahve**

Görsel 27, nostaljiyle sanatın bütünleştirildiği bir yansımayı sunmaktadır. Sararmış kâğıtların üzerine resmedilen kuşa sarılan genç kız, mekânın farklı noktalarında yer alan çizimlerden ve kafenin karakteristik özelliklerinden sadece birini oluşturmaktadır. Nostalji ve sanat bu şekilde buluşturulduğunda, yeni bir üslup kazandığı söylenebilir. Bu yönüyle kafe, diğer nostalji kafelerinden sıyrılmaktadır. Görsel 28 ise, tıpkı Mim Kahve'de duvara asılan sararmış yapraklar gibi benzer bir görünüm sunan saman yaprakların bu sefer tavana asılan versiyonunu yansıtmaktadır. Dolayısıyla sararmış kâğıtlar ve nostalji arasında bir ilişkinin olduğundan ve bu ilişkin kafelerde nostalji temasının inşasında bir rol edindiğinden söz edilebilir.

Görsel 29-30: Vav Kahve



Yukarıdaki iki görsel de bir reels'ten ekran görüntüsü alınarak elde edilmiş, tablo temasına ilişkin yansımalarlardır. Nostaljik detaylara ilişkin yansıyan görünümler arasında fotoğrafların, özellikle de film aktör ve aktrislerine dair tabloların, ayrı bir yeri vardır. Zira nostalji denilince eski Türk filmleri akla geldiği için bu tarz tablolar sıklıkla kullanılmaktadır. Bu açıdan eski Türk filmlerinin bilinen isimlerden Tarık Akan ve Gülşen Bubikoğlu'na ait bir yansımayı, eski bir televizyon ekranı üzerinden aktaran Vav Kahve, hem eski filmlere dair bir nostaljiyi yaşatırken hem de söz konusu çift üzerinden eskinin duygusal ilişkilerini simgelemektedir. Dahası televizyonun arka fonunda yine eski aktör/aktrisler için tabloların asılması, mevcut nostaljik atmosferi yoğunlaştırmaktadır. Bu anlamda diğer kafelerde de görüldüğü gibi eskinin sanatçıları, bu tür kafelerde ortak bir öge olarak yer bulmaktadır. Üstelik kafenin bu öğeler aracılığıyla mekânı, "nostalji ve huzurun adresi" olarak göstermesi, nostaljiyi artık acı tatlı bir duygu durumu olarak görmeye başlayan psikologları haklı çıkarırcasına, geçmişe ait hoş anıların yansımasına işaretler.

Görsel 31:
Velhasıl-ı Kelâm Kafe



Görsel 32: Mim Kahve



Yeşilçam'a dair tablolardan bir köşe hazırlayan Velhasıl-ı Kelâm Kafe'den bir yansıma sunan görsel 31, Vav Kahve'ye benzer şekilde geçmiş dönem aktör ve aktrislerinin nostalji konsepti içerisinde yoğun bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Bu anlamda nostaljinin inşasında tabloların söz sahibi olduğu söylenebilir. Diğer taraftan görsel 32'de Mim Kahve'nin ise, ortak öge olan tablo temasını farklı bir şekilde yorumladığı ifade edilebilir. Özellikle kafenin Instagram akışında, mekânın adıyla ve işleviyle de bağlantılı olarak kahve görsellerinin sık sık yer aldığı gözlenmekle birlikte, nostaljiyi temsile eden eski tablolar yerine eski yeni motifli tabaklar, yine kafenin benimsediği sanatsal üslupla etkileşim hâindedir. Böylece kafenin nostalji ve sanatı birleştiren yeni bir tarz yarattığı söylenebilir.

Tablo 1: İçerik Analizi Kod Cetveli

Genel plan çekim	Kafenin uzaktan çekimlerine dayanan görünüm temel alınmıştır.
Yakın plan çekim	Kafenin yakından çekimlerine dayanan görünüm temel alınmıştır.
Eski aletler teması	Radyo, televizyon, daktilo, telefon gibi eski eşyalar temel alınmıştır.
Saman kâğıt ve tablo teması	Sarımsak kâğıtlar, geçmişini anımsatan tablolar ve tablo gibi duvara asılan tabaklar temel alınmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada incelenen üç hesapta geçmişin izleri çoğunlukla benzer temalar üzerinden yansıma bulmakta, hesaplardaki çoğu nesnenin ortaklığı öne çıkmaktadır. Daktilo, radyo, televizyon, tablolar, tabaklar, Yeşilçam yıldızları, saman kâğıtlar vb. eşyaların hepsi, nostalji temasının inşasında kafe sayfalarında yer almaktadır. Bununla birlikte iki kafenin daha yoğun bir tasarımla nostalji temasını kullandığı görülmektedir. Higson'un (2014, s. 121) da belirttiği gibi çağdaş dönemde nostalji, görüntülerin, seslerin, karakterlerin ve tarzların kamusal olarak yoğun bir şekilde yeniden dönüştürülmesinde ortaya çıkan, yoğun biçimde dolayımlanmış bir deneyimdir. Bu bağlamda mekân tasarımının etkisi, kullanım yoğunluğunu artırarak kafe mekân yoğunluğuna da etki etmektedir (Dedeoğlu, 2022, s. 122). Dolayısıyla nostaljinin bünyesinde olan bu yoğunluk, nostalji konseptli kafelerin dizaynında da yer almış, nostaljinin yeniden canlandırılması için güçlü bir aktarım sağlanmıştır. Şüphesiz bu nostaljik geri dönüşüm, Higson'un da eklediği gibi, özellikle de internetin, nostaljik aktivite bolluğunun bir vitrini olarak sunduğu olanaklar tarafından büyük ölçüde teşvik edilmiş ve mümkün kılınmıştır (2014, s. 121). Nostalji konseptli kafelerin yansımaları, buna önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Kafelerden biri daha sade ve sanatsal bir üslupla nostaljiyi birleştirmiştir. Aslında bu, Özkan'ın (2022) da belirttiği gibi kafelerin heterojen bir forma sahip olduğuna işaret eder. Yani nostalji temasını kullanan kafeler bile homojen değildir. Bu anlamda benzer kafeler popülerleştikçe aynılaştırmamak adına farklı bir yol arandığı düşünülebilir. Ancak böyle olsa bile üç kafede de ortak temalara işaret eden eşyalar, nostaljinin inşasında vazgeçilmez öğeleri barındırmaktadır. Nitekim geçmişe duyulan özlemde, eski eşyalara yönelik bir düşkünlüğün olduğunu ifade eden Halbrook'tan (1993, s. 245) da yola çıkıldığında, bu tür nostaljik öğelere başvurarak iç mekânını tasarlayan kafelerin, acı tatlı duygu durumunu yaşattığı söylenebilir. Bu anlamda Özel ve arkadaşlarının (2021) nostalji kafelere giden gençlerle yaptığı çalışmada da gençlerin eski eşyalara duyduğu ilgi, söz konusu düşkünlüğü açıklar niteliktedir. Bununla birlikte kafelerde günümüzde kullanılmayan eşyaların bu şekilde sergilenmesi, müze işlevi görmelerini de sağlamaktadır. Eşyaların müze-lik bir tutumla sergilenmesi, geçmişini sahiplenme duygusunun dışavurumu olarak da ele alınabilir (Kaya, 2017). Böylece hem eski eşyalara hem de geçmişe büyük bir önem atfedilerek, nostaljiye verilen değer artmaktadır.

Sonuç olarak işletmeler hedef kitleye ulaşma noktasında sosyal medya platformlarından Instagram'ı aktif bir şekilde kullanmakta, ürün ve hizmet tanıtımında çeşitli paylaşımlar yapmaktadır (Demirkaya, 2019). Bu anlamda hizmet sektöründe konumlanan nostalji konseptli kafeler, Instagram'ı aktif kullanan işletmelerden yalnızca birini oluşturmaktadır. Sosyal medyanın giderek hayatın merkezinde yer almaya başlaması, kafe mekânlarının gerek fiziksel gerek işlevsel gerekse tasarım açısından yapılanması üzerinde düşünmeyi gerekli kılmıştır. Böylece Yılmaz'ın (2022) da ifade ettiği gibi "Instagramlanabilir" kafe mekânları ortaya çıkarak yaygınlaşmış, nostalji konseptli kafeler de bu durumdan yararlanan tasarımlar yarat-

mıştır. Çünkü günümüzde kafelerin kullanım amacı, temel düzeyde kahve içme etkinliğinin ötesine geçerek mekânın sosyal statüsünden yararlanma, yarattığı duyguyu ve değerleri hissetme gibi anlamlar da taşımaktadır. Dolayısıyla nostaljinin duygulara dokunması ve mutlu anlar yaratması, çağımızın temel sorunlarından biri olan değer kaybı ve özlem duygularına yönelik olumlu bir anlam katacaktır. Bu yüzden nostalji, bu tür kafeler yoluyla ortak bir deneyime göndermede bulunarak olumlu bağlamda canlandırılır. Diğer bir deyişle geçmişin mekânsal inşası, “canlandırılmış nostalji” olarak nostaljik konseptli kafelerde hayat bulur. Bunun da ötesinde bu kafelerin sosyal medya aracılığıyla yansıyan görünümü, canlandırılmış nostaljinin yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla canlandırılmış nostaljiye çifte vurgu yapmak, sosyal medya ve nostalji temasının inşasında önemli bir bakış açısı sunacaktır.

Nostaljinin olumsuzluğu ifade eden tıbbi bir hastalıktan zihinsel bir bozukluğa uzanan geçmişinin, acı tatlı bir duygu durumu olarak olumlanmasıyla birlikte, pazarlama stratejileri yenilenerek nostalji ve retro pazarlama alanları gelişmiş, nostalji teması günümüzün postmodern koşullarına uyum sağlamıştır. Böylece ürün ve hizmet anlayışının önemli bir bileşeni hâline gelen nostalji, kapsam alanını genişletmiş, buna mukabil akademik incelemeler de artış göstermiştir. Modadan sanata, mimariden müziğe, dizilerden televizyon programlarına kadar nostaljinin esintilerini görmek mümkün olduğu gibi nasıl inşa edildiğini anlamak da imkân dahilindedir. Sosyal medya platformları ise farklı bağlamlarda nostaljik içerikler sunarak hafıza mekânları olarak işlev gören vasfıyla da öne çıkmaktadır. Bu açıdan nostaljinin inşasında geçmişin deneyimlerini dolaylı yoldan canlandırmaya aracılık eden Instagram, nostalji konseptli kafelerin yansımalarında güçlü veri sunmaktadır. Bu da müşteriyi çekmek için ayırt edici bir özellik olarak devreye girebilir. Sosyal medya, bu ayrımı ifade edebilmenin en görünür yeridir. Bu perspektifle bundan sonraki çalışmalarda, nostalji temasının inşasının sosyal medyada ayırt edici bir nitelikle nasıl yansıma bulduğu değerlendirilebilir.

Kaynakça

- Alanka, D. (2014). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*,1(1), 62-82
- Alsaç, F. (2019). Televizyon reklamlarında nostaljik temalar. *Journal of Turkish Language and Literature* 5(1), Winter, 1-11. Doi: 10.20322/lit-tera.512198
- Altuntuğ, N. (2011). Değerlere hitap eden pazarlamanın nostalji boyutu. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 3(2), 265-273.
- Aydeniz, S. (2023). Yeni medya çağında nostalji: Bir bellek mekânı olarak Old Laik Days. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Hacettepe Üniversitesi
- Aysuna Türkyılmaz, C. (2016). Geçmişin Gücü: Retro Pazarlama. Beta.
- Baltacı, G. D. (2022). Restoran ve kafe iç mekân tasarımlarında sosyal medyanın etkisinin belirlenmesi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Barbara B. Stern (1992) Historical and personal nostalgia in advertising text: The fin de siècle effect *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22. DOI: 10.1080/00913367.1992.10673382
- Bilgin N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar. (3. Baskı). Siyasal Kitabevi.
- Boym, S. (2021). Nostaljinin geleceği. (F. B. Aydar, Çev.). Metis Yayınları.
- Cassin, B. (2020). Nostalji insan ne zaman evindedir? (S. Kıvrak, Çev.). Kolektif Kitap. Cheung, W. Y., Wildschut, T., Sedikides, C., Hepper, E. G., Arndt, J., & Vingerhoets, A. J.
- J. M. (2013). Back to the future: Nostalgia increases optimism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(11), 1484-1496. Doi:10.1177/0146167213499187
- Cui, R. (2015). A review of nostalgic marketing. *Journal of Service Science and Management*, 08(01), 125- 131. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.81015>
- Çeber, B. (2021). Retro pazarlama ve markaların retro pazarlama faaliyetlerine ilişkin uygulamalı bir araştırma. Eskişehir Osmangazi

Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 253-275 DOI: 10.17494/o
gusbd.

- Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday: Sociology of nostalgia*. The Free Press.
- Dedeoğlu, M. (2022). *Kafe mekanları iç mekân analizi: Konya- Starbucks kafe örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversite si-Hacettepe Üniversitesi.
- Demirkaya, D. (2019). *Dijital ortamların halkla ilişkiler amaçlı kullanımı: Kafe ve restoran işletmelerine yönelik nitel bir araştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi araştırma tasarımları nitelik sel ve istatistiksel yöntemler (3. Baskı)*. Erk Yayınları.
- Eser, Z. (2007). *Nostaljinin pazar bölümlenme değişkeni olarak kullanılması üzerine kavramsal bir çalışma*. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 115-130.
- Eski, M. (2022). *Marka güncelliği ve marka mirasının devamlılığında retro pazarlamanın rolü kişisel nostalji deneyimi olmayan Z kuşağı üzerine bir araştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversi tesi.
- Geray, H. (2014). *İletişim alanından örneklerle toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Umuttepe Yayınları.
- Gökalliler, E. ve Arslan Z. (2015). *Geçmişle bağ kuran bir pazarlama yak laşımı: Retro pazarlama perspektifinden tüketicilerin marka kimliği ve marka imajına bakış açıları üzerine bir araştırma*. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 240-260.
- Gökçe, O. (1995). *İçerik Çözümlemesi (2. Baskı)*. Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Gülay, B. (2015). *Nostalji markalaşmasında post-modern pazarlama örneği: Retro müzik*. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(3), 699-707.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşğın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştı rma (2. Baskı)*. Seçkin.
- Güzel, E. ve Okan, E. Y. (2016). *Nostaljiye genç bakış: Nostalji içerikli reklam*

- ların postmodern bireyler üzerindeki etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 137-154.
- Hansen, A. (2003). İçerik çözümlemesi (M. S. Çebi, Der.-Çev.), iletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi (ss. 49-102). Alternatif Yayınları.
- Hartmann, B. J. ve Brunk, K. H. (2019). Nostalgia marketing and (re-)enchantment. *International Journal of Research in Marketing*, 36(4), 669-686. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.05.002>
- Higson, A. (2014) Nostalgia is not what it used to be: Heritage films, nostalgia websites and contemporary consumers. *Consumption Markets & Culture*, 17(2), 120-142, DOI: 10.1080/10253866.2013.776305
- Holak, S. L. ve Havlena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, and memories. *Journal of Business Research*, 42(3), 217-226. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00119-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00119-7)
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245-256. <https://doi.org/10.1086/209346>
- Holotová, M., Kádeková, Z., & Košičiarová, I. (2020). Retro marketing – a power of nostalgia which works among the audience. *Communication Today*, 11(2), 148-164.
- Kaya, R. (2017). Kentsel yenilenme ve nostalji duygusu bağlamında kafele rde geçmişin temsili ve belleğin yeniden üretimi: Süleymaniye örneği. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Keskin, H. D. ve Memiş, S. (2011). Retro pazarlama ve pazarlamada uygulamaya yönelik bazı örnekler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 191-202.
- Kızıldemir, B. (2016). Exploring the role of nostalgia in the restaurant experience and its reflections on return patronage. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Köse, H. Ve Aydın, H. (2020). Medyatik popüler kültürde nostalji: Kültürel doyum üzerine bir inceleme. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 26(4), 757-779. DOI: 10.22559/folklor.1343
- Levi, E., Özçelik A. B. & Sarıgül, B. (2023). Z kuşağının nostalji pazarlamasına yaklaşımı. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(4),

499-525.

- McCann, W. H. (1941). Nostalgia: a review of the literature. *Psychological Bulletin*, 38(3), 165-182. doi:10.1037/h0057354
- Özel, Ç. H., Çoban, E. & Çoban, S., (2021). Postmodern tüketicilerin nostalji eğilimi: Y kuşağı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 13(1), 21-43.
- Özkan Pir, E. (2019). Nostalgic evolution of marketing: Retro Marketing. *The Journal of Social Science* 3(6), 613-624. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.616780>
- Özkan, H. (2022). Kadıköy'de kafelerin tercih sebepleri (Osmanağa ve Caferağa mahallesi örneği). [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi.
- Özturhan, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin boş zaman değerlendirme etkinliklerinde mekân tüketimi: Kafe örneği. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. KTO Karatay Üniversitesi.
- Öztürk, T. (2015). Postmodernizmin zaman algısı: Müzikte nostalji modası. *Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dergisi*, 1, 31-42.
- Pascal, J.V., Sprott, D. E. & Muehling, D. D. (2002). The influence of evoked nostalgia on consumers' responses to advertising: An exploratory study, *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 24(1), 39-47.
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C. & Juhl, J. (2013). Nostalgia as a resource for psychological health and well-being. *Social and Personality Psychology Compass* 7(11), 808-818.
- Routledge, C. (2016). *Nostalgia: A psychological resource*. Routledge Press.
- Rutherford, J. ve Shaw, E. H. (2011). What was old is new again: The history of nostalgia as a buying motive in consumption behavior. *Marketing History in the New World*, 15, 157-166.
- Sağiroğlu, A. (2020). Canlandırılmış nostalji bağlamında geçmişin mekân sal inşası ve müzik: 70'ler cafe örneği. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Saltık, R. (2022). Sosyal medyada nostaljik hafıza deneyimleri olarak throw back paylaşımlar. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma*

Dergisi, 19, 8-37.

- Satır, M. E. (2021). Yeni medya ve nostalji: TRT arşiv üzerine bir değerlendirme. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 116-129.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008). Nostalgia: Past, present and future. *Current Directions in Psychological Science*, 17(5), 304- 307.
- Shields, A. B. & Johnson, J. W. (2016). What did you do to my brand? The moderating effect of brand nostalgia on consumer responses to changes in a brand. *Psychology & Marketing*, 33(9), 713-728. doi:10.1002/mar.20912.
- Şahin, E. ve Kaya, F. (2019). Retro pazarlama kapsamında tüketicilerin retro marka eğilimlerinin retro marka farkındalığına ve retro marka güvenine etkisi: Konya ilinde bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi The Journal of International Social Sciences*, 29(1), 227-248.
- Şengel, A. (2022). Retro pazarlama perspektifinden marka gençleştirme stratejisi: Bir olgubilim çalışması. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.
- Tansel, B. & Kaya, S. (2019). Instagram'da zamana yolculuk: Nostalji alsının yeniden üretilmesi ve tbt'nin kullanım pratikleri üzerine. *Etkileşim*. 4, 236-253.
- Temurtaş, T. (2023). Kültür endüstrisi bağlamında reklamlarda nostaljik unsurların tüketimi: Televizyon reklamları üzerine bir araştırma. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Toksarı, M. & Aydar, A. F. (2021). Retro pazarlama perspektifinden tadım kuruyemiş markası ile ilgili reklamın göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 891-910.
- Toledo, A. C., & Lopes, E. L. (2016). Effect of nostalgia on customer loyalty to brand post- merger/acquisition. *BAR, Rio de Janeiro*, 13(1), 33-55. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1807-7692bar2016150007>.
- Türk, Z. (2021). Tüketicilerin kişisel nostalji eğilimi ve nostaljik ürünlere ilişkin kalite algısının satın alma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45, 419-430.

- Werman, D. S. (1977). Normal and pathological nostalgia. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 25(2), 387–398.
doi:10.1177/000306517702500205
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975–993. DOI: 10.1037/0022-3514.91.5.975
- Wilson, J. L. (2014). *Nostalgia: Sanctuary of Meaning*. University of Minnesota Publishing.
- Yılmaz, Z. (2022). Sosyal medyanın iç mekân biçimlenişine etkisi: Instagram uygulaması üzerinden kafe mekanları incelemesi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik çözümlemesi yönteminin tarihsel gelişimi uygulama alanları ve aşamaları. B. Yıldırım (Ed.), *İletişim araştırmalarında yöntemler uygulama ve örnekler*. (ss. 105–155). Literatürk Akademi.
- Yıldız, M. C. (2007). *Kahvehane Kültürü*. Beyan Yayınları.
- Yüce, A., Samsa, Ç. & Meriç, K. (2019). Effects of nostalgia proneness on consumer-based brand equity: A case study on the eastern express. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 199–212.
- Yüksel, Z. İ. (2022). Viyana kafe kültürünün oluşumunda thonet no: 14 sandalyenin etkisi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atılım Üniversitesi.
- Zhou, X., Sedikides, C., Wildschut, T., & Guo Gao, D. (2008). Counteracting Loneliness: On the Restorative Function of Nostalgia. *Psychological Science*, 19(10), 1023–1029.
- Zhou, X., Wildschut, T., Sedikides, C., Shi, K., & Feng, C. (2012). Nostalgia: The gift that keeps on giving. *Journal of Consumer Research*, 39(1), 39–50. doi:10.1086/662199
- İMimarİDetay, (2017). Vav Kahve. <https://1mimar1detay.wordpress.com/2017/06/11/vav-kahve/>
www.mimkahve.com.tr



2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve YouTube Yorumları: Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi Üzerine Bir Çalışma¹

*A Study on Cyberbullying and Hate Speech:
The 2023 Presidential Elections and YouTube Comments*

Ünal TOPUKSUZOĞLU¹

¹ Yüksek Lisans Mezunu, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı;
unaltopuksuzoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9060-4232

ÖZ

Siber zorbalık ve nefret söylemi, dijital çağın ciddi meselelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Teknolojik ilerlemeler bu sorunları daha da belirginleştirmiştir. Özellikle sosyal medya platformları, siber zorbalık ve nefret söyleminin yoğun olarak görüldüğü başlıca alanlardan biri olmuştur. Bu makale, dijital çağda siyasetçilere yönelik siber zorbalık ve nefret söylemi olgusunu incelemeyi hedeflemektedir. Çalışmanın ana konusu, YouTube platformunda siyasetçilere yönelen nefret söylemi ve siber zorbalığın seçim dönemleri ve toplumsal kutuplaşma süreçleri ile olan ilişkisidir. Araştırmanın temel amacı, çevrim içi ortamda siyasetçilere yönelik eleştiri ile siber zorbalık ve nefret söylemi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve bu ilişkinin toplumsal kutuplaşma ve çevrim içi iletişim dinamikleri üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Bu bağlamda, 14 Mayıs 2023 ile 28 Mayıs 2023 tarihleri arasında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde farklı siyasi görüşleri temsil eden üç ittifak liderlerine ait YouTube videoları seçilmiş ve amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenen 6 video, toplam 347 yorum içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri döneminde YouTube’da siyasi figürlere yönelik yorumlar, büyük ölçüde siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Anonim kullanıcıların yoğunluğu, bu söylemlerin yayılmasını kolaylaştıran önemli bir faktör olarak öne çıkmıştır. Siyasal nefret söylemi, tüm videolarda en yaygın nefret söylemi türü olurken, siber zorbalık türleri de platformlarda sıkça görülmüş; bu durum, dijital ortamlardaki kutuplaşmayı ve agresif tartışmaları derinleştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siber zorbalık, nefret söylemi, cumhurbaşkanlığı seçimleri, YouTube, sosyal medya

ABSTRACT

Cyberbullying and hate speech emerge as significant issues in the digital age. Technological advancements have further accentuated these problems. Social media platforms, in particular, have become primary arenas where cyberbullying and hate speech are prominently observed. This article aims to examine the phenomenon of cyberbullying and hate speech directed towards politicians in the digital era. The main focus of the study is the relationship between hate speech and cyberbullying targeting politicians on the YouTube platform and how these are related to election periods and processes of social polarization. The primary objective of the research is to elucidate the relationship between online criticism of politicians and the presence of cyberbullying and hate speech, and to analyze the effects of this relationship on social polarization and online communication dynamics. In this context, YouTube videos of the leaders of three alliances representing different political views during the Presidential elections held between May 14 and May 28, 2023, were selected. Six videos, chosen through purposive sampling, along with a total of 347 comments, were examined using content analysis. According to the findings, comments directed at political figures on YouTube during the 2023 Presidential Election period largely contained cyberbullying and hate speech. The prevalence of anonymous users emerged as a significant factor facilitating the spread of these discourses. Political hate speech was the most common type of hate speech across all videos, while various forms of cyberbullying were also frequently observed on the platforms, further deepening polarization and aggressive debates in digital environments.

Keywords: Cyberbullying, hate speech, presidential elections, YouTube, social media

¹ Bu makale, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı’nda Prof. Dr. Erdem Güven’in danışmanlığında Ünal Topuksuzoğlu tarafından tamamlanan “2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde YouTube Videolarında Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi İncelemesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Gönderim/Received: 14.09.2024

Düzeltilme/Revised: 24.12.2024

Kabul/Accepted: 30.12.2024

Atıf / Citation: Topuksuzoğlu, Ü. (2024). 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve YouTube Yorumları: Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi Üzerine Bir Çalışma. Global Media Journal Turkish Edition, 15(29), 106-140

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

The dynamics of social and political life have significantly transformed with the rapid advancement of digital communication technologies. These technological developments have created a new communication environment by providing universal access and interaction through communication tools, enhancing interaction and information sharing among various segments of society. However, this new communication environment brought about by the digital age has also introduced serious issues such as cyberbullying and hate speech.

Cyberbullying and hate speech have increasingly become a problem on online platforms. The widespread use of popular digital communication tools, especially social media, has made cyberbullying and hate speech targeting politicians more pronounced. These phenomena often intersect with political criticism, affecting societal polarization processes in the digital communication environment.

This study aims to examine the existence of online cyberbullying and hate speech directed at politicians in the digital age. Additionally, it seeks to understand how political criticisms intersect with cyberbullying and hate-filled digital communication and how this phenomenon is related to election periods and societal polarization processes. In this context, the study aims to reveal the relationship between online criticisms directed at politicians and cyberbullying and hate speech, and to analyze the effects of this relationship on societal polarization and online communication dynamics.

In the literature, cyberbullying and hate speech are generally addressed as separate phenomena; however, the ways in which these two concepts intersect and shape each other have not been thoroughly explored. This study will analyze how cyberbullying and hate speech operate in an interconnected and mutually reinforcing manner. The originality of this research lies in its contribution to understanding how these two phenomena coexist. In this context, while discussing the relationship between cyberbullying and hate speech, the study will examine how these two phenomena converge in online criticism and reinforce each other.

This research will make a significant contribution to the literature by investigating the complex relationship between cyberbullying, hate speech, and political criticism on online platforms through YouTube comments, and by evaluating the effects of this relationship on societal dynamics.

The fundamental problems of the research can be outlined as follows:

1- Are there any posts containing cyberbullying and hate speech in the criticism of politicians within YouTube comments during the 2023 Presidential elections?

2- What is the distribution of YouTube comments containing cyberbullying and hate speech against politicians based on user types (anonymous and registered users) during the 2023 Presidential elections?

3- How has cyberbullying and hate speech increased in YouTube comments directed at politicians during the 2023 Presidential elections, in this process where societal polarization has intensified?

In line with the aim of this research, YouTube videos featuring alliance leaders from the Presidential elections held between May 14, 2023, and May 28, 2023, were selected, and a total of 347 comments from 6 purposively sampled videos were analyzed using content analysis methodology.

The results of this research are based on the content analysis of comments made on YouTube videos featuring Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu and Ümit Özdağ between May 14 and May 28. The reason other leaders were not considered within this scope is that these three leaders stood out in the alliances they formed. Although Ümit Özdağ was not the presidential candidate of the Ata Alliance, he was considered the most significant figure representing the alliance's program and serving as its spokesperson, and for this reason, he was evaluated as the leader of the alliance. The study examined the presence of cyberbullying and hate speech practices in online comments directed at political figures. The findings reveal the attitudes and behaviors of users on online platforms.

Giriş

Toplumsal ve siyasal yaşamın dinamikleri, dijital iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte önemli ölçüde dönüşmüştür. Bu teknolojik ilerlemeler, iletişim araçlarının evrensel erişim ve etkileşim sağlamasıyla yeni bir iletişim ortamı yaratmış, toplumun çeşitli kesimleri arasında etkileşimi ve bilgi paylaşımını artırmıştır. Ancak dijital çağın ortaya çıkardığı bu yeni iletişim ortamı, siber zorbalık ve nefret söylemi gibi ciddi sorunları da beraberinde getirmiştir.

Siber zorbalık ve nefret söylemi, çevrim içi platformlarda giderek artan bir sorun hâline gelmiştir. Özellikle sosyal medya gibi popüler dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması, siyasetçilere yönelik çevrim içi siber zorbalık ve nefret söyleminin daha belirgin hâle gelmesine yol açmıştır. Çınar (2022), 2019 İstanbul Yerel Seçimleri sırasında BaBaLa TV'deki İmamoğlu-Yıldırım ortak yayınına gelen YouTube yorumlarını içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, çevrim içi nefret söylemi ve ötekileştirmenin nasıl şekillendiğini ortaya koymuştur. Araştırma, adayların daha örtük biçimlerde nefret söylemi kullandığını, kullanıcıların ise daha açık nefret söylemine başvurduğunu ve bu söylemlerin siyasal nefret söylemi odağında yoğunlaştığını tespit etmiştir. Kyaw (2019) ise Myanmar'da Facebook kullanımının, nefret söylemi ve sahte haberler gibi olumsuz etkilerinin yanı sıra, partizan siyasi iletişimi beslediğini belirtmiştir. Bu bulgular, çevrimiçi platformlarda siyasetçilere yönelik eleştirilerin siber zorbalık ve nefret söylemi ile birleşerek toplumsal kutuplaşmayı nasıl etkilediğini anlamamıza olanak sağlamaktadır.

Bu araştırma, dijital çağda siyasetçilere yönelik çevrim içi siber zorbalık ve nefret söyleminin varlığını incelemeyi hedeflemektedir. Ayrıca, siyasi eleştirilerin

siber zorbalık ve nefret içeren dijital iletişimle nasıl birleştiği ve bu olgunun seçim dönemleri toplumsal kutuplaşma süreçleriyle nasıl ilişkilendiği sorularına cevap aramaktadır. Çevrim içi platformlarda siyasetçilere yönelik eleştirilerin, siber zorbalık ve nefret söylemiyle nasıl iç içe geçtiğini ortaya koymak ve bu ilişkinin toplumsal kutuplaşma ve çevrim içi iletişim dinamikleri üzerindeki etkilerini analiz etmek amaçlanmaktadır. Solovev & Pröllochs (2022), sosyal medyada artan nefret söylemini inceledikleri çalışmalarında, siyasetçilerin kişisel özelliklerinin (cinsiyet, etnik köken, parti üyeliği) paylaşımlarına gelen nefret yorumları üzerindeki etkilerini ve sosyal medya üzerinden siyasetin giderek daha kutuplaşmış hâle geldiğini göstermiştir. Kalav ve Certel Fırat (2017) ise internetin günlük yaşamda önemli bir yer edinmesiyle birlikte medya ortamlarının dönüşümüne dikkat çekmiş ve yeni medyanın özgür iletişim alanları yaratırken dijital nefret söyleminin ciddi etik sorunlara yol açtığını vurgulamıştır. Çalışmada, özellikle 2017 ABD başkanlık seçimleri sonrasında Trump'ın başkanlık döneminde kullanılan göçmen karşıtı etiketlerin, Twitter'da yayılan nefret söylemleri üzerindeki etkisi ele alınmış ve sosyal medya platformlarının denetim eksikliklerinin aşırı sağcı grupların güçlenmesine yol açabileceği ifade edilmiştir. Kurtul (2019) ise 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri'ne ait 2.412 tweeti analiz etmiştir. Araştırma, bu tweetlerin 667'sinin nefret söylemi içerdiğini ve genellikle küfür, hakaret ve aşağılama gibi ifadelerle dile getirildiğini ortaya koymuştur. Siyasal nefret söylemi, ideolojik, etnik, dini ve düşünsel farklılıklardan kaynaklanmakta olup, genellikle bireylere, siyasi partilere ve taraftarlarına yönelmiştir. Dinî ve etnik köken temelli nefret söylemleri de önemli bir yer tutmaktadır.

Literatürde, siber zorbalık ve nefret söylemi genellikle birbirinden ayrı olgular olarak ele alınmakta, ancak bu iki kavramın bir arada nasıl şekillendiği derinlemesine incelenmemektedir. Bu çalışmada, siber zorbalık ve nefret söyleminin birbirini besleyerek iç içe geçmiş biçimde nasıl işlediği analiz edilecektir. Araştırmanın özgünlüğü, bu iki olgunun bir arada nasıl var olduğuna dair yapacağı katkılarda yatmaktadır. Bu bağlamda, siber zorbalık ve nefret söylemi arasındaki ilişkiyi ele alırken, bu iki olgunun çevrim içi eleştirilerde nasıl bir araya geldiği ve birbirini nasıl pekiştirdiği tartışılacaktır.

Bu araştırma, çevrim içi platformlarda siyasetçilere yönelik siber zorbalık ve nefret söylemi ile siyasi eleştiriler arasındaki karmaşık ilişkiyi YouTube yorumları üzerinden inceleyerek, bu ilişkinin toplumsal dinamikler üzerindeki etkilerini değerlendiren bir çalışma olarak literatüre önemli bir katkı sunacaktır. Araştırmanın temel soruları şu şekilde belirlenmiştir:

1- 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde YouTube yorumlarında siyasetçilere yönelik eleştirilerde siber zorbalık ve nefret söylemi içeren gönderiler mevcut mudur?

2- 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde YouTube'da siyasetçilere yönelik siber zorbalık ve nefret söylemi içeren yorumların anonim ve kayıtlı kullanıcı türlerine göre dağılımı nasıldır?

3- 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde siyasetçilere yönelik YouTube yorumlarında, toplumsal kutuplaşmanın arttığı bu süreçte siber zorbalık ve nefret söylemi nasıl bir artış göstermiştir?

Zorbalık ve Şiddet

Zorbalık üzerine yapılan ilk akademik araştırmalar, 1970'li yıllarda Dan Olweus tarafından İskandinav ülkelerinde başlatılmıştır. Olweus, başlangıçta zorbalığı, daha çok şiddeti ifade eden "mobbing" terimiyle tanımlamış, ancak 1980'li yıllarda "mobbing" terimini terk ederek "bullying" terimini kullanmaya başlamıştır (Kılıç, 2009, s.9). Bu terminolojik değişiklik, "mobbing" teriminin bir grup ya da topluluğun uyguladığı şiddeti ifade etmesine karşın, zorbalığın bireyler arası şiddet davranışlarını içermesinden kaynaklanmaktadır (Güneş, 2018, s. 7).

Zorbalık, kaba kuvvet kullanımını içeren saldırgan davranışlar olarak tanımlanabilir. Zorba eylemler, kurbanlar üzerinde önemli ölçüde acı ve üzüntüye yol açmakta olup, bu tür zorbalığa karşı koyma süreci genellikle zorlayıcı bir deneyimdir (Kepenekçi & Çınkır, 2003, s.238). Zorbalık, yalnızca doğrudan gözlemlenebilir saldırgan eylemleri değil, aynı zamanda daha az belirgin saldırganlık biçimlerini de kapsar. Örneğin, bir bireyin diğerine yönelik tehditlerde bulunması gibi davranışlar da zorbalık kapsamındadır (Swearer vd., 2009, s.2). Ancak, her çatışma durumunda zorba-kurban ilişkisi bulunması zorunlu değildir. Zorbalık, tekrarlayan olumsuz davranışların sistematik olarak bir kurbanı yöneltilmesiyle karakterize edilen bir olgudur. Bu olgu, fiziksel, bilişsel veya duygusal güç dengesizliği gibi unsurlarla tanımlanır ve kurban, kendini savunma konusunda güçlük çekebilir. Zorbalığın duygusal etkileri farklı düzeylerde ortaya çıkabilir; kurban genellikle öfke, çekingenlik veya ağlama gibi tepkiler sergilerken, zorbanın empati kurma becerisinin eksikliği, zorbalık davranışının temel özelliklerinden biri olabilir (Kartal & Bilgin, 2007, s. 209). Bu bağlamda, zorba ve kurban arasındaki güç dengesizliği, zorbalık olgusunun temel bir unsuru olarak değerlendirilir (Olweus, 1993, akt. Erdur-Baker, 2013, s. 280). Bu güç dengesizliği, zorbalık bağlamında yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda bilişsel boyutta da değerlendirilir (Öztuna, 2018, s. 17). Başka bir deyişle, zorbanın kurbanı karşı hem bilişsel hem de fiziksel üstünlüğe sahip olması beklenir (Erdur-Baker, 2013, s. 280). Bu nedenle, zorbalık; bilinçli güç kullanımı, duygusal veya fiziksel zarar verme ve tekrarlayıcılık gibi özellikleri içeren bir olgu olarak tanımlanabilir. Zorbalığın belirgin bir özelliği de güç dengesizliğinin varlığıdır. Zorbalık genellikle duygusal, sosyal ve fiziksel olarak zayıf durumda olan bireyler üzerinde gerçekleşir ve bu bireyler çoğu zaman karşılık verme kapasitesinden yoksundur (Toksöz, 2010, s. 38).

Olweus (1987, akt. Genç, 2007), zorbalığın nedenlerinde çocukların zorbalık davranışında cinsiyet, yaş ve farklı karakter özelliklerinin etkili olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, çocuk bakımını üstlenen kişi ile çocuk arasındaki uyum, ilişki

ve bağlara da özel bir dikkat çekmiştir (s.20). Zorbalığın kökenlerine dair yapılan bir analizde, çocuğun genetik özellikleri, aile kaynaklı faktörler, okul çevresi, medya etkisi, sosyoekonomik durumu ve kişilik yapısı gibi çeşitli etkenler öne çıkmaktadır (Keskin, 2010, s. 2). Zaklama (2003), zorbalıkla ilişkilendirilen öğrencilerin genellikle aile içinde sert cezalara maruz kaldığını ve duygusal destekten yoksun bir ortamda yetiştiklerini vurgulamaktadır. Sert ebeveyn tepkileriyle karşılaşan çocukların bu davranışları sosyal çevreleri ve arkadaşlarıyla paylaştıkları belirtilmektedir (ss.35-38). Ayrıca, aile içindeki saldırgan tavırlar, ev içindeki ilişki bağları ve şiddet, zorbalığın nedenlerine dair önemli unsurlar olarak değerlendirilmiştir (Genç, 2007, s. 20; Zaklama, 2003, ss. 35-38, akt. Yelboğa, 2018, s. 42; akt. Yelboğa & Koçak, 2019, s. 2293).

Olweus (1995, akt. Gökler, 2009), zorbalık tutum ve davranışlarının temelinde bulunan birbiriyle ilişkili üç psikolojik unsuru şöyle tanımlamıştır:

1- Zorbaların, güç ve baskınlık kurma arzusu bulunmaktadır.

2- Bu bireyler genellikle arka planda kalmış ailelerden gelir ve bu durum, çevreye karşı içsel nefret duygularının gelişmesine neden olabilir.

3- Zorbaların davranışlarında, sigara, para, bira gibi kişisel değerlere sahip olan şeyleri elde etmek adına kurbanlarına zorlayarak sağladıkları araçsal bileşenler bulunmaktadır (s.527).

Teknolojik araçlarla sürekli etkileşimde olan çocuklar, bu araçlar aracılığıyla şiddet içeren olaylara maruz kalabilir ve bu durum, şiddet eylemlerini normalleştirmelerine yol açabilir. Televizyon dizileri, video ve müzik gibi eğlence araçlarıyla sıkça etkileşimde bulunan çocuklar, bu tür davranışlara daha yatkın hâle gelebilirler (Genç, 2007, s. 20, akt. Yelboğa, 2018, s. 42; akt. Yelboğa & Koçak, 2019, s. 2293). Bilgi ve iletişim teknolojisi araçları üzerinden gerçekleştirilen zorbalık, özellikle okul çağındaki öğrenciler arasında endişe yaratan bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Bhat, 2008).

Kılıç (2009) zorbalığın nedenlerini iki ana başlık altında incelemiştir: Birincisi, bireyin içsel faktörlerinden kaynaklanan psikolojik ve fiziksel nedenlerdir. İkincisi ise, okul, aile veya çevre gibi dışsal etkenlere dayanan nedenlerdir (s. 22). Bu bağlamda, zorbalık davranışlarının ortaya çıkmasında ve kurbanların seçilmesinde cinsiyet, kişilik özellikleri, aile içi iletişim gibi etkenlerin belirleyici bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, zorbalık tutumlarının şekillenmesinde etkili olan bir dizi faktörün, cinsiyet, yaş, bireysel özellikler ve ebeveyn tutumu gibi çeşitli faktörlerin belirleyici rol oynadığı görülmektedir (Yelboğa & Koçak, 2019, ss. 2311-2312). Ayrıca, Yelboğa (2018), araştırmasında zorbalık davranışları sergileyen bireylerin de aynı zamanda kurban olabileceğini tespit etmiştir (s. 109).

Zorbalık, genellikle güç açısından üstün olan gruplar veya bireyler tarafından, tekrarlanan şekilde güçsüz bireyler üzerinde uygulanan baskı, fiziksel veya psikolojik zulüm olarak tanımlanır. Zorbalık olgusunun önemli bir yönü, güç dengesizliği içeren durumlarda ortaya çıkmasıdır (Rigby, 2007, s. 15). Bu bağlamda, zorbalık, bir veya daha fazla bireyin sürekli ve kasıtlı olarak gerçekleştirdiği saldırgan

davranışları, güç açısından daha düşük durumda olan bireylere yöneltmesi şeklinde ifade edilebilir. Bu saldırgan davranışlar, fiziksel şiddetin çeşitli biçimlerini (örneğin, vurmak, itmek, tokat atmak, tekmelemek), küçümseme ve sözlü tacizi (isim takmak, alay etmek, küçük düşürmek, sataşmak), haksız hikayeler uydurarak hakaret etmeyi, eşyaları veya paraları zorla almayı, arkadaş grubundan soyutlamayı ve bireyi yalnızlığa itmeye yönelik diğer davranışları içermektedir (Alper, 2008, s. 12).

Diğer taraftan, şiddet kavramı, kişinin yaşamına zarar verme, yaralama veya kişiyi öldürme amacıyla güç kullanımı; hukuka aykırı olarak fiziksel güç uygulama; bir hedefe ulaşmak amacıyla şiddet veya şiddet tehdidinde bulunma; genel olarak kabul gören hukuk ve etik normlarına aykırı biçimde fiziksel tahribat, gereksiz zarar verme veya yok etme eylemleri gibi unsurları içerir (Özerkmen & Gölbaşı, 2012, s. 24). Bu açıdan değerlendirildiğinde, zorbalığın temelinde şiddetin varlığı açıkça görülebilir.

Siber Zorbalık ve Nefret Söylemi İlişkisi

Siber zorbalık kavramı, ilk kez 2003 yılında Bill Belsey tarafından, bilgi ve iletişim teknolojilerinin bireyler veya topluluklar tarafından zarar vermek amacıyla tekrarlayan ve düşmanca bir şekilde kullanılması olarak tanımlanmıştır (Tanrıku, 2020, s. 9). Farklı bir deyişle, siber zorbalık, “bilgisayarlar, cep telefonları ve diğer elektronik cihazların kullanımı yoluyla gerçekleştirilen kasıtlı ve tekrarlayan zarar verme” olarak tanımlanmaktadır (Hinduja & Patchin, 2018, s. 2). Mason (2008) ise siber zorbalığı, elektronik iletişim araçları kullanılarak topluluklar veya bireyler tarafından diğer bireyler veya gruplara yönelik tekrarlayan ve kasıtlı olarak rahatsız edici ya da tehditkâr ifadelerin paylaşılması ve iletilmesi olarak tanımlamıştır (s. 323). Bu bağlamda, istenmeyen elektronik postalar, kimliği belirsiz telefon çağrıları, hakaret ve tehdit içeren iletiler, olumsuz temsiller içeren mesajlar, virüslü elektronik postalar ve zararlı içerikler “siber zorbalık” kavramı altında sınıflandırılmıştır (Arıcak, 2009). Shariff'e (2008) göre siber zorbalık; mobil telefonlar, e-posta, kişisel hakaret içeren web siteleri, mesajlaşma uygulamaları ve çevrim içi anket platformları gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı yoluyla gerçekleştirilen sürekli, kasıtlı ve düşmanca eylemleri kapsamaktadır (s. 58).

Bir davranışın zorbalık olarak kabul edilmesi için güç dengesizliği, tekrarlayan bir doğaya sahip olması ve kasıtlı zarar verme niyeti gibi özellikler taşıması gerekmektedir (Korkmaz, 2018, s. 108). Olweus (1993, akt. Slonje vd., 2003), zorbalığı tanımlarken kurbanı “zayıf” olarak nitelendirmiş ve bu zayıflığın fiziksel olduğu kadar psikolojik de olabileceğini vurgulamıştır (s.27). Geleneksel zorbalıkta güç dengesizliği genellikle fiziksel üstünlükle ilişkilendirilirken, siber zorbalıkta bu dengesizlik, teknik beceriler veya anonimlik üzerinden de ortaya çıkabilir (Slonje vd., 2013, ss. 26-27). Ayrıca, siber zorbalıkta tekrarlama unsuru kritik bir öneme sahiptir; tek bir zararlı içerik bile farklı platformlarda tekrar tekrar paylaşılabilen ve yaygınlaşmaktadır (Vardal, 2015, s. 143; Yaman vd., 2011, s. 167). Ayrıca, siber zorbalık, kim-

liklerinin gizli kalacağı inancıyla küçük düşürücü, zarar verici ve onur kırıcı içerikleri sosyal medya platformları ve web sitelerinde yaygınlaştırmaktadır (Lenhart, 2007). Siber zorbalığın çeşitli türlerinin olduğu bilinmektedir. Literatürde genellikle karalama, kışkırtma, ifşa etme, dışlama, kimlik taklit etme, aldatma, taciz ve sürekli rahatsız etme olarak sekiz ana kategoride sınıflandırılmaktadır (Utemissova vd., 2021, s. 80). Willard (2007) tarafından yapılan tanımlamada siber zorbalık, eylemin amacına yönelik sekiz farklı türe ayrılmıştır. Bu türler şunlardır: Çevrim içi ortamda iki veya daha fazla birey arasında geçen, kısa süreli ve yoğun polemikleri ifade eden; agresif, kaba, küfürlü dilin yanı sıra tehdit ve hakaretler içeren çevrim içi kavga (flaming), bireyin çevrim içi ortamda sürekli olarak saldırgan mesajlara maruz kalmasını içeren çevrim içi taciz (harassment), bir birey ya da grubun hedef aldığı kişiye karşı aşağılama, karalama ve iftira yoluyla söylemler üreterek çevrim içi ortamda yayınlanması ve başkalarına iletilmesini içeren (denigration), siber zorbanın kurbanın kimliğini taklit ederek kurbanın sosyal çevresini olumsuz etkileyen mesajlar göndermesini içeren (impersonation), bireyin özel bilgilerini veya utanç verici bilgi ve görüntüleri çevrim içi ortamda yayarak, göndererek, ileterek ifşa etmesini içeren (outing), zorbanın bireyin özel bilgilerini kandırma yoluyla çevrim içi ortamda yaymasını ifade eden (trickery), bireyi grubun dışına kasıtlı olarak iterek dışlamayı içeren (exclusion), çevrim içi ortamda aşağılama, tehdit veya şantaj içeren zararlı iletilerin kurbanı sürekli olarak gönderilmesiyle sosyal ilişkilerini ve itibarını zedelemeye yönelik davranışları içeren siber taciz (cyberstalking) (ss. 5-10).

Dijital ortamlarda maruz kalınan siber zorbalık, kullanıcıların psikolojisini olumsuz etkileyebilir. Siber zorbalanın, kurbanların mahrem ve cinsellik içeren görüntülerini paylaşmaları intihara kadar varabilen ciddi sonuçlara yol açabilir. Tehdit, şantaj ve aşağılama gibi zorbalık türleri, kurbanlar üzerinde büyük bir baskı yaratarak yıkıcı etkiler doğurmaktadır. Siber zorbalığın bir diğer boyutu ise, kişisel sosyal medya ağları üzerinden yayılan nefret söylemidir (Anamur & Topsakal, 2019, s. 45). Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 97(20) numaralı Tavsiye Kararı'na göre, "nefret söylemi"; ırkçılık, Yahudi düşmanlığı, yabancı düşmanlığı gibi nefret ifadelerini ve azınlıklara, göçmenlere yönelik saldırgan tutumları kapsar. Bu kavram, ayrımcılık ve düşmanlık ifadelerinin yanı sıra, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, kışkırtan veya meşrulaştıran her türlü ifadeyi içermektedir (Weber, 2009, s. 3). Dolayısıyla, belli ve ortak niteliklere sahip gruplar ve bireylerle ilgili ifadeler, "nefret söylemi" olarak adlandırılmaktadır (Şensever, 2012, s. 7).

Nefret söylemi, siyasal, cinsiyet, yabancı düşmanlığı, cinsel kimlik ve inanç temelli olarak farklı türlerde incelenmektedir (Sekman, 2015, s. 29; Taş, 2017, ss. 65-66). Siyasal nefret söylemi, siyasi görüş veya aidiyet temelinde bireylere veya gruplara karşı düşmanlık içeren ifadeleri kapsamaktadır. Kadınlara yönelik nefret söylemi, cinsiyet temelinde kadınları hedef alan ayrımcı ifadeleri içerirken, yabancılara yönelik nefret söylemi, bu gruplara karşı ön yargı ve düşmanlık içeren söylemleri içerir. Cinsel kimlik temelli nefret söylemi, bireylerin cinsel kimlikleri veya

yönelimlerine yönelik ayrımcı ifadeleri kapsar. İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi ise, bireylerin dinî inançlarına veya mezheplerine karşı düşmanlık içeren söylemleri içerir (Binark & Çomu, 2013).

Nefret söylemi, genellikle ön yargılı tutumların varlığına dayanır. Bu ön yargılar, siyaset, din, cinsel yönelim, etnik köken veya ekonomik statü gibi çeşitli alanlarda kendini gösterebilir. Saldırganlar, hedeflerini çoğunlukla belirli sosyal veya demografik gruplara göre seçerler, bu da saldırının yalnızca bireye değil, aynı zamanda bu bireyin temsil ettiği topluluğa yönelik olduğuna işaret eder. Saldırganların motivasyonları, kıskançlık, içerleme ve üstünlük duygusu gibi psikolojik faktörlerin yanı sıra, kurbanın temsil ettiği soyut kavramlar, örneğin mültecilik veya belirli siyasi figürler, gibi unsurlar olabilir. Nefret suçları, fiziksel saldırılar, tehditler, taciz, mülke zarar verme ve ayrımcı içeriklerin yayılması gibi çeşitli biçimlerde tezahür edebilir (Şensever, 2012, ss. 7-8).

Siber zorbalık ve nefret söylemi arasındaki ilişkiyi anlamak için internetin anonimlik ve erişilebilirlik özellikleri önemli bir rol oynamaktadır. Anonimlik, bireyin kimliğinin gizli olduğu durumu ifade eder ve bu durum, bireylere sosyal baskılardan daha az etkilenerek düşüncelerini özgürce ifade etme imkânı sağlar (Aslan, 2012, s. 10; Kaya, 2022, s. 170). Bu bağlamda anonimlik, bireylerin dijital ortamda siber zorbalık ve nefret söylemi gibi eylemleri cezasız bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak tanır.

Erişilebilirlik, web platformları, mobil uygulamalar veya dijital belgelerin herkes tarafından kolayca erişilebilir olmasını ifade eder (Çetin, 2023, s. 59). Yeni medya çözümleri, internet erişimini kolaylaştırarak sosyal medya gibi araçların yaygın kullanımını desteklemiştir. Sosyal medya, toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasi gelişmeleri hızlı bir şekilde yayarak bilgi alışverişine olanak tanımış, bireylerin tartışma forumları oluşturmasına, gruplar kurmasına ve diğer bireylerin görüşlerini anlık olarak takip etmesine ve katılmasına imkân vermiştir. (Eren & Aydın, 2014, ss. 197-198). Böylece, erişilebilirlik, siber zorbalık ve nefret söylemi gibi zararlı davranışların daha geniş bir kitleye yayılmasına olanak sağlamıştır. Dolayısıyla, sosyal medya platformları ve çevrim içi topluluklar, belirli bireylerin ve grupların nefret söylemi ve siber zorbalık eylemlerini de teşvik eden bir ortam sağlar.

Özetle, siber zorbalık ve nefret söylemi arasındaki ilişki, siber zorbalığın genellikle nefret söylemi içeren olumsuz etkileşimlerin bir sonucu veya bileşeni olarak ortaya çıkmasıyla belirginleşir. Bir kişi sosyal medya platformlarında bir başkasını ırk, din, cinsel yönelim, siyasi görüş, giyim tarzı gibi faktörlere dayalı olarak hedef aldığı anda, bu hem siber zorbalık hem de nefret söylemi olarak kabul edilir. Bu noktada, siber zorbalığın toplumsal ön yargıları pekiştirme ve düşmanlık yayma potansiyelini anonimlik ve erişilebilirlik kavramları ile birlikte değerlendirmek önemlidir. Anonimlik, bu tür nefret söylemlerinin ve zorbalıkların gizlice ve cezasız bir şekilde yapılmasına olanak tanırken, erişilebilirlik bu zararlı davranışların geniş kitlelere yayılmasını sağlar.

Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı, dijital ortamda siyasetçilere yönelik siber zorbalık ve nefret söyleminin varlığını ve dinamiklerini incelemektir. Çalışma, siyasi eleştirinin nefret içeren dijital iletişimle nasıl birleştiğini ve bu olgunun seçim dönemleri ile toplumsal kutuplaşma süreçleriyle nasıl ilişkilendiğini anlamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, çevrim içi platformlarda siyasetçilere yönelik eleştirilerin siber zorbalık ve nefret söylemi ile olan ilişkisini ortaya koymak ve bu ilişkinin toplumsal kutuplaşma ve çevrim içi iletişim dinamikleri üzerindeki etkilerini analiz etmek amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evreni, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri sürecinde YouTube platformunda yayımlanan tüm yorumları kapsamaktadır; ancak çalışma belirli sınırlamalarla sınırlandırılmıştır. Öncelikle, analiz 14 Mayıs ile 28 Mayıs 2023 tarihleri arasındaki seçim dönemine ait yorumlarla sınırlı tutulmuştur. Araştırma, yalnızca siber zorbalık ve nefret söylemi içeren yorumları kapsamaktadır. Diğer siyasi liderlerin dâhil edilmemesi, çalışmanın üç öne çıkan liderin (Cumhur İttifakı lideri Recep Tayyip Erdoğan, Millet İttifakı lideri Kemal Kılıçdaroğlu ve Ata İttifakı lideri Ümit Özdağ) yer aldığı, farklı kullanıcılar tarafından YouTube'a yüklenen altı video üzerindeki yorumlara odaklanmasıyla açıklanmaktadır. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak, araştırma amacına uygun olarak sadece belirlenen liderlerin videolarına yapılan ve siber zorbalık ile nefret söylemi içeren yorumlar incelenmiştir; diğer yorumlar çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu yöntem, araştırma amacına uygun örneklerin seçilmesini sağlarken, kritik vakaların derinlemesine incelenmesi ve belirli karşılaştırmaların yapılmasında etkili bir araçtır (Maxwell, 2008, s. 235). Ümit Özdağ, Ata İttifakı'nın Cumhurbaşkanı adayı olmamasına rağmen, ittifakın programını tanıtmaya ve sözcülüğünü üstlenmesi nedeniyle önemli bir figür olarak değerlendirilmiştir. Seçilen liderlerin kamuoyu üzerindeki etkisi ve temsil ettikleri farklı siyasi görüşler, bu liderlerin videolarına yapılan yorumların toplumsal kutuplaşma, siber zorbalık ve nefret söylemi dinamiklerini yansıttığı düşünüldüğü için araştırmanın kapsamına alınmıştır.

Araştırma, içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, verilerin derinlemesine incelenmesini ve gizli boyutların ortaya çıkarılmasını sağlayan bir yöntemdir (Sözbilir, 2009, s. 4). Bu çalışmada, yorumlar nicel ve nitel içerik analizi teknikleriyle incelenmiştir. İçerik analizi, görsel ve yazılı belgelerde anlamları belirlemek için kullanılan bir yöntem olup, analiz kategorileri ve alt değişkenler, literatür taramasına dayanarak şekillendirilmiştir (Krippendorff, 2003, ss. 18-19, akt. Dondurucu, 2022, s. 546). İçerik analizi kodlama tablosu oluşturulurken, Utemissova vd., (2021), Willard'ın (2007) siber zorbalık, Binark & Çomu (2013), Taş (2017) ve Sekman'ın (2015) nefret söylemi teorik çalışmalarından faydalanılmıştır. Kodlama tablosunda yer alan kategoriler şunlardır: "Siber Taciz", bir birey ya da grubun hedef aldığı kişiye yönelik aşağılama, karalama ve iftira içeriklerini, "Çevrim içi Taciz", sürekli tehdit, aşağılama ve şantaj içerikli zararlı iletileri, "Çevrim içi Kavga", agresif, kaba dil ve tehdit içeren yoğun polemikleri, "Aşağılama/Karalama", çevrim içi

ortamda bir kişiye karşı iftira ve aşağılama içeriklerini, “Siyasal Nefret Söylemi”, siyasi görüşlere dayalı düşmanlık içeren ifadeleri, “Mezhep ve İnanca Yönelik Nefret Söylemi” ve “Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi” ise dinî inançlara ve göçmenlere yönelik düşmanlık içeren ifadeleri kapsamaktadır. Kategoriler arasındaki ayırım net bir şekilde yapılmıştır. Bu literatürel temele dayalı olarak yapılan kategorilendirme, çalışmanın amacına uygun bir şekilde yapılmış ve yorumların doğru bir biçimde sınıflandırılmasını sağlamıştır. Kodlama süreci, araştırma sorularına uygun şekilde yapılandırılmış ve kapsamlı bir literatür taramasına dayalı olarak belirlenen temalar ve kategoriler doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte, teorik çerçeveye dayalı olarak hazırlanan kodlama cetveli kullanılarak aşağıdaki adımlar izlenmiştir:

Yorumların Seçilmesi ve Kaydedilmesi: Araştırma kapsamında yorumlar, amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiş ve manuel olarak Microsoft Word ortamında kayıt altına alınmıştır.

Kodlama ve Kategorilere Yerleştirme: Literatür temelli olarak hazırlanan kodlama cetveli aracılığıyla, seçilen yorumlar uygun kategorilere yerleştirilmiş ve içerikleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Kodlama sonuçları, Microsoft Excel kullanılarak yorumlar analiz edilmiş ve yüzdelik oranlarla tablo hâlinde görselleştirilmiştir. Ayrıca, araştırmacı tarafından objektifliği artırmak adına iki defa kodlanmıştır. Dolayısıyla, içerik analizi tekniğinin güvenilirliği ve geçerliliği sağlamak için, Dinç Kırılı & Büyükbaykal (2020) çalışmasında incelemesini yaparken paylaşımları belirli kategorilere göre sınıflandırılmış ve araştırmanın hedeflerine uygun içerikler seçip incelemiştir. Bu kapsamda kullanılan kodlama cetvelleri, bu çalışmada da yorumların düzenlenmesi, tabloların oluşturulmasına olanak sağlamıştır (s. 97). Diğer taraftan Çelik’in (2023) çalışmasında, geçerlilik ve güvenilirliği desteklemek amacıyla temaların sunumunda yorumlara direkt olarak yer vermiştir. Benzer şekilde, bu çalışmada da bulgular bölümünde, güvenilirlik ve geçerliliği sağlamak adına örnek yorumlar doğrudan kullanılmıştır. Bu metodolojik çerçeve, çalışmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla detaylı bir şekilde açıklanmış ve kategoriler arası netlik sağlanmıştır. Analiz sürecinde kullanılan tablolar ve örnekler, araştırmanın bulgularını destekler nitelikte olmuştur.

Diğer taraftan Deniz Anamur & Topsakal (2020), siber zorbalığın bir türü olarak sosyal medya platformlarında ortaya çıkan nefret söylemine değinmektedir (s. 45). Bu çerçevede, kodlama sürecinde siber zorbalığın, nefret söyleminin bir türü olarak ele alınmış ve incelenen yorumlar arasında, siber zorbalık türlerinden biri olan aşağılama-karalama içeren bir yorumun, aynı zamanda nefret söylemi türlerinden biri olan siyasi nefret söylemi bağlamında da değerlendirilmesini mümkün kılmıştır. Ayrıca, bir göçmene yönelik çevrim içi taciz yorumları hem siber zorbalık hem de göçmenlere yönelik nefret söylemiyle ilişkilendirilerek sunulmuştur. Bu bağlamda, incelenen yorumların tek bir yorumun farklı kategoriler altında değerlendirilebileceği sonucuna varılmıştır. Bulgular kısmında yer alan Tablo 5 ve 6’da örnek olarak seçilen “MÜLTECİLERİN OY KULLANARAK BİZİM KADERİMİZİ BELİRLEME-

SİNE ASLA İZİN VERMİYCEZ” yorumu, 68 beğeni almış ve birden fazla kategoride değerlendirilmiştir. Bu yorum, siber taciz, çevrim içi taciz ve siber zorbalık kategorilerinin yanı sıra siyasal nefret söylemi ve göçmenlere/yabancılara yönelik nefret söylemi kategorilerine de dâhil edilmiştir. Bu sınıflandırmanın gerekçesi şu şekildedir: Literatüre dayalı olarak, Utemissova vd., (2021), Willard’ın (2007) siber zorbalık, Binark & Çomu (2013), Taş (2017) ve Sekman’ın (2015) nefret söylemi çalışmalarında ifade edilen “Siber Taciz” bir birey ya da gruba yönelik aşağılama, karalama ve iftira içeriklerini kapsarken; “Çevrim içi Taciz” sürekli tehdit, aşağılama ve şantaj içerikli zararlı iletileri içermektedir. “Siyasal Nefret Söylemi”, siyasi görüşlere dayalı düşmanlık içeren ifadeleri tanımlamakta; “Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi” ise dinî inançlara ve göçmenlere yönelik düşmanlık içeren ifadeleri kapsamaktadır. Yorumun içerdiği dil ve ifade biçimi, bu kategorilere eş zamanlı olarak dâhil edilmesine olanak sağlamıştır. Bu bağlamda incelenen tüm yorumlar literatür bağlamında değerlendirilmiştir.

Ayrıca, yorumlar, anonim ve kayıtlı kullanıcılar olarak iki gruba ayrılmıştır. Anonim kullanıcılar, kimlik bilgisi içermeyen ve sahte hesaplar üzerinden yapılan yorumları ifade ederken, kayıtlı kullanıcılar ise gerçek kimlik bilgileriyle tanımlanan hesaplardan yapılan yorumları temsil etmektedir. Ancak, bulgular bölümünde örnek yorumlar gösterilirken kişisel verilerin korunması amacıyla kayıtlı kullanıcıların isimleri “*” koyularak gizlenmiştir. Her kullanıcı tipi için toplam yorum sayısı, siber zorbalık, nefret söylemi ve kutuplaşma içeren yorumlar belirlenmiştir. Anonimlik oranı, anonim kullanıcıların toplam yorumlar içerisindeki yüzdesel payı olarak hesaplanmış, ayrıca beğeni sayısı da incelenmiştir. Bu veriler, kullanıcı tipleri arasındaki davranış farklarını ve anonimlik ile siber zorbalık, nefret söylemi ve kutuplaşma arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla analiz edilmiştir. Bu kapsamda dijital platformlarda anonim, sahte hesapların kullanıcıları hesap verebilirlikten muaf tutarak, davranışlarının daha siber zorbalık ve nefret söylemi gibi belirgin bir şekilde ortaya çıkmasına neden olduğu için bu ilişki özellikle vurgulanmıştır (Akman, 2020, s. 48; Harranoğlu & Yengin, 2022, s. 233).

Bulgular

Video 1: Recep Tayyip Erdoğan

Video, “Cumhurbaşkanı Erdoğan: ‘Duyanlara Duymayanlara, Biz Onu Çok Seviyoruz Çok!’” başlığıyla, 28 Mayıs 2023 tarihinde @atvturkiye kullanıcı adıyla YouTube Shorts platformunda paylaşılmıştır. Video, 14.000 beğeni almış ve 471.921 kez görüntülenmiştir. Videoda, Recep Tayyip Erdoğan’ın bir miting sırasında “Duyanlara Duymayanlara” adlı şarkıyı söylediği görülmektedir (ATV Türkiye, 2023).

Tablo 1: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	43	43	43	%87,76	1308
Kayıtlı	6	6	6	%12,24	36
Toplam	49	49	49	%100	1344

Tablo 1'e göre video yorumlarının büyük çoğunluğu anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır (%87,76). Anonim kullanıcılar tüm yorumlarda siber zorbalık ve nefret söylemi içeren ifadeler kullanmışlardır. Örnek olarak, anonim yorumlar arasında @kadimtomar kullanıcı adıyla "Oh be 10 milyon mülteci daha gelecek sonuna kadar reis" yorumu 394 beğeni alırken, @diyojen7794 anonim kullanıcı adıyla "Oh be gurbetçiler daha ucuza tatil yapabilecek. Sonuna kadar reyiz" yorumu 198 beğeni, @Wassupdudee anonim kullanıcı adıyla "Dolar 23 TL ohhoho-hohhhhhhhhhhhhh reiss ohhhhhhhhhhhhhhh anam anam anam" yorumu 23 beğeni, @Dixonpubg31 anonim kullanıcı adıyla "Meeee meee" yorumu ise 4 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar arasında ise @ruk*y*ka*a*az9303 kullanıcı adıyla "Cel-ladına aşık olmuş diye bir laf var ya ortam bunu anlatıyor" yorumu 20 beğeni, @h*k*nt**yak*9375 kullanıcı adıyla "Bay bay kemel" yorumu ise 1 beğeni almıştır.

Tablo 2: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	49	%100	1344
Siber Taciz	20	%40,82	849
Çevrim içi Taciz	39	%79,59	1320
Çevrim içi Kavga	10	%20,41	530

Tablo 2'ye göre tüm yorumlar (%100) aşağılama ve karalama içermektedir. Siber taciz %40,82, çevrim içi taciz %79,59 ve çevrim içi kavga %20,41 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türlerini içeren yorumlar sırasıyla çevrim içi taciz (1320), aşağılama ve karalama (1344), siber taciz (849) ve çevrim içi kavga (530) olmuştur.

Tablo 3: Nefret Söylemi Türleri Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	43	%87,76	1264
Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi	6	%12,24	80

Tablo 3'te yer alan video yorumlarının çoğu siyasi nefret söylemi içermektedir (%87.76). Göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi daha az sıklıkla görülmüştür (%12.24).

Tablo 1 ve Tablo 3'e örnek olarak, @N*la*Ö*t*rk-g*t kullanıcı adıyla paylaşılan "Daha fazla sürünmeye hazır olun müstahakmi tabiki müstehak" yorumu 24 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi kategorisinde değerlendirilmiştir. @apogotten-sker97 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Benzine 7 TL zamdan sonra kendimi buraya fırlattım" yorumu 114 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi kapsamında ele alınmıştır. @Kapandıgaliba31 anonim kullanıcı adıyla paylaşılan "Bu Videoyu İzlerken TÜRKİY-EYE 1000 Mülteci girdi" yorumu 59 beğeni almış olup aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorilerinde ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi kategorisinde değerlendirilmiştir. @bombisbombis-q5g anonim kullanıcı adıyla yapılan "Kandıranlara kandırmayanlara" yorumu 15 beğeni almış ve çevrim içi kavga, çevrim içi taciz, aşağılama-karalama, siber taciz, siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi kapsamında incelenmiştir. @M*h*rT*nri*g*n-b*3ll kullanıcı adıyla paylaşılan "Rahmetli dedemin eşeği daha iyi anırıyordu." yorumu ise 2 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi içerisinde değerlendirilmiştir.

Video 2: Recep Tayyip Erdoğan

Video, "Erdoğan'dan Canlı Yayında Kılıçdaroğlu'yla İlgili İtiraf Gibi Açıklama: Ama Montaj..." başlığıyla, 23 Mayıs 2023 tarihinde @halktvkanali kullanıcı adıyla paylaşılmıştır. Video, 2.600 beğeni almış ve 283.827 kez görüntülenmiştir. Videoda, gazeteci Abdulkadir Selvi'nin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelttiği, "Efendim, 'bunlarda video çekmiş' dediniz, ben tam anlayamadım, kim neyle video çekmiş?" sorusuna yer verilmektedir. Bu soru üzerine Erdoğan, "Kılıçdaroğlu'nun Kandil'dekilerle video çekimleri var, bunları 'Haydi, Haydi, Haydi' diyerek yayınladılar. Anladınız mı? Ama montaj, ama şu, ama bu, video çekimlerini yaptılar; PKK'lılar bunlara videolarla destek verdiler." şeklinde yanıt vermektedir (Halk TV Kanalı, 2023).

Tablo 4: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	38	38	38	%67,86	1231
Kayıtlı	18	18	18	%32,14	682
Toplam	56	56	56	%100	1913

Tablo 4'e göre video yorumlarının büyük çoğunluğu anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır (%67,86). Anonim kullanıcılar tüm yorumlarda siber zorbalık ve nefret söylemi içeren ifadeler kullanmışlardır. Toplam beğeni sayısı 1913'tür. Beğeni sayıları, kullanıcıların yorumlara verdiği desteği göstermektedir.

Örnek yorumlarda ise @i*m*ila*6750 kullanıcı adıyla yapılan "Bir insanda en önemli konu ahlaktır, ahlak yoksa din de olmaz, iman da olmaz." yorumu 333 beğeni almıştır. @seh*r*c*r3*35 kullanıcı adıyla yapılan "Cehennem kapılarını kapatmadım açtın iyi yanmalar o halde" yorumu 46 beğeni almıştır. @s*re*yad**eogl*4656 kullanıcı adıyla yapılan "Ülkelerine gitsin sığınmacılar. Ülkemizde garip kaldık" yorumu 22 beğeni almıştır. @Brawstart anonim kullanıcı adıyla yapılan "Kafa gitmiş erdoganda" yorumu 67 beğeni almıştır. @UfukB.1923 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Yazıklar olsun, böyle birine oy verenlere yazıklar olsun. Hani ahlak hani şeref,haysiyet?" yorumu 2 beğeni almıştır. @karciceginl6417 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Santaj'da montaj'da onlardan sorulur ve onların eline kimse su dokemez.." yorumu 23 beğeni almıştır.

Tablo 5: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	52	%92,86	1754
Siber Taciz	49	%87,50	1688
Çevrim içi Taciz	45	%80,36	1576
Çevrim içi Kavga	10	%17,86	220

Tablo 5'e göre video yorumlarının %92,86'sı aşağılama-karalama içermek-

tedir. Siber taciz %87,50, çevrim içi taciz %80,36 ve çevrim içi kavga %17,86 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türlerini içeren yorumlar sırasıyla aşağılama ve karalama (1754), siber taciz (1688), çevrim içi taciz (1576) ve çevrim içi kavga (220) olmuştur.

Tablo 6: Nefret Söylemi Türleri Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	51	%91,07	1797
Mezhep ve İnanca Yönelik Nefret Söylemi	6	%10,71	137
Göçmenlere ve Yabancılar Yönelik Nefret Söylemi	4	%7,14	101

Tablo 6'ya göre yorumların çoğu siyasi nefret söylemi içermektedir (%91,07). Mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi %10,71 ve göçmenlere ve yabancılar yönelik nefret söylemi %7,14 oranında görülmektedir.

Tablo 5 ve Tablo 6'ya örnek olarak @bc-ks4eb anonim kullanıcı adıyla yapılan "usta kolay can veremeyeceksin bee.." yorumu 42 beğeni almış ve siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi kategorilerinde değerlendirilmiştir. @Abdurrahman1881. anonim kullanıcı adıyla yapılan "E gerçeklerin bir gün ortaya çıkmak gibi kötü bir huyu vardır...." yorumu 181 beğeni almış ve aşağılama ve karalama, siber taciz siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi kapsamında değerlendirilmiştir. @meht*p*li*9326 kullanıcı adıyla yapılan "MÜLTECİLERİN OY KULLANARAK BİZİM KADERİMİZİ BELİRLEMESİNE ASLA İZİN VERMİYCEZ." yorumu 68 beğeni almış ve siber taciz, çevrim içi taciz siber zorbalık kategorilerinde, siyasi nefret söylemi ve göçmenlere ve yabancılar yönelik nefret söylemi kategorilerinde değerlendirilmiştir. @victoraybek701 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Müslümanlığa göre karşısında kimi kafir olarak görüyorsa ondan çalmak, ona iftira yapmak, gasp etmek, köle ve cariye yapmak, linç ve cezmetmek, katletmek islama göre helâldir. Yoksa siz bunları bilmiyormusunuz? İslam işte böyle bir dindir." yorumu 8 beğeni almış ve siyasi nefret söylemi ile mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi kategorilerinde değerlendirilmiştir.

Video 3: Kemal Kılıçdaroğlu

Video, "Kılıçdaroğlu: 'Buradayım Be Buradayım, Sonuna Kadar Buradayım'" başlığıyla, @GazeteDüvar tarafından 15 Mayıs 2023 tarihinde paylaşılmıştır. Video, 337.152 görüntülenme ve 7.400 beğeni almıştır. Videoda, Millet İttifakı lideri Kemal

Kılıçdaroğlu'nun "Buradayım be, buradayım. Siz de buradasınız. Vallahi de billahi de sonuna kadar mücadele edeceğim, buradayım" diyerek masaya vurduğu görülmektedir (Gazete Duvar, 2023).

Tablo 7: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	59	59	59	%70,24	2135
Kayıtlı	25	25	25	%29,76	696
Toplam	84	84	84	%100	2831

Tablo 7'ye göre video yorumlarının büyük çoğunluğu anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır (%70,24). Anonim kullanıcılar tüm yorumlarda siber zorbalık ve nefret söylemi içeren ifadeler kullanmıştır. Toplam beğeni sayısı 2831'dir.

Örnek olarak, @ДОБРЫЙКАВКАЗЕЦ-к8ж anonim kullanıcı adıyla paylaşılan "Yemin ediyorum bu adama acıyorum ya bu yaşta palyaço oldu" yorumu 213 beğeni almış, @aliali-cf2xz anonim kullanıcı adıyla yapılan "La adam tam bir komedi karikatürü gibi yeminle az şu hareketlere bak hareketlere" yorumu ise 32 beğeni almıştır. @karakartal817 anonim kullanıcı adıyla paylaşılan "Tutmayın küçük enişteyi" yorumu 2 beğeni alırken; @fat*ss*n**33*6 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Nasıl bir günah istedik senin gibi bir belalan uğraşyoruz şehit ailelerinin kanı yerde kalıyor, sana oy veren herkese yazıklar olsun, Recep Tayyip Erdoğan sonuna kadar" yorumu 4 beğeni almıştır. @al*a*lan1171 kullanıcı adıyla paylaşılan "Umudumuz Şaban" yorumu ise 1 beğeni almış, @s**da*o*de*5419 kullanıcı adıyla yapılan "Sorun da o yaa. Senin orada olman. Anla artık be adam" yorumu 143 beğeni almıştır. @u*u*ak**s5526 kullanıcı adıyla paylaşılan "Bu saatten sonra, ha ordasın, ha burdasın fark etmez. Sen kaybettiğinde istifa edecek misin, onu söyle." yorumu 114 beğeni almış, @selc*kg*lu*a*9634 kullanıcı adıyla yapılan "Sarigül normalleşir derken bu kafayı yedi" yorumu ise 59 beğeni almıştır.

Tablo 8: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	84	%100	2831
Siber Taciz	30	%35,71	975
Çevrim içi Taciz	54	%64,29	1853
Çevrim içi Kavga	15	%17,86	478

Tablo 8'e göre yorumların %100'ü aşağılama ve karalama içermektedir. Çevrim içi taciz %35,71, siber taciz %64,29 ve çevrim içi kavga %17,86 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türlerini içeren yorumlar sırasıyla aşağılama-karalama (2831), siber taciz (1853), çevrim içi taciz (975), ve çevrim içi kavga (478) olmuştur.

Tablo 9: Nefret Söylemi Türleri Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	84	%100	2831
Mezhep ve İnanca Yönelik Nefret Söylemi	10	%11,90	325
Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi	6	%7,14	197

Tablo 9'a göre yorumların çoğu siyasal nefret söylemi içermektedir (%100). Mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi %11,90 ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi %7,14 oranında görülmektedir.

Tablo 8 ve Tablo 9'a örnek olarak @dingodong76 anonim kullanıcı adıyla "Maymun ettiler ihtiyarı. İçim acıdı izlerken." yorumu 48 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık türleri içerisinde ve siyasal nefret söylemi içerisinde değerlendirilmiştir. @s*rp*ls*rb*tc*1818 kullanıcı adıyla "Ensonundakafayı yedi yazık" yorumu 1 beğeni almış ve aşağılama-karalama, çevrim içi taciz, siber taciz siber zorbalık türleri kategorisinde ve siyasal nefret söylemi içerisinde yer almıştır. @leyleyleyla1605 anonim kullanıcı adıyla "Hiç lider vasfı yok yine çok güldüm" yorumu 1 beğeni almış ve aşağılama- karalama, çevrim içi taciz, siber taciz kategorisinde ve siyasal nefret söylemi içerisinde ele alınmıştır. @demirdiken7046 anonim kullanıcı adıyla "Namus sözünü tutmayan dürüst."

yorumu 9 beğeni almış ve aşağılama-karalama, çevrim içi taciz, çevrim içi kavga, siber taciz kategorilerinde ve siyasal nefret söylemi kapsamında değerlendirilmiştir. @traderyigit anonim kullanıcı adıyla “Sakin bi yere gitme sensiz iktidar olmamız çok zor sayende her seçimi kazanıyoruz” yorumu 107 beğeni almış ve aşağılama-karalama, çevrim içi taciz, siber taciz kategorisinde ve siyasal nefret söylemi içerisinde ele alınmıştır.

Video 4: Kemal Kılıçdaroğlu

Video, “Kılıçdaroğlu: ‘Seçim Balkonda Kazanılmaz’” başlığıyla, @showana-haber tarafından 15 Mayıs 2023 tarihinde paylaşılmıştır. Video, 180.860 görüntülenme ve 1.100 beğeni almıştır. Videoda, Millet İttifakı temsilcileri ve Cumhurbaşkanı adayı Kemal Kılıçdaroğlu’nun bir açıklama yaptığı görülmektedir (Show Ana Haber, 2023). Kılıçdaroğlu, konuşmasında şunları ifade etmektedir:

“Değerli basın mensupları, sevgili halkım, sandığa gidip oy kullanan tüm seçmenlere yürekten teşekkürler. Özellikle gençlerin ve kadınların yüksek katılımlarından dolayı son derece mutluyuz. Katılım oranının yüzde 90’a yaklaşması ve sürecin demokratik olgunluk içerisinde sürdürülmesi ayrıca memnuniyet vericidir. Erdoğan, bütün iftira ve hakaretlerine rağmen beklediği sonucu alamamıştır. Hiç kimse bir oldu bittiye heveslenmesin. Seçim balkonda kazanılmaz. Veriler şu anda akmaya devam ediyor. Milletimiz ikinci tur diyorsa başımızın üstüne. Bu seçimi ikinci turda mutlaka ama mutlaka kazanacağız. Herkes bunu görecek. Geçici sonuçlar şunu göstermiştir ki Erdoğan, toplumdaki beklediği güven oyunu alamamıştır. Toplumdaki değişim talebi yüzde 50’nin üzerindedir. AK Parti’deki oy kaybı da bu gerçeği göstermektedir. Biz, önümüzdeki 15 gün boyunca Türkiye için milletimizle beraber bu ülkeye hakkı, hukuku ve adaleti getirmek için her türlü mücadeleyi yapacağız. Halkımız emin olsun, mutlaka ama mutlaka kazanacağız ve bu ülkeye demokrasiyi getireceğiz. Hepinize teşekkür ederim.” (Show Ana Haber, 2023).

Tablo 10: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	38	38	38	%77,55	616
Kayıtlı	11	11	11	%22,45	231
Toplam	49	49	49	%100	847

Tablo 10'a göre video yorumlarının büyük çoğunluğu anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır (%77,55). Anonim kullanıcılar tüm yorumlarda siber zorbalık ve nefret söylemi içeren ifadeler kullanmıştır. Toplam beğeni sayısı 847'dir.

Örnek olarak, @zah*dk*za* kullanıcı adıyla yapılan "Ulan 7 kişi 1 adamı alamadınız girmişsiniz sıraya hala konuşuyorsunuz" yorumu 77 beğeni almış, @b*y*am*ara*us2439 kullanıcı adıyla yapılan "ZİLLET İTTİFAKİ HÜSRANA UĞRADI AĞLAMAYA BAŞLADI ZİYAAA AĞLAMA LA" yorumu ise 13 beğeni almıştır. @em-r**il*az2038 kullanıcı adıyla yapılan "Sen 3ün birini aldın" yorumu 2 beğeni almıştır. @adna*m*ht*di*i4*29 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Şu Kılıçdaroğlu kadar komik insan yok bide onu destekleyenler daha da komik herkesin oya saygısı olması lazım ama Selahattin Demirtaş'ın hapisten çıkması lazım diyen bı insana hiç bı türlü ne onu destekleyenlere oluyo nede kendisine" yorumu 2 beğeni almış, @selcuk10line34 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Seçim, yenileceğini anlayınca 'Biz Öndeyiz' yalanıyla kazanılmaz." yorumu 28 beğeni almış, @Vatan38 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Hayaller ve Hayatlar.... noldu istediğini alamadin mi hevallere sana yetmedi demi!" yorumu 38 beğeni almış, @SandsUnderSands anonim kullanıcı adıyla yapılan "Allah'ım bana akıl fikir ver akpli npcler bitmiyo" yorumu ise 222 beğeni almıştır.

Tablo 11: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	49	%100	847
Siber Taciz	33	%67,35	591
Çevrim içi Taciz	47	%95,92	800
Çevrim içi Kavga	14	%28,57	189

Tablo 11'e göre video yorumlarının %100'ü aşağılama-karalama içermektedir. Çevrim içi taciz %67,35, siber taciz %95,92 ve çevrim içi kavga %28,57 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türlerini içeren yorumlar sırasıyla aşağılama-karalama (847), siber taciz (800), çevrim içi taciz (591), ve çevrim içi kavga (189) olmuştur.

Tablo 12: Nefret Söylemi Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	46	%93,88	807
Mezhep ve İnanca Yönelik Nefret Söylemi	3	%6,12	36
Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi	3	%6,12	45

Tablo 12'ye göre video yorumlarının çoğu siyasi nefret söylemi içermektedir (%93,88). Mezhep ve İnanca Yönelik Nefret söylemi %6,12 ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi %6,12 oranında görülmektedir.

Tablo 11 ve Tablo 12'ye örnek olarak, @abd*ll**o*t**k9578 kullanıcı adıyla yapılan "Allahim din düşmanlarına fırsat verme Şehitler icon" yorumu 1 beğeni almış, aşağılama-karalama ve siber taciz, çevrim içi taciz siber zorbalık kategorisinde ve mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi kapsamında yer almıştır. @semra9806 anonim kullanıcı adıyla yapılan "Bunların işi gücü algi fırıldak başka da icraatları yok" yorumu 1 beğeni almış, aşağılama- karalama ve siber taciz, çevrim içi taciz siber zorbalık kategorisinde ve siyasi nefret söyleminde değerlendirilmiştir. @Ehejeoeheje anonim kullanıcı adıyla yapılan "Erməni seven insan Türkiye düşman ola bilər, cümhurbaşkanı deyil" yorumu 1 beğeni almış ve aşağılama- karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorisinde ve siyasi nefret söylemi, göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi kategorisinde değerlendirilmiştir. @nih**alb**7056 kullanıcı adıyla yapılan "Gelsin 5 milyon daha mülteci inşallah" yorumu 6 beğeni almış, aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorisinde ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söyleminde yer almıştır. @starbystarr anonim kullanıcı adıyla yapılan "yoo oturuyor,hizbullah yardım vakfı mı?" yorumu 25 beğeni almış ve aşağılama-karalama, çevrim içi taciz, çevrim içi kavga, siber zorbalık kategorisinde ve siyasi nefret söyleminde değerlendirilmiştir. @Rindareio anonim kullanıcı adıyla yapılan "Rabbim deme bağı allahsız kitapsız" yorumu 12 beğeni almış ve siyasi nefret söylemi, mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi kategorisinde değerlendirilmiştir.

Video 5: Ümit Özdağ

Video, "Ümit Özdağ Kılıçdaroğlu'na Desteğini Açıkladı" başlığıyla, 24 Mayıs 2023 tarihinde @telelcomtr tarafından paylaşılmıştır. Videonun görüntülenme sayısı 119.023'tür ve 2.700 beğeni almıştır. Bu video, Ümit Özdağ'ın 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ikinci turunda Kemal Kılıçdaroğlu'nu destekleme kararını açıkladığı bir bildiriye içermektedir. Videoda Ümit Özdağ, bu kararını Kemal

Kılıçdaroğlu ile birlikte yaptığı basın toplantısında duyurmaktadır. Ümit Özdağ açıklamasında şu ifadeler yer vermektedir:

“Değerli basın mensupları, sayın genel başkana teşekkür ediyorum. Türkiye'nin en önemli sorunu, hiç şüphesiz, ülkemizde yaşayan 13 milyon sığınmacı ve kaçağın vatanlarına geri yollanmasıdır. Bu 13 milyon kişi vatanlarına geri yollanmadan ve yenilerinin gelmesi kararlı politikalarla engellenmeden Türkiye'nin ekonomik sorunlarını aşması mümkün değildir. Yılda 11 milyar dolar sığınmacılara harçayarak Türk halkını fakirlikten kurtaramayız, kiraların yükselmesini engelleyemeyiz, vatandaşlık satarak Türk halkının gayrimenkul alabilmesini sağlayamayız, sokaklarda güvenliği sağlayamayız, çocuklarımıza iş bulamayız. Özetle, nasıl ki bir yüzücünün bacaklarına 20'şer kilo demir bağlarsanız, ne kadar iyi yüzücü olursa olsun yüze mezse, bir ülke de 13 milyon sığınmacıyla ekonomisini ve güvenliğini doğru bir çizgiye oturtamaz. Bundan dolayı 14 Mayıs seçimlerine giderken Türk halkından, biz Zafer Partisi olarak, sığınmacıları vatanlarına geri yollamak için destek istedik. Ancak partimizin yeni kurulmuş olması ve medyada uygulanan ambargo, vatandaşa yeterince erişmemizi engelledi. Fakat birinci turun sonunda gördük ki ortaya çıkan siyasi görünüm, iki adayın 28'inde bir ikinci tur için Türk halkının önüne gideceği çerçeveyi oluşturmuş. AK Parti Genel Başkan Vekili Numan Bey bizi ziyaret etti. Kendilerine sorduk. Bizden destek istediler. Sığınmacılar konusunda ne yapmayı düşünüyorsunuz? Anlattıkları şey sığınmacıların vatanlarına dönmesini içermiyordu. Kemal Bey'le görüştük. Kemal Bey, çok net bir şekilde sığınmacıların vatanlarına dönmesi gerektiğini ve bu politikayı izleyeceğini söyledi. Bu politikanın detaylarını konuştuk ve Zafer Partisi'nin önermiş olduğu, bir sene içerisinde uluslararası hukuka uygun, insan haklarını gözeten, dönen Suriyelilerin Suriye'de güvenliğini sağlayacak ama Türk ekonomisinin üzerindeki büyük yükü de kaldıracak, sokaklarımızı tekrar güvenli hâle getirecek, uyuşturucu çetelerini sokaklarımızdan, okulların önünden temizleyecek bir model üzerinde kendisiyle fikir birliğine vardık. Bundan dolayı da Zafer Partisi olarak Sayın Kılıçdaroğlu'nu Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ikinci turda destekleme kararı verdik. Hayırlı olsun. Şimdi buradan birinci turda Cumhuriyet İttifakı'na oy vermiş, Millet İttifakı'na oy vermiş ve Ata İttifakı'na oy vermiş değerli seçmenlere, bütün seçmenlere çağırım şu: Değerli Yurttaşlar, eğer annelerinizden ve babalarınızdan aldığınız Türkiye'yi çocuklarınıza devretmek istiyorsanız, Türkiye'nin Türkiye olarak kalmasını istiyorsanız, “Göçmenistan” olmasını istemiyorsanız, kızınız sokağa çıktığı zaman endişelenmek istemiyorsanız, akşam saat 21.30'da oğlunuzu köşedeki bakkala yollarken güven içinde yollamak istiyorsanız, 28 Mayıs'ta yapılacak seçimde 13 milyon sığınmacıyı vatanına yollayacak politikaya ve politikacılara destek verin ve Kemal Kılıçdaroğlu'na oy verin. Bu, ülkemizin “Göçmenistan” olmasının tek yoludur. Hepinize teşekkür ediyorum. Sağ olun.” (Tele1, 2023).

Tablo 13: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	21	21	21	%53,85	267
Kayıtlı	18	18	18	%46,15	122
Toplam	39	39	39	%100	389

Tablo 13'e göre video yorumlarının %53,85'i anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır. Toplam beğeni sayısı 389'dur.

Örnek olarak, @s*zg*ny***az1744 kullanıcı adıyla "Erdoğan sen nasıl bir lider-sin ki sözde Türk milliyetçisiyle Apo destekçilerini aynı yola soktun gerçekten helal olsun sana verdiğim oylara" yorumu 1 beğeni almıştır. @Ronaldo_455editzz anonim kullanıcı adıyla "Ümit beyfendi sende gocmensin sende geldiğin yere git istemiyoruz sizi ve bu vatana ihanet edenleri gıdın arkanızda bakmadan hemide" yorumu 1 beğeni almıştır. @s*I**m*ns*I*k113 kullanıcı adıyla "Teröre destek verenlerle birlikte olmayı nasıl kabul ediyorsun sende sözde milliyetçisin" yorumu 2 beğeni almıştır. @hus*y*na*c6543 kullanıcı adıyla "PKK meselesine neden hiç konuşulmuyor Türkiye'nin en önemli sorunu PKK dir Ümit" yorumu 1 beğeni almıştır. @KaYaa.1071 anonim kullanıcı adıyla "Kılıçdaroğlu kazanırsa iç savaş çıkar diyen ben miydim" yorumu 3 beğeni almıştır. @m*staf*anil*lk*r69 anonim kullanıcı adıyla "Sizden ne devlete ne millete hayır gelmez" yorumu 1 beğeni almıştır. @nh2034 anonim kullanıcı adıyla "Tarafsız kalması iyi olurdu. HDP ile yanyana olacalsın Umit bey) Senden bir şey olmaz" yorumu 2 beğeni almıştır.

Tablo 14: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	30	%76,92	289
Siber Taciz	36	%92,31	345
Çevrim içi Taciz	33	%84,62	328
Çevrim içi Kavga	13	%33,33	91

Tablo 14'e göre video yorumlarının %76,92'si aşağılama-karalama içermektedir. Çevrim içi taciz %92,31 oranında görülmektedir. Siber taciz %84,62, çevrim içi kavga ise %33,33 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türlerini içeren yorumlar sırasıyla çevrim içi taciz (345), aşağılama-karalama (289), siber taciz (328), ve çevrim içi kavga (91) olmuştur.

Tablo 15: Nefret Söylemi Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	31	%79,49	807
Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi	3	%20,51	45

Tablo 15'e göre yorumların %79,49'u siyasi nefret söylemi içermektedir. Göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi %20,51 oranında görülmektedir.

Tablo 14 ve 15'e örnek olarak, @Ronaldo_455editzz anonim kullanıcı adıyla "Ümit beyfendi sende gocmensin sende geldiğin yere git istemiyoruz sizi ve bu vatana ihanet edenleri gıdın arkanızda bakmadan hemide" yorumu 1 beğeni almış ve aşağılama-karalama ve siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık türleri kategorisinde, ayrıca göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi ve siyasi nefret söylemi bağlamında değerlendirilmiştir. @ad*md*le*3*99 kullanıcı adıyla "Göçmen konusundaki görüşü için ilk turda oyu Özdağ a atacaktım ,sonra oyu bolmeyim diye kilictarogluna attım , şimdi tekrar kilictaroglu, direne direne kazanacağız" yorumu 1 beğeni almış ve siber zorbalık türlerinden aşağılama-karalama kategorisinde, ayrıca göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi bağlamında değerlendirilmiştir. @sa*m*y*m*k6872 kullanıcı adıyla "Hel-la.o.lsun.ümit.beye.bu.vatan.bizim.vatanimiz.sureylerin.dey-il.yeter.kendi.vatanina.gitsinler" yorumu 2 beğeni almış ve siber zorbalık türlerinden aşağılama-karalama kategorisinde, ayrıca göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi bağlamında değerlendirilmiştir. @osm*n*m*et kullanıcı adıyla "Önce hdp'yi şimdi de hizbullahı meclise sokan mı vatan, millet tarafı anlamadım?" yorumu 8 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, çevrim içi kavga kategorilerinde, ayrıca siyasi nefret söylemi bağlamında değerlendirilmiştir. @ad*m*a**2575 anonim kullanıcı adıyla "Okadar önemli bir secim ki yabancılar ve Türk evladı arasında ne yazık ki durum bu üzgünüm türk evladı oyuna ve vatanına sahip çık" yorumu 41 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz kategorilerinde, ayrıca siyasi nefret söylemi bağlamında ele alınmıştır.

Video 6: Ümit Özdağ

Video, "İpek Özbey'in HDP Seçmeni Sorusuna Ümit Özdağ'dan Çok Net Cevap!" başlığıyla, 24 Mayıs 2023 tarihinde @Sozcutelevizyonu tarafından paylaşılmış olup, 104.411 görüntülenme ve 1.300 beğeni almıştır. Videoda, gazeteci İpek Özbey'in Ata İttifakı lideri olarak incelenen Ümit Özdağ'a yönelik "HDP seçmenine bir mesajınız olup olmadığını merak ediyorum." şeklinde bir soru sorduğu görülmektedir. Ümit Özdağ, bu soruya şu şekilde cevap vermiştir:

"Bakın, benim bütün Türk halkına, daha önce hangi partiye oy vermiş olursa olsun, çağrım şu: Bir konuda karar verelim. 13 milyon sığınmacının Türkiye'de kalmasını istiyor musunuz, istemiyor musunuz? Hastanede hem kendi paranızı hem sığınmacının tedavi parasını verip ondan sonra onun arkasında beklemek istiyor musunuz? Eczaneye gittiğiniz zaman, hem ilaç için kendiniz para verip hem de Suriyeli'nin bedava ilaç almasını istiyor musunuz, istemiyor musunuz? Yılda 11 milyar dolar harcamak istiyor musunuz? Şuana kadar 2011'den bu yana her Türk vatandaşının cebinden 1800-1900 dolar çıktı, sığınmacılar için harcanıldı. Benim param bol, sığınmacılar için para harcanmaya devam etsin, sorun yok. İnsani yardım diye, 72 milyar dolar harcanmış, bunun büyük bir bölümü Suriye'nin kuzeyine. Bu harcanmaya devam etsin, yani toplam 180 milyar dolardan bahsediyoruz. 150 milyar dolar Türkiye'de sığınmacılara harcanı, 30 milyar dolar kadar da Suriye'nin kuzeyinde harcanı. Buna devam etsin diyorsanız, Suriyeliler, Afganlar vs. kalsınlar ve yenileri de gelebilir diyorsanız, huzur içinde Erdoğan'a verebilirsiniz oyunuzu. Yok hayır, gitsin diyorsanız. Onlar gidince kiralar düşsün, enflasyon azalsın, hayat pahalılığı azalsın, biz işimizi kaybetmeyelim, diyorsanız, eşlerimiz, çocuklarımız, karılarımız, annelerimiz, teyzelerimiz, sokağa çıktıkları zaman Türkiye'yi Dünya'nın lunaparkı zanneden ve burada Türk kadınlarına cariye gözüyle bakan kitleler sokakları işgal etmesin diyorsanız, o zaman Kemal Kılıçdaroğlu'na desteğinizi verin ve söz, bir sene içerisinde hepsini hızlı ve hukuka uygun bir şekilde vatanlarına yollayacağız." (Sözcü Televizyonu, 2023).

Tablo 16: Kullanıcı Tipi ve Siber Zorbalık/Nefret Söylemi Dağılımı

Kullanıcı Tipi	Toplam Yorum Sayısı	Siber Zorbalık İçeren Yorum Sayısı	Nefret Söylemi İçeren Yorum Sayısı	Anonimlik (%)	Beğeni Sayısı
Anonim	47	47	47	%67,14	267
Kayıtlı	23	23	23	%32,86	122
Toplam	70	70	70	%100	389

Tablo 16'ya göre video yorumlarının %67,14'ü anonim kullanıcılar tarafından yapılmıştır. Toplam beğeni sayısı 389'dur.

Örnek olarak, @s*b*h*t**nt**an5401 kullanıcı adıyla "Milliyetçi olan, önce vatanını ve milletin menfaatlerine öncelik tanır! Kendine, Suriyeli ve yabancılara sonra milletine değil! Saygılar Özdemir! Seçmenin dikkatine!" yorumu 21 beğeni almıştır. @orh*no*d*m**3401 kullanıcı adıyla "Kiralalar, ev fiyatları çok yüksek diye ağlayanlar, demek ki her şeyi hak ediyorsunuz, ağlamayın sürünün." yorumu 14 beğeni almıştır. @mur*t*lg*n*463 kullanıcı adıyla "Faşistlerden, faşist beğen." yorumu 9 beğeni almıştır. @S*n*nK**I*-gt*uk kullanıcı adıyla "Keşke bu 13 milyon mülteciyi Numan Kurtulmuş'un yanında söyleseydi, Numan bey 5 milyon civarı var dediğinde düzeltseydi. Bi bakanlık için bu kadar fııldak olmaya gerek yok." yorumu 15 beğeni almıştır. @gokboru951 anonim kullanıcı adıyla "Türk- Kürt, sağcı solcu, alevi Sünni zamanı değil kardeşlerim. Bu mülteci meselesi bu ülkenin her bir bireyinin geleceğini karartacak, bu meseleyi kesinlikle çözmeliyiz. Ben şahsen mültecileri gindermeyeceğiz diyen adaya değil, 1 yıl içinde göndereceğiz diye mutabakat imzalayan adaya vereceğim oyu." yorumu 37 beğeni almıştır. @Kurden_Nasyonalist anonim kullanıcı adıyla "Bir zahmet Bizim çocuklarımız sizin çocuklarınız olmasın elinizi çekerseniz biz kendi çocuklarımıza bakacağız." yorumu 17 beğeni almıştır. @sedax4032 kullanıcı adıyla "ARAP SUS" yorumu 5 beğeni almıştır. @em*r*hfe*e*8435 anonim kullanıcı adıyla "Adam güzel cevap verdi biz aramızda anlaşırız mesele yabancı meselesi birakin Kürt seçmeni bende kürdüm oyumuz xale kemale." yorumu 28 beğeni almıştır.

Tablo 17: Siber Zorbalık Türleri Dağılımı

Siber Zorbalık Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Aşağılama ve Karalama	41	%58,57	344
Siber Taciz	33	%47,14	335
Çevrim içi Taciz	36	%51,43	345
Çevrim içi Kavga	13	%18,57	91

Tablo 17'ye göre yorumların %58,57'si aşağılama ve karalama içermektedir. Siber taciz %47,14, çevrim içi taciz %51,43, çevrim içi kavga ise %18,57 oranında görülmektedir. En çok beğeni alan siber zorbalık türleri içeren yorumlar sırasıyla çevrim içi taciz (345), aşağılama-karalama (344), siber taciz (335), ve çevrim içi kavga (91) olmuştur.

Tablo 18: Nefret Söylemi Dağılımı

Nefret Söylemi Türü	Yorum Sayısı	Yüzde (%)	Beğeni Sayısı
Siyasal Nefret Söylemi	42	%60	392
Göçmenlere ve Yabancılara Yönelik Nefret Söylemi	28	%40	141

Tablo 18'e göre video yorumlarının %60'ı siyasi nefret söylemi içermektedir. Göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi %40 oranında görülmektedir.

Tablo 17 ve Tablo 18'e örnek olarak, @Kurden_Nasyonalist anonim kullanıcı adıyla "Bir zahmet Bizim çocuklarımız sizin çocuklarınız olmasın elinizi çekerseniz biz kendi çocuklarımıza bakacağız" yorumu 17 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, çevrim içi kavga olarak siber zorbalık kategorilerinde ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @eb*u*nc*yldr*9878 kullanıcı adıyla "Mülteci sorunu hepimizin sorunu değil mi ? Kürt veya Türk bu ülke bizim değil mi ?" yorumu 130 beğeni almış ve aşağılama-karalama siber zorbalık türlerinde ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @gokboru951 anonim kullanıcı adıyla "Türk- Kürt , sağcı solcu, alevi Sünni zamanı değil kardeşlerim. Bu mülteci meselesi bu ülkenin her bir bireyinin geleceğini karartacak, bu meseleyi kesinlikle çözmeliyiz. Ben şahsen mültecileri gindermeyeceğiz diyen adaya değil, 1 yıl içinde göndereceğiz diye mutabakat imzalayan adaya vereceğim oyu." yorumu 37 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, siber zorbalık kategorilerinde, göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi ve mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @res*td*1*k5326 kullanıcı adıyla "Bu adam gördüğüm zaman midem bulanıyor" yorumu 1 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @ram*z*ny*ld**2174 kullanıcı adıyla "FIRILDAK OLAN HARUN GİBİ GELİP KARUN GİBİ OLDULAR DİYİP SONRA ERSOYANIN KUCAGINA OTURAN SENİN NUMAN BEY DEDİĞİN DİNGONUN TA KENDİSİDİR" yorumu 4 beğeni almış ve aşağılama-karalama, çevrim içi kavga, siber zorbalık kategorilerinde ve siyasi nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @amazon958 anonim kullanıcı adıyla "kardeşiz demek kolay buyur kardeşlerinin anadillerinde eğitim almasını da savun. Kardeş değil miyiz yoksa ? Yalan mı söylüyorsunuz ? Demokrasi insan hakları falan ? Ülkeyi birlikte kurtarmistik?" yorumu 4 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, çevrim içi kavga, siber zorbalık kategorilerinde ve göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir. @diplomat42 anonim kullanıcı adıyla "Özerklik gelsin istiyorsanız Kemal Kılıçdaroğluna OY verin" yorumu 2 beğeni almış ve aşağılama-karalama, siber taciz, çevrim içi taciz, çevrim

içi kavga siber zorbalık türlerinde ve siyasal nefret söylemi olarak değerlendirilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmanın sonuçları, 14 Mayıs ile 28 Mayıs tarihleri arasında Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ümit Özdağ'ın 2023 yılı seçim dönemi sırasında YouTube'da farklı kullanıcılar tarafından paylaşılan videolarına yapılan yorumların içerik analizine dayanmaktadır. Araştırma, siyasal figürlere yönelik çevrim içi yorumlarda siber zorbalık ve nefret söylemi uygulamalarının varlığını incelemiştir. Elde edilen bulgular, çevrim içi platformlardaki kullanıcıların tutumlarını ve davranışlarını ortaya koymuştur.

"Cumhurbaşkanı Erdoğan: 'Duyanlara Duymayanlara, Biz Onu Çok Seviyoruz Çok!'" başlıklı videoya yapılan 49 yorumun tamamı (%100) siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Yorumların %87,76'sı anonim kullanıcılar tarafından yapılmış olup, anonim kullanıcılar toplamda 1308 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar ise %12,24 olup bu yorumlar 36 beğeni almıştır. Yorumların siber zorbalık türleri arasında, %100'ü aşağılama-karalama, %40,82'si siber taciz, %79,59'u çevrim içi taciz ve %20,41'i çevrim içi kavga olarak sınıflandırılmaktadır. Bu yorumlar toplamda 1344, 849, 1320 ve 530 beğeni almıştır. Nefret söylemi türleri arasında ise, yorumların %87,76'sı siyasal nefret söylemi içerirken, %12,24'ü göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir ve toplamda 1264 ve 80 beğeni almıştır.

"Erdoğan'dan Canlı Yayında Kılıçdaroğlu'yla İlgili İtiraf Gibi Açıklama: Ama Montaj..." başlıklı videoya yapılan 56 yorumun tamamı (%100) siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Bu videoda anonim kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar, toplam yorumların %67,86'sını oluşturmakta ve anonim kullanıcılar toplamda 1231 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar ise %32,14 oranında yorum yapmış ve bu yorumlar 682 beğeni almıştır. Siber zorbalık türleri arasında, %92,86'sı aşağılama-karalama, %87,50'si siber taciz, %80,36'sı çevrim içi taciz ve %17,86'sı çevrim içi kavga türlerinde olup, bu yorumlar sırasıyla 1754, 1688, 1576 ve 220 beğeni almıştır. Nefret söylemi türleri arasında ise, %91,07'si siyasal nefret söylemi, %10,71'i mezhep ve inanca yönelik nefret söylemi ve %7,14'ü göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir, bu yorumlar toplamda 1797, 137 ve 101 beğeni almıştır.

"Kılıçdaroğlu: 'Buradayım Be Buradayım, Sonuna Kadar Buradayım'" başlıklı video, 84 yorumun tamamında (%100) siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Yorumlar, aşırı olumsuz bir dil kullanarak siyasetçilere yönelik hakaretler içermektedir. Yorumların %70,24'ü anonim kullanıcılar tarafından yapılmış olup, anonim kullanıcılar 2135 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar ise %29,76'lık bir paya sahip olup, 696 beğeni almıştır. Siber zorbalık türleri arasında, yorumların %100'ü aşağılama-karalama içerirken, %35,71'i siber taciz, %64,29'u çevrim içi taciz ve %17,86'sı

çevrim içi kavga türündedir. Nefret söylemi türlerinin dağılımında ise, yorumların tamamı siyasal nefret söylemi içerirken, %11,90'ı mezhep ve inanca yönelik, %7,14'ü ise göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir.

“Kılıçdaroğlu: ‘Seçim Balkonda Kazanılmaz’” başlıklı videoya yapılan 49 yorumun tamamı (%100) siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Yorumlar yine siyasetçilere yönelik ağır eleştiriler ve hakaretler barındırmaktadır. Yorumların %77,55'i anonim kullanıcılar tarafından yapılmış ve anonim kullanıcılar 616 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar ise %22,45'lik bir payla 231 beğeni almıştır. Siber zorbalık türlerinin dağılımında, %100'ü aşağılama-karalama içerirken, %67,35'i siber taciz, %95,92'si çevrim içi taciz ve %28,57'si çevrim içi kavga türündedir. Nefret söylemi türlerinde ise, %93,88'i siyasal nefret söylemi içerirken, %6,12'si mezhep ve inanca yönelik, aynı oranla göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir.

“Ümit Özdağ Kılıçdaroğlu'na Desteğini Açıkladı” videosuna yapılan yorumlar tamamen siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Videoya yapılan 39 yorumun tamamı, anonim ve kayıtlı kullanıcılar arasında yayılmakta olup, aşırı olumsuz dil ve hakaretler içermektedir. Yorumların %53,85'i anonim kullanıcılar tarafından yapılmış, bu yorumlar toplamda 267 beğeni almıştır. Kayıtlı kullanıcılar ise yorumların %46,15'ini oluşturmuş ve bu yorumlar 122 beğeni almıştır. Siber zorbalık türlerine bakıldığında, %76,92'si aşağılama-karalama, %92,31'i siber taciz, %84,62'si çevrim içi taciz ve %33,33'ü çevrim içi kavga içermektedir. Nefret söylemi türlerinden ise %79,49'u siyasal nefret söylemi, %20,51'i göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir.

“İpek Özbey'in HDP Seçmeni Sorusuna Ümit Özdağ'dan Çok Net Cevap!” videosuna yapılan yorumlar da tamamen siber zorbalık ve nefret söylemi içermektedir. Bu videoya yapılan 70 yorumun tamamı, hem anonim hem de kayıtlı kullanıcılar arasında büyük bir etkileşimle gerçekleşmiştir. Anonim kullanıcılar, yorumların %67,14'ünü yapmış ve 267 beğeni alırken, kayıtlı kullanıcılar %32,86'lık bir payla 122 beğeni almıştır. Siber zorbalık türlerinin dağılımı ise %58,57'si aşağılama-karalama, %47,14'ü siber taciz, %51,43'ü çevrim içi taciz ve %18,57'si çevrim içi kavga olarak belirlenmiştir. Nefret söylemi türleri arasında %60'ı siyasal nefret söylemi, %40'ı ise göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemi içermektedir.

2023 Cumhurbaşkanlığı seçimlerine yönelik Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ümit Özdağ'ın videolarındaki YouTube yorumlarına yapılan analizler, siber zorbalık ve nefret söyleminin yaygınlığını ve sert toplumsal kutuplaşmayı ortaya koymaktadır. Her üç liderin videolarında anonim kullanıcıların, kayıtlı kullanıcılara kıyasla daha fazla yorum yaptığı ve daha çok beğeni aldığı görülmüştür; bu durum, anonimliğin siber zorbalık ve nefret söylemini teşvik ettiğini göstermektedir. En sık karşılaşılan siber zorbalık türü aşağılama-karalama olurken, çevrim içi taciz ve siber taciz de önemli bir yer tutmuştur. Ayrıca, yorumlar içerisinde kullanıcılar arasında karşılıklı olarak sert söylemlerle cevaplaşılan çevrim içi kavga

da gözlemlenmiştir. Siyasal nefret söylemi her videoda baskın bir tema olurken, göçmenlere ve yabancılara yönelik nefret söylemleri de dikkat çekmiştir. Yorumlara gelen yüksek beğeni sayıları, bu tür davranışların motivasyonunu artırmakta ve benzer içeriklerin üretilmesini teşvik etmektedir. Dolayısıyla, bulgular, dijital platformlarda siber zorbalık ve nefret söyleminin yayılmasının anonimlik ve siyasal kutuplaşma gibi faktörlerle nasıl güçlendiğini göstermektedir. Bu durum, Çınar (2022) ve Kyaw (2019) gibi literatürdeki önceki çalışmalara paralel olarak, çevrim içi ortamda siyasal iletişimin giderek daha kutuplaşmış ve zehirleyici bir hâle geldiğini gözler önüne sermektedir. Ayrıca, Solovev ve Pröllochs (2022) ile Kurtul (2019) gibi araştırmalarla karşılaştırıldığında, dijital platformlarda siyasetin giderek daha kutuplaşmış ve zararlı bir hâle geldiği açıkça görülmektedir. Bu bulgular ışığında, dijital platformlarda daha etkin moderasyon politikaları ve kullanıcı eğitimlerinin uygulanması, siber zorbalık ve nefret söyleminin azaltılmasında önemli bir adım olabilir.

Alan yazındaki diğer araştırmalarla karşılaştırıldığında, bu çalışma, siber zorbalık ve nefret söylemi arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine inceleyerek literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Çalışmanın bulguları, bu iki olgunun nasıl iç içe geçerek toplumsal kutuplaşmayı derinleştirdiğini ve çevrim içi iletişim dinamiklerini nasıl şekillendirdiğini daha belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, dijital platformların güvenliği ile kullanıcıların daha bilinçli hâle gelmesi, bu tür sorunların çözülmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan dijital platformların güvenliği ve kullanıcıların daha bilinçli hale gelmesi, bu tür sorunların çözülmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Yeni medya okuryazarlığının artırılması hem bireysel hem de toplumsal düzeyde daha sağlıklı ve güvenli çevrim içi iletişim ortamlarının yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, platform sağlayıcılarının etkin moderasyon politikaları oluşturmaları ve kullanıcıların eğitilmesi, siber zorbalık ve nefret söyleminin yayılmasını engellemek için büyük önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Akman, Y. (2020). Dijital dönüşüm ve yenilik yönetimi. İskenderiye Kitap.
- Alper, S. İ. (2008). İlköğretimde zorbalık (Yayın No. 221001) [Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Arıca, O. T. (2009). Psychiatric symptomatology as a predictor of cyberbullying among university students. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, (34), 167-184.
- Aslan, M. G. (2012). Anonimlik deneyimi ve sosyal medya etkisi (Yayın No. 322094) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- ATV Türkiye. (28 Mayıs 2023). Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Duyanlara duymayanlara, biz onu çok seviyoruz çok!" [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/shorts/LRCMKezmzb4>
- Bhat, C. S. (2008). Cyber bullying: Overview and strategies for school counselors, guidance officers, and all school personnel. *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 18(1), 53-66.
- Binark, M., & Çomu, T. (2013). Nefret söyleminin nefret suçuna evrilmesi. *Bianet*. <http://bianet.org/bianet/biamag/131930-nefret-soyleminin-nefret-sucuna-evrilmesi>
- Çelik, A. (2023). Sosyal medyada matematik öğretmenliği ve matematik öğretmeni kavramlarına yönelik algıların analizi: katılımcı sözlükler örneği. *Journal of Curriculum and Educational Studies*, 1(1), 1-21.
- Çetin, B. (2023). Dijital erişilebilirlik: Kapsam, kavramlar, standartlar, yasalar. *Tasarım Mimarlık ve Mühendislik Dergisi*, 3(1), 57-68.
- Çınar, E. (2022). Siyasal iletişim ve nefret söylemi: 2019 İstanbul Yerel Seçimleri örneği. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10(22), 225-260.
- Deniz Anamur, D., & Topsakal, T. (2019). Herkesin herkesi gözetlediği toplum: Siberuzamda alttan gözetimin farklı inşası olarak siber zorbalık. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 4(2), 37-58.
- Dinç Kırılı, E. S., & Büyükbaykal, G. (2022). Yeni medyada nefret söylemi: Taraftarların 6222 sayılı kanun içerikli nefret söylemlerinin twitter üzerinden incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 93-111.
- Dondurucu, Z. (2022). Fransız gazetelerinde "İslam"ın temsili ve islamofobinin inşası: Le Figaro, Le Monde ve L'opinion örneği. *TRT Akademi*, 7(15),

532-573.

- Erdur Baker, Ö. (2013). Görünümleri ve ilgili değişkenleriyle siber zorba ve siber kurbanlar. H. Yavuzer ve M.R. Şirin (Edt.), Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı (ss.277-295), Çocuk Vakfı Yayınları.
- Eren, V., & Aydın, A. (2014). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014(3), 197-205.
- Eroğlu, Y., Peker, A., & Yaman, E. (2011). Okul zorbalığı ve siber zorbalık. Kaknüs Yayınları.
- Gazete Duvar. (15 Mayıs 2023). Kılıçdaroğlu: "Buradayım be buradayım, sonuna kadar buradayım" [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fDjMVKTFjFs>
- Genç, G. (2007). Genel liselerde akran zorbalığı ve yönetimi (Yayın No. 226994) [Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Gökler, R. (2009). Okullarda akran zorbalığı. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6(2), 511-537.
- Güneş, E. (2018). Zorbalık eğilimi, duygusal özerklik ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayın No. 529475) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Halk TV Kanalı. (23 Mayıs 2023). Erdoğan'dan canlı yayında Kılıçdaroğlu'yla ilgili itiraf gibi açıklama: Ama montaj... [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LOu5JsB-AYg>
- Harranoğlu, S., & Yengin, D. (2022). İnternet ortamındaki futbol takımı taraftarlarının futbolculara karşı nefret söylemi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 6(3), 229-240.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2018). Cyberbullying identification, prevention, and response. Cyberbullying Research Center.
- Kalav, A., & Fırat, A. (2017). Amerikan sosyal medyasında göçmen karşıtlığı ve dijital nefret söylemi: Twitter özelinde bir inceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 2209-2222.
- Kartal, H., & Bilgin, A. (2013). İlköğretim öğrencilerine yönelik bir zorbalık karşıtı program uygulaması: okulu zorbalıktan arındırma programı. Eğitimde Kuram ve Uygulama, 3(2), 207-227.
- Kaya, S. (2022). Sosyal medyada anonim olmanın söylemler üzerindeki etkisi-

- nin haber yorumları üzerinden incelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(60), 168-185.
- Kepenekçi, Y. K., & Çinkır, Ş. (2003). Öğrenciler arası zorbalık. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 34(34), 236-253.
- Keskin, T. (2010). İlköğretim okullarındaki öğrencilerin akran zorbalığının benlik saygısıyla ilişkisi (Yayın No. 278793) [Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Kılıç, N. (2009). İlköğretim 6, 7, 8. Sınıf öğrencilerinin zorbalık düzeylerinin yordanması (Konya ili Cihanbeyli ilçesi ilçe merkez örneği) (Yayın No. 228368) [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Korkmaz, K. (2018). Bilişsel davranışçı temelli siber zorbalık önleme programının etkisi (Yayın No. 513471) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Kurtul, K. (2019). Twitter'daki siyasal nefret söylemi üzerine bir inceleme: 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimleri örneği (Yayın No. 559640). [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Kyaw, N. N. (2019). Facebooking in Myanmar: From hate speech to fake news to partisan political communication.
- Lenhart, A. (2007). Cyberbullying and online teens. *Pew Internet & American Life Project*.
- Mason, K. (2008). Cyberbullying: A preliminary assessment for school personnel. *Psychology in the Schools*, 45(4), 323-348.
- Maxwell, J. A. (2008). Designing a qualitative study. *The SAGE handbook of applied social research methods*, 2, 214-253.
- Özerkmen, N., & Gölbaşı, H. (2012). Toplumsal bir olgu olarak şiddet. *Akademik Bakış Dergisi*, 28, 1-19.
- Öztuna, A. (2018). Dokuzuncu ve onuncu sınıf öğrencilerinde akran zorbalığı göstermenin ve akran zorbalığına maruz kalmanın psikolojik belirtilerle ilişkisi (Yayın No. 526005) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Rigby, K. (2007). *Bullying in Schools: and what to do about it*. ACER press.
- Sekman, E. (2015). Nefret söyleminin ortaya çıkmasında medyanın etkisi. (Yayın No. 417828) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]
- Shariff, S. (2008). *Cyber-bullying: Issues and solutions for the school, the class-*

room and the home. Routledge.

Show TV. (15 Mayıs 2023). Kılıçdaroğlu: "Seçim balkonda kazanılmaz" [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=O6TGLQt1JRg>

Slonje, R., Smith, P. K., & Frisén, A. (2013). The nature of cyberbullying, and strategies for prevention. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 26–32.

Solovev, K., & Pröllochs, N. (2022, April). Hate speech in the political discourse on social media: Disparities across parties, gender, and ethnicity. In *Proceedings of the ACM Web Conference 2022* (pp. 3656–3661).

Sözbilir, M. (2009). Nitel veri analizi. Wordpress. <https://fenitay.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/02/1112-nitel-arac59ftc4b1rmada-veri-analizi.pdf>

Sözcü Televizyonu. (24 Mayıs 2023). İpek Özbey'in HDP seçmeni sorusuna Ümit Özdağ'dan çok net cevap! [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YQSUHruRvvg>

Swearer, S. M., Espelage, D. L., & Napolitano, S. A. (2009). *Bullying, prevention and intervention. realistic strategies for schools*. Guilford Press.

Şensever, F. L. (Ed.) (2012). *Nefret suçları ve nefret söylemi izleme rehberi*. Sosyal Değişim Derneği Yayınları.

Tanrıkulu, İ. (2020). Siber zorbalık ve kavramsal konular. İ. Tanrıkulu, (Ed.), *Siber zorbalık* (ss. 7–22). Anı Yayınları.

Taş, E. (2017). Yeni medyada nefret söylemi. *Yeni Medya Elektronik Dergi*. 1 (1), 60–71.

Tele1. (24 Mayıs 2023). Ümit Özdağ Kılıçdaroğlu'na desteğini açıkladı [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=89SsVAucXe0>

Toksöz, E. (2010). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin zorbalık eğilimleri ve aile tutumu arasındaki ilişki üzerine bir araştırma (Yayın No. 265558) [Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Utemissova, U. G., Danna, S. & Nikolaevna, N. V. (2021). Cyberbullying during the COVID-19 pandemic. *Global Journal of Guidance and Counseling in Schools: Current Perspectives*, 11(2), 77–87.

Vardal, Z. B. (2015). Nefret söylemi ve yeni medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 132–156.

Weber, A. (2009). *Nefret söylemi el kitabı*. (M. Çulhaoğlu, Çev.), Avrupa Konseyi Yayınları.

- Willard, N. E. (2007). *Cyberbullying and cyberthreats: responding to the challenge of online social aggression, threats, and distress*. Illinois: Research Press.
- Yelboğa, N. (2018). *Liseli öğrencileri akran zorbalığına iten nedenlerin değerlendirilmesi ve okul sosyal hizmeti bağlamında çözüm önerilerinin sunulması* (Yayın No. 540829) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Yelboğa, N. ve Koçak, O. (2019). Ergenlerde akran zorbalığını yordayan bazı faktörlerin zorba ve mağdur bireyler açısından değerlendirilmesi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 2286–2320.
- Zaklama, C. (2003). *The bullying spectrum in grade schools: Parents, teachers, child bullies and their victims* [Yüksek Lisans Tezi, McGill University]. McGill Kampüs Deposu. <https://escholarship.mcgill.ca/concern/theses/zg64tm59n>

2024 Güz, Cilt 15 - Sayı 29
Fall 2024, Volume 15 - Issue 29

GLOBAL MEDIA JOURNAL

Turkish Edition

GMJ-TR

ISSN 1309-7601