



**Middle
Black
Sea
Journal of
Communication
Studies**



MBSJCS

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

Vol: 6

Issue: 1

March 2021



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Editorial Team

Volume 6, Issue 1, March 2021

Owner

Niyazi Usta, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Editor-in-Chief

Recep Yılmaz, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Associate Editors

Onur Bekiroğlu, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Nursel Bolat, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Ömer Çakın, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Beste N. Erdem, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

M. Nur Erdem, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Sinan Kaya, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Ahmet Oktan, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Deniz Özer, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Hasan Turgut, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Managing Editor

Kevser Akyol Oktan, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Foreign Language Editors

Nalan Kızıltan, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Ebru Akçay, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Statistics Advisor

Yüksel Terzi, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Technical Consultant

İsa Ergin, Ondokuz Mayıs University, Turkey.

Editorial Advisory Board

Ayşen Akkor Gül, Istanbul University, Turkey.

Mehmet Arslantepe, Kocaeli University, Turkey.

Ahmet Ayhan, Akdeniz University, Turkey.

Bünyamin Ayhan, Selçuk University, Turkey.

Şükrü Balcı, Selçuk University, Turkey.

Aytekin Can, Selçuk University, Turkey.

Shu-Chuan Chu, DePaul University, USA

Özden Çankaya, Istanbul Aydin University, Turkey.

Tanses Yasemin Gülsoy, Beykent University, Turkey.

Anette Horn, University of the Witwaters, South Afrika.

Magdalena Kachniewska, Warsaw School of Economics, Poland.

Ahmet Kalender, Selçuk University, Turkey.

Yowei Kang, Kainan University, Singapoure.

Enderhan Karakoç, Selçuk University, Turkey.

Kijpokin Kasemsap, Suan Sunandha Rajabhat University, Tailand

Ahmet Yalçın Kaya, Selçuk University, Turkey.

Yeuseung Kim, DePaul University, USA.

Michel Laroche, Concordia University, Canada.

Murat Özgen, Istanbul University, Turkey.

Mehmet Nejat Özüpek, Selçuk University, Turkey.

Mustafa Şeker, Akdeniz University, Turkey.

Ahmet Tarhan, Selçuk University, Turkey.

Neşe Kars Tayanç, İstanbul University, Turkey.

Metin Toprak, Kocaeli University, Turkey.

Fusun Topsümer, Ege University, Turkey.

Kenneth C. C. Yang, The University of Texas at El Paso, USA.



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



İçindekiler

Volume 6, Issue 1, March 2021

- Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi: Mutlu Kaya Örneği..... 1
Doç.Dr. Ebru NERGİZ
Nalan AKIN
- Yeni Medya Örneğinde Teknoloji ve Toplumsal Değişim Bağı: Change.org Üzerine Bir İnceleme..... 17
Öğr.Gör. Deniz AKIN
- Cezayir Sinemasında Devrimin İmgesel Yansıması..... 30
Meriem REMİLİ
Doç.Dr. Nursel BOLAT
- Covid- 19 and Hi-Tech Global Lonely Village..... 41
Dr.Öğr.Üyesi Şebnem GÜRSOY ULUSOY
- Tüketici Ekstra Rol Davranışı ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Nitel Bir Araştırma 46
Sezen GARİP



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2021. 6(1): 1-16.



Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Eleştirel Söylem Analizi: Mutlu Kaya Örneği

Ebru NERGİZ¹

İstanbul Gelişim Üniversitesi

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Nalan AKIN²

Özet

Medyanın ülkemizde toplumsal cinsiyet açısından kadına, erkeğe bağımlı bir rol biçmesi, kadına yönelik şiddetin yanı sıra erkek egemenliğini pekiştiren bir yapının üzerine inşa etmesi haber söylemi yolu ile gerçekleşmektedir. Bu çalışmanın amacı, kadına yönelik cinsiyetçi toplumsal bakış açısının ve ataerkil toplumsal yapının haber söylemine nasıl yansıdığını incelemektir. Çalışmada, Türkiye’de kadına yönelik şiddetin gazete haberlerinde yer alan söylem biçimleri incelenmiştir. Bu amaçla Diyarbakır’da 2015 yılında silahlı şiddete maruz kalarak kamuoyu oluşturan Mutlu Kaya olayı haberlerinin eleştirel söylem analizi yapılmıştır. Mutlu Kaya İstanbul’da katılacağı bir televizyon programı öncesi başından silahla vurularak %92 engelli kalmış ve kamuoyunun tepkilerine sebep olmuştur. Bu haberlerin basın yoluyla şiddeti yeniden üretmesi ve toplumsal cinsiyetçi yaklaşımın medya yolu ile aktarımı incelenmiştir. Basının cinsiyetçi söylem ve ataerkil egemen kodlarını açığa çıkardığı ve şiddeti yeniden ürettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadına yönelik şiddet, haber söylem analizi, van dijk, medyada kadına yönelik şiddet haberleri, Mutlu Kaya

Critical Discourse Analysis of News of Violence Against Women:

The Case of Mutlu Kaya

Abstract

Media rhetoric creates a gender-dependent role for women and men, and builds on a structure that reinforces male domination as well as violence against women in our country. The aim of this study is to examine how the sexist social perspective and patriarchal

¹ Doç. Dr., E-mail: energiz@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2486-2388

² E-mail: nalanakin1968@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3250-0849

social structure reflects on the news discourse. In the study, forms of discourse of violence against women in Turkey were examined in newspaper articles. For this purpose, a critical discourse analysis of the news of the Mutlu Kaya incident, which created public opinion by being subjected to armed violence in Diyarbakır in 2015, was conducted. Before a television show in Istanbul, Mutlu Kaya was shot in the head with a gun and left 92% disabled and caused public reactions. The reproduction of violence through the media and the transmission of the gendered approach through the media have been examined. It has been concluded that the press reveals the sexist discourse and patriarchal dominant codes and reproduces violence.

Keywords: Violence against women, news discourse analysis, van dijk, news about violence against women in the media, Mutlu Kaya.

© 2021 OMU

1. Giriş

Kitle iletişimi, teknolojinin hızla gelişimi ve yeni medya ürünlerinin kullanımı ile birlikte dijital bir dönüşüm yaşamaktadır. Enformasyonun bu kadar ani ve hızlı dağılımı, birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Haber metinlerinin nefret söylemi oluşturan, cinsiyet ayrımcılığı, ırkçılık, fanatizm ve şiddet öğelerini içermemesi ve meşrulaştırılmaması için diline çok dikkat edilmesi gerekmektedir. Kadına yönelik şiddet haberlerinde kullanılan sözcük ve cümleler, eşik bekçileri tarafından dikkatli seçilmelidir. Bu bağlamda medya, haber verme, kamuoyu oluşturma işlevlerinin yanı sıra toplumsal açıdan da önemli görevler taşımaktadır. Mesajların alıcıya doğru olarak iletilmesi kodlama ile doğru orantılıdır. Kadına yönelik şiddet haberlerinde toplumsal cinsiyetçi yaklaşımın ve ataerkil egemen yapının sürdürülmesine editoryal farklılıkların neden olduğu bilinmektedir. Gazeteci; sözcük, cümle ve üslup kullanırken, anlam ve bağlam konusunda dikkatli olmak zorundadır. Toplumun cinsiyetlere verdiği roller ve toplumsal kalıplar, şiddeti meşrulaştırıcı söylemi etkilemektedir. Bu bağlamda Ceren Damar, Özgecan Aslan, Münevver Karabulut, Güldünya Töre, Şule Çet, Müzeyyen Boylu, Emine Bulut, Pınar Gültekin gibi erkek şiddeti ile öldürülenler kamuoyunun gündeminde farklı bir yer tutmuşlardır. Ülkemizde kadına yönelik şiddet eğilimleri her geçen yıl artarken, 2020 yılında 300 kadın cinayeti işlenmiştir. Kadına şiddetin gerekçesi olarak; töre, namus, kıskançlık, ayrılık talebi, boşanma gibi sebepler suçu normalleştirmek için kullanılan argümanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyetçi egemen bakış açısı ve ideolojinin basın yoluyla yaygınlaşmaması için gazetecilerin etik unsurlara çok dikkat etmesi gerekmektedir. Gürses'e (2017: 544) göre; temel etik kurallara uyulması, haber söylemini belirleyerek kadına yönelik cinsiyetçi yaklaşımların toplumda yayılmasını engelleyici rol üstlenmesini sağlayacaktır. Toplumsal cinsiyet, bilinçli bir kimlik olmamakla birlikte çevreden gelen mesajlar ve anlam yapıları ile sürekli olarak sürdürülmektedir (Toker ve Erdoğan, 2010: 14).

Cinsiyet esaslı ayrımcılığın oluşmasında, toplumsal kalıplar önemli rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları, cinsiyete dayalı ayrımcılığın tekrar üretilmesi, sürdürülmesi ve bu anlayışın değiştirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (Mora, 2005: 4). Günümüzde insanların iletişim araçlarına ayırdıkları zamanın çokluğu, cinsiyet ayrımcılığı ve şiddetin yeniden üretilmesine farkında olmadan katkı sağlamaktadır (Arabacı, 2014: 88).

Bu çalışmada kadına yönelik şiddetle ilgili medyadaki söylem incelenmiştir. Van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi modeli örnek alınmış, kamuoyunda gündem oluşturan Mutlu Kaya'ya şiddet olayı, örnek olay olarak seçilmiştir. Çalışmanın ana hedefi, kadına yönelik şiddetin ve kadın cinayetlerinin söylem analizinin yapılarak haberin medyada verilmiş şeklinin toplumsal etkisinin Mutlu Kaya olayı üzerinden değerlendirilmesidir.

Mutlu Kaya ile ilgili haberler; yazılı basının ana akım medya kuruluşları Sabah, Hürriyet, Akşam, Milliyet, Star, Cumhuriyet ve Takvim gazetelerinden taranmıştır. Bu gazeteler, tirajları ve farklı hedef kitleye sahip olmaları baz alınarak seçilmiştir. Farklı profili olan bu gazetelerin sadece 1. sayfaları incelenmiştir. Tarih olarak Mutlu Kaya'ya şiddet olayını takip eden ilk günler belirlenmiş, gazetelerin arşiv taraması yapılmış, internet sayfalarından da yararlanılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, medya iletişimi, toplumsal cinsiyet, kadına yönelik şiddet, haber söyleminde kışkırtıcı ve ayrımcı dil kullanımı, medyada çalışan kadın ve erkek sayısının söyleme etkisi incelenmiştir. İkinci bölümde, eleştirel söylem analizi yöntemi ve söylem farkının habere etkileri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde ise yaygın basından seçilen 7 örneklem analiz edilmiş, Mutlu Kaya'ya yönelik şiddet haberlerinin söylem analizi yapılmıştır.

2. Medyada Kadına Yönelik Şiddetin Veriliş Biçimleri

Haber bir söylem olarak anlamak, iletişim ve medya kuramlarında yaşanan yüzyıllık bir gelişmenin sonucunda ortaya çıkan yeni yaklaşımların desteklediği kuramsal bir çerçevedir (İnal, 1996: 29). Enformasyonun akış hızının sürekli olarak arttığı günümüzde “günyamız gerçekten de artık küresel olarak birbirine bağlı hale gelmiştir.” (Dijk, 2016: 13). İletişimsel olayların yoğunluğu ve enformasyonun hızlı dolaşımı Mc Luhan’ın, dünyayı evrensel köy diye nitelendirmesine yol açmıştır (Sözen, 1997: 27). Küresel ölçekte bu denli önemli olan iletişimin belkemiği olan gazeteciler; enformasyon toplamak, onu doğrulamak ve topladığı bilgiyi hitap ettiği topluma göre işlemek, yani anlaşılır ve yararlı kılmakla yükümlüdür (Charon, 1992: 295).

İletişim, mesajların araçlar tarafından kitlelere ulaştırılmasıdır. Mesajların birer enformasyon olarak sunulmasında, yorumlama ve anlamlandırma işlevi de söz konusudur. Gazeteciler, ürettikleri haberler aracılığıyla toplumsal ilişkileri yeniden düzenleyip, şekillendirmektedir. “Medya iletişim sürecinin anlaşılmasında önemli bir kavram da eşik bekçisi (gate-keeper) dir. Eşik bekçileri, mesajları seçen, değiştiren, reddeden ve bu yolla da bir alıcı veya alıcılar grubuna enformasyon akışını etkileyenlerdir.” (Sözen, 1997: 38).

Haber, egemen ideolojinin biz’lik tanımı üzerinden, söylem ve ideoloji ikilisini de yanına katarak, toplumdaki ötekine karşı önyargıları ve nefret suçlarını kışkırtmaktadır (İnceoğlu ve Sözeri, 2012: 24). Medya, haber dilinde kullandığı olumsuz söylem ile toplumsal algıyı etkileyebilmekte, nefret söylemi ve nefret duygularının üretilmesini tetikleyebilmektedir. “Filmler, izleyicilerin toplumsal sorunlarla ilgili duygu, düşünce ve tutumlarını yönlendirebilmekte, algılarını şekillendirebilmekte ve bir anlamda kanaat önderliği yapabilmektedir.” (Özarslan, 2013: 177).

Toplumsal cinsiyet, toplum tarafından kadın ve erkeğe yüklenen roller, tutum ve davranışlar, erkek ve kadına yönelik kalıp yargıları ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet (gender) kavramı, kadın ya da erkeğe, içinde yaşadığı toplum tarafından atfedilen rolleri ve onların gerçekleştirilmesi beklenen sorumlulukları ifade etmek için kullanılmaktadır (Yeşil ve Yıldırım, 2019: 232-254). Sancar’a (2013:187) göre cinsiyet farklılıkları, çok ciddi önyargılara dayanarak, aşağılayıcı, ötekileştirici ve ayrımcılık içeren ifadeler kullanılmasının temel sebebidir. Kadınlar, medyada sıklıkla geleneksel rollerde, cinsel nesne ve kurban olarak temsil edilmektedir (Tanrıöver, 2012: 159-163).

Türkiye Gazetecileri Hak Ve Sorumluluk Bildirgesi; gazetecinin başta barış, demokrasi, hukukun üstünlüğü laiklik ve insan hakları olmak üzere; insanlığın evrensel değerler olmak üzere milliyet, cinsiyet, dil, din, mezhep, dünya görüşü ayrımcılığı yapmaması, şiddeti haklı gösterici, özendirici ve savaşı kışkırtıcı yayından kaçınması gerektiğini bildirmektedir. (<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler...>) Söylemde kullanılan abartma, çarpıtma, aşağılama, damgalama, soyutlama gibi unsurlar haber etiğine uygun değildir. Kışkırtıcı ve ayrımcı dil kullanımı haberin gerçeklik örgüsünden sapmasına yol açmaktadır.

Haber dili, kadına yönelik şiddete göz yummamak için cinsiyetçi söylemlerden arındırılmalıdır. Medyanın ülkemizde toplumsal cinsiyet açısından kadına erkeğe bağımlı bir rol biçmesi, kadına yönelik şiddetin yanı sıra erkek egemenliğini pekiştiren bir yapının üzerine inşa etmesi, haber söylemi yolu ile de gerçekleşmektedir. Ülkemiz medyasında erkek gazetecilerin sayısı kadınlardan daha fazladır. Türkiye’deki yaygın günlük gazetelerin genel yayın yönetmenlerinin tamamı erkektir. Haber içerik üreticilerinin yüzde 8’i, köşe yazarlarının ise sadece yüzde 12’si kadındır (Çelenk, 2010: 147). Medya çalışanlarının çoğunluğunun erkek olması haber söylemini toplumsal cinsiyet ayrımcılığı üzerinden olumsuz yönde etkilemektedir.

3. Van Dijk’ın Eleştirel Söylem Analizi Yöntemi

İnal’a (1996: 97) göre; Van Dijk, haberi bir tür (genre) olarak değil, bir söylem olarak ele almaktadır. Van Dijk, ırkçılık, ayrımcılık, etnik köktencilik, mezhepçilik, cinsiyetçilik, eril dil denilen erkek egemen söylemi, sporda fanatizm ve holiganlık gibi unsurları, eleştirel söylem çözümlemesi modelinde incelemektedir (Dijk, 2015: 467). Güç, hakimiyet, hegemonya, sınıf farkı, cinsiyet, ırk, ideoloji, ayrımcılık, çıkar, kazanç, yeniden oluşturma, dönüştürme, gelenek, sosyal yapı ya da sosyal düzen gibi temaları ön plana çıkarmaktadır.

Fairclough ve Wodak (1997: 45) eleştirel söylem çözümlemesinin ana ilkelerini şöyle özetlemektedir:

- 1 - Eleştirel söylem analizi sosyal problemlere değinir.
- 2 - Güç ilişkileri söylemseldir.
- 3.- Söylem, toplum ve kültürü oluşturur.
- 4 - Söylem, ideolojik çalışmadır.
- 5 - Söylem tarihseldir.
- 6 - Metin ve toplum arasındaki bağ dolaylıdır.
- 7 - Söylem çözümlemesi, yorumlayıcı ve açıklayıcıdır.
- 8 - Söylem, sosyal eylemin bir formudur.

“Söylemlerin fonksiyonları bilgi, güç, iktidar, hakimiyet, otorite, kontroldür ve bütün bunlar, dilde hakimiyet kazanmaktadır (Sözen, 2014: 10). “Dil pratikleri olarak söylemler, düzenlilikler, kışkırtmalar, mücadeleler, baskı, açığa çıkma, özgürleşim, müzakere, uyum, çatışma, vs. gibi birtakım sosyal durumlara; daha doğrusu sosyal bağlamlara ilişkindir.” (Sözen, 2014: 11). Söylem çözümlemesinde ana amaç, anlamlandırma ya da yorumlamadır. Eleştirel söylem çözümlemesinde ise, söylemin dünyayı temsil eden bir sosyal uygulama olması; zaman yer, sosyal, kültürel ve ideolojik bağlam içinde anlam kazanması dilbilgisel özellikler ve yapıların bilinçli seçilmiş ya da seçilmemiş olmasına bağlıdır (Ülkü, 2004: 385). Gazeteci, bir yandan kullandığı dil ve farklı kodların taşıdığı çok anlamlılık nedeni ile mesajını oluştururken, diğer yandan dengelilik ve olaysal olma kaygısı ile haber kaynaklarının söylemlerinin bir yeniden üreticisi konumundadır (İnal, 1996 : 22).

İnceoğlu’na (2013: 75) göre; “Dili kullananların seçtiği sözcükler, sözcük öbekleri, konuşma biçimi, anlatımı, cümle şekilleri, söylemin oluşmasında çok önemli bir etkidir. Sözen’e (2014: 9) göre; söylemi yirminci yıl düşünürleri keşfetmiştir. Yirmi birinci yüzyıl ise bir söylem yüzyılıdır. Potter’a (2004: 71-72) göre; söylem anlamı inşa eder. Mevcut semboller ve anlamlar arasından toplumlar nasıl düşüneceklerini söylemler üzerinden kazanmaktadır Eleştirel söylem analizine dilbilimcilerinin katkısı büyük olmuştur. “Foucault’un söylem analizi söylemsel pratikleri iktidar biçimlerinin dönüşümünü değerlendirmeye yönelik sosyolojik bir analiz niteliğindedir (Şahin, 2017: 1).

3.1. Van Dijk Modelinde Söylem Analizinde Ele Alınan Unsurlar

Dilbilimin yöntemleri ve kavramlarını kullanarak gelişen, eleştirel söylem çözümlemesi, haber söylemi analizlerinde toplumsal yapı analizi yapmayı mümkün kılmaktadır (Karaduman, 2017: 31). Van Dijk, haber çözümlemelerinde söylem analizi tekniğini kullanıp, bunu söylem kuramlarına dayanarak yapmaktadır. Dijk’in söylem analizinin diğer söylem analizlerinden farkı, onun söylemi sosyo-kognitif bir yaklaşımla açıklamasından kaynaklanmaktadır (Sözen, 2014: 122).

3.2. Söylem Analizinde Makro Yapılar (Üst Yapı)

Van Dijk, söylem analizi metodunda haberin makro yapıları tematik ve şematik olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Tematik yapıda başlık, haber girişi ve fotoğraflar incelenmektedir. Başlıklar, alt başlıklar, spotlar ve haber girişleri incelenirken haberde yer alan temalar tespit edilerek, bu temaların birbiriyle ilişkisini içeren tematik hiyerarşi ortaya çıkarılmaktadır.

Makro yapının bir diğer ayağı olan şematik çözümler ise ana olayın sunumu, sonuçlar, ardalın bilgisi, bağlam bilgisi, haber kaynakları ve olayın tarafları üzerinde durulmaktadır. Şematik yapı haberin durum ve yorum bölümlerinden oluşmaktadır. Makro yapı bağlam ve ardalın bilgilerini de içermektedir (Keskin, 2004: 392-393).

“Dijk’in haber şemaları (üst yapılar) dediği şey, haber başlıklarının fonksiyonu olup, hikaye etmeye, olayı anlatmaya dayanmaktadır. Şema ana-başlık üstbaşlık ana olaylar, bağlam, tarih, sözlü tepki ve yorumlardan oluşmaktadır (Sözen, 2014: 122). Haber başlıkları haberi özetlemektedir. Başlıkta kullanılan sözcükler ve retoriksel öğelerden dolayı sadece başlığın okunması ile haber hakkında okuyucunun zihninde farklı algılar oluşabilmektedir. Daha fazla okuyucu kazanmak ve tiraj kaygısı ile haber başlığı daha sansasyonel yazılabilmektedir. Aynı şekilde fotoğraflar da haber, başlığı ile farklı olabilmektedir.

Fotoğrafların analizi, durumun ve katılımcılarının temsil edilme biçimlerinden daha fazla çıkarımlar yapmamıza imkan tanımaktadır

3.3. Söylem Analizinde Mikro Yapılar (Alt Yapı)

Mikro analiz, sentaktik özümleme: cümle yapılarının aktif, pasif veya basit ya da karmakarışık olmasıdır. Bölgesel uyum; nedensel ilişki, işlevsel ilişki, referansal ilişki açısından yapılan bir değerlendirmedir. Sözcük seçimleri ise haber retoriklidir. Örnekler, benzetmeler, inandırıcı bilgiler, görgü tanığının ifadeleri, fotoğraflar gibi (Güneş, 2020: 22). Mikro analizde; sözcük seçimi, alıntılar, cümle yapıları, cümleler arasındaki ilişki, öznenin yeri, seçilen sözcüklerin anlam farkı ve haber retorikliği incelenmektedir. Metnin ses, sözcük, cümle yapısı ve anlamlarını kapsayan mikro yapıda söylem stili ele alınmakta ve aynı konunun farklı bir biçimde nasıl dile getirildiği üzerinde durulmaktadır (Devran, 2010: 65). Söylem analizinde; sentaktik yani sözdizimsel uyum, lexical denilen kelime seçimleri incelenmektedir. Habercilerin sentaktik ve lexical kullanımları farklı anlam ve söylemleri açığa çıkarabilmektedir. Haber metinlerinde söz konusu olayın kahramanının etken cümle yapısı ya da edilgen cümle yapısı kullanılarak ön plana çıkarılması ya da önemsizleştirilmesi söz konusu olabilmektedir. Güçlü grupların ya da kişilerin eylemlerini örtbas etmek için pasif yapılar kullanılabilir ve tipik özne konumlarından haber öznesi silinebilmektedir. Sözcük seçimi ve kullanımı ve retoriksel öğeler haber söylemini etkilemektedir. Haberde sözcük seçimlerinden söz ederken çok fazla verilen bir örnek, özgürlük savaşçısı ve terörist örneğidir (İnal, 1996: 119). Bu iki sözcüğün kullanımı haberi apayrı bir anlama sürüklemektedir. Anlam bağlamı doğurmaktadır. Haberde bakış açısı da söylemi etkileyen unsurlardandır. Aslan'a (2004: 39) göre, haberde bakış açısı, bir eylem ya da söyleme nereden bakıldığı ile ilgilidir.

Söylem analizinde metinsel boyut, söylemin çeşitli düzeylerini belirlemektedir. Örneğin sosyo-kültürel etmenler gibi birçok özellik bağlam sayesinde ilişkilendirilmektedir. Haberin tek yanlı olarak aktarılması kişilerin demokratik hak ve özgürlüklerinin ihlalidir. Erkek şiddetinin verildiği haberlerde eylemin, daha çok eyleyen üzerinden aktarılması etik değildir. Haberde üslup ve retorik ise; konuşmacının çeşitli türden söylem biçimleri arasında hangi tercihi yaptığı ile ilgilidir. Söylem, sosyolojik ve ideolojik etkiler doğurmaktadır. Haberde ayrımcı ifadelerin kullanılması, cinsiyet, din, ulus, ırk açısından toplumsal kutuplaşmaya sebep olabilmektedir. Haberde kullanılan retoriksel unsurlar, tekrar eden kelimeler, karşılaştırmalar, benzetmeler, örneklemeler, sunulan kanıtlar, ispatlar, başvuru uzman görüşleri, metafor kullanımı (benzetme), ironi yapma, tanımlama, ses uyumundan faydalanma, kafiye oluşturma, hafızada kalıcı örnekler haberin ikna gücünü arttırmaktadır. Haberde kullanılan; yakın görgü tanıkları, olayın güvenilir kaynaktan aktarılması, olayların ne şekilde geliştiği ile ilgili sağlam bağlar kurmak, doğrudan betimleme ve görgü şahitlerinin ifadeleri; kaynaklar ve aktarımlar haber söyleminde ikna edici içeriğin oluşması bakımından önem taşımaktadır. Haber söylem analizinde mikro analiz küresel ve yerel bütünlük açısından da değerlendirilmektedir.

Olayları belirleyen önermeler, metnin yerel tutarlılığının asıl sunumlarından biridir; zaman, durum, sebep ve sonuç arasında bağlantılar kurulmasını sağlamaktadır (Sözen, 2014: 121). Önermeler kavramsal olarak birbiri ile bağlantılıdır. Örneğin: ölüm, düşman, bombalama vs. savaş haberleri birbiri ile bağlantılı kavramlardır. Haber metinlerinde bazı bilgilerin okuyucu tarafından bilindiği varsayılır ve bunlar metinlerde yer almaz. Bunlar metnin önermeleri ve kavramları arasında kaybolan halkalardır. Halkalar metnin yerel bütünlüğüne, dünya hakkındaki bilgi, inanç, ideoloji ve sübjektif unsurların katılımını sağlamaktadır.

Haber söyleminin bir diğer unsuru küresel tutarlılığıdır. Metin bir anlam birliğine (semantic unity) sahiptir. Haber söyleminde farklılık, yanlışlık ve manipüle olmaması için ajanslardan geçilen haberlerin kaynak aynı olmasına rağmen farklı kelimeler kullanarak olayın boyutunun tamamen değiştiğini görmek mümkündür. Bu yüzden aynı kaynaktan yazıldığı halde birkaç kelimenin değiştirilmesinin anlam kaymalarına sebep olacağı bilinmektedir. Kasıt olmadan yazım ve ifade bozuklukları da söylemi etkilemektedir. Seçilen sözcükler gazetecinin olaya bakış açısını ortaya koymaktadır. Haberde kullanılan bir kelime haberin anlamını değiştirebilmektedir. Olay, protesto, eylem, konuşma, gergin açılış, gösteri, kıskançlık, kurban gibi kelimeler habere farklı anlamlar yüklemektedir. Bu kelimeler farklı algılara sebep olabildiği gibi algı yönetimi için profesyonelce de kullanılabilir. Eleştirel haber analizindeki en güçlü semantik kavramlardan bir tanesi imadır. Bazen metne dair bilgiler çoğunlukla açıkça ifade edilmemekte, tersine ima edilmektedir. Kelimeler, cümleler ve diğer metinsel ifadeler, arka plan bilgisine dayanılarak çıkarımda bulunulabilecek içerikleri ya da iddiaları, ima yoluyla ortaya koyabilmektedir. Bu özelliği ile söylem ve iletişim önemli ideolojik boyutlara ulaşmaktadır.

4. Mutlu Kaya Olayıyla İlgili Haberlerin Eleştirel Söylem Analizi

Bu çalışmada Mutlu Kaya'ya yapılan şiddet haberinde kullanılan makro ve mikro yapılar incelenmiş, haberin başlıkları, haber girişi, fotoğraflar değerlendirilmiştir. Olayın nasıl gerçekleştiği, sebepleri, sonucu, anlam ve bağlam bütünlüğü, cümle ve kelime yapıları, kullanılan sözcüklere yüklenen anlam açısından analiz edilmiştir.

Mutlu Kaya Diyarbakır'ın Ergani ilçesinde, Sibel Can'ın elemelerini yaptığı Sesi Çok Güzel isimli yarışma programına başvurmuştur. Elemelerde Sibel Can tarafından çok beğenilmiştir. Kaya, İstanbul'da katılacağı televizyon programı öncesi evinde prova yaparken 18 Mayıs Pazartesi gecesi V.E. tarafından başından silahla vurularak ağır yaralanmıştır. Mutlu Kaya bu ağır yaralama olayında yüzde 92 engelli kalmıştır. Uzun süren hayat mücadelesi vererek hayata tutunmuştur. Beş yıl sonra ablası Dilek Kaya ve Diyarbakır barosundan avukatı Müzeyyen Bolu da erkek şiddetine maruz kalarak öldürülmüştür.

4.1. Mutlu Kaya'ya Yapılan Şiddet Eylemi ile ilgili Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Mutlu Kaya ile ilgili haberler için Sabah, Hürriyet, Akşam, Milliyet, Star, Cumhuriyet, Takvim gazetelerinin 1. sayfaları incelenmiş, gazetelerin internet sayfalarından da yararlanılmıştır. Bu gazeteler, tiraj ve farklı hedef kitleye sahip olması bakımından seçilmiş; olaya ait ilk günlerde çıkan gazetelerdeki 50 haber eleştirel söylem analizi ile incelenmiştir. Haberin stratejisi, şiddet unsurları, meşrulaştırıcı unsurlar, metaforlar, retorikler, cinsiyetçi söylemler değerlendirilmiştir.

Gazeteler eleştirel söylem analizi yöntemi ile iki farklı açıdan incelenmiştir. Haberler üst yapısal (makro) unsurlar ve alt yapısal (mikro) unsurlar bakımından incelenerek elde edilen veriler bilimsel olarak değerlendirilmiştir.

4.2. Mutlu Kaya Haberlerinin Üst Yapısal Unsurları: Makro Açıdan Değerlendirmesi

Sabah Gazetesi'nin internet sayfasında olayın olduğu gün çıkan haberin başlığı "Mutlu Kaya Başından Vuruldu" şeklindedir (<https://www.sabah.com.tr/yasam/2015/05/18/mutlu-kaya-basindan-vuruldu>). Spotta ise daha fazla ayrıntı dikkat çekmektedir. Sabah gazetesinde "Nasıl Kıydılar Sana Benim Mutlu Kızım" başlığı ile olay ardalan ve bağlam bilgisi ile birlikte verilmiştir (Sabah, 19.05.2015). Sibel Can'ın ağzından verilen haber, "kıydılar" sözcüğü metafor olarak kullanılarak, kadına acıma duygusu verilmiştir. Sabah gazetesinde "Mutlu, Kıskaç Sevgili Kurbanı Oldu" başlığı ile verilen haber; "kıskaç", "sevgili" ve "kurban" kelimeleri ana olayın sunumunda semantik olarak ardalan bilgisini ve bağlamı cinsiyetçilik üzerine kurmaktadır (Sabah, 20.05.2015). Burada "kurban" sözcüğü ile şiddetin yeniden üretildiği, kadının metalaştırıldığı bir söylemi görmek mümkündür.

Ertesi günkü Sabah gazetesinde ise "Mutlu'dan Umutlu Haber" şeklinde verilen başlık; şiddete maruz kalan Mutlu Kaya'nın iyileşeceğine dair bir bilgiyi paylaşmaktadır (Sabah, 21.05.2015). Burada "Mutlu" ve "Umutlu" sözcükleri yazılış ve anlam bakımından retoriksel amaçla kullanılmıştır. Retorikler, bağlamı etkilemekte ve metnin akılda kalıcılığını sağlamaktadır.

Hurriyet.com.tr'de; "Mutlu'yu Kim Vurdu?" başlığı ile verilmiştir (<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mutlu-yu-kim-vurdu-29042694>).

4.2.1. Mutlu Kaya Örneğinde Sansasyonel Haber Başlığı Verilerek Şiddetin Magazinleştirilmesi

Mutlu Kaya'nın şarkı yarışmasına katılan ve beğeni toplayan Mutlu Kaya şiddete uğradığında güzel sesi ile haber olmuştur. "Güzel Sesi Vurdular" başlığı Mutlu'yu ifade eden ardalan ve bağlam bilgisi içermektedir (Hürriyet,19.05.2015). Yarışmaya katılıp ünlü olmak istemesinin böyle bir şiddetin sebebi olduğuna dair ima içermektedir. Şiddet olayının ilk gün haberlerinde "Sibel Can, bir çay ocağında çalışıp, kardeşiyle annesine bakan Mutlu'yu keşfedip yarışmaya katılmıştı" spotu ile olayın magazinleştirilme çabası gözlenmektedir (Hürriyet, 19.05.2015). Haberi manşetten vererek Mutlu Kaya'ya yapılan şiddetin önemini belirterek "Diren Mutlu" başlığı ile tepki duyulması gereken bir olay olarak temsil edilmiştir (Hürriyet, 20.05.2015). Şematik açıdan ise "Diren Mutlu" manşeti ana olayın şiddete uğrayan mağduruna seslenmektedir. Mutlu'ya direnmesi ve iyi olması için yapılan çağrı şeklindedir.

Aynı haberin spotunda ise; "Dünya basını onu yazıyor, sosyal medya onu konuşuyor, kadın örgütlerinden destek yağıyor. Ergani'de başından vurulan 19 yaşındaki Mutlu Kaya ise her şeyden habersiz ölümle savaşıyor" denilerek ana olayın sunumu ve haber içeriğinin özeti verilmektedir. Haberde iki tane alt başlık bulunmaktadır. Birincisi: "Saldırıya tepki büyüyor", diğeri: "Cumhurbaşkanı aradı". Alt başlıklar yerel ve küresel bağlam içermektedir. Tematik açıdan bir manşet, bir spot ve iki alt

başlıktan oluşmaktadır. Spotta ise “Dünya Basını ve sosyal medya onu konuşuyor. 19 yaşındaki Mutlu Kaya ise her şeyden habersiz ölümle savaşıyor” denilerek ana olayın sunumu gerçekleştirilmektedir (Hürriyet, 20.05.2015). “Saldırıya tepki büyüyor” alt başlığı da şematik açıdan durumu bildirmektedir.

Aynı haberde resim altı spotta; “Üç gün uyutulacak”: Mutlu Kaya Sibel Can’ın jüri üyeliği yaptığı Sesi Çok Güzel adlı yarışmaya katılarak dikkat çekti” şeklinde yarışmaya vurgu yapılmakta, yayından kaldırılınca memleketine döndüğü sırada şiddete uğramasının bu durumla ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Hürriyet, 20.05.2015).

Sibel Can, Mutlu Kaya’yı kardeşi Dilek Kaya ile birlikte hastanede ziyaret etmiş, bu ziyareti basında sıkça yer almıştır. Fotoğraflarla verilen haberde “Uyuyordu Elini Tuttum” şeklinde dramatik bir içerik geliştirme çabası görülmektedir (Hürriyet, 21.05.2015). Haber başlığı Sibel Can’ın dilinden yazılarak magazinleştirilmiştir. Sibel Can ile olan ilişkisi olayı magazinsel içeriğin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Hürriyet, Mutlu’dan iyi haber vermiştir: “İyi haber” “Desteksiz ilk Soluk” başlıkları Mutlu’nun tedavi aşaması ile ilgili bilgi verme niteliği taşımaktadır (Hürriyet, 21.05.2015). “Mutluluğu kısa sürdü!” haberin de Mutlu’nun yarışmada topladığı beğenileri kastederek, ismi ile retorikleştirip bağlamı şiddet olayına yönlendirmektedir (Akşam, 19.05.2015). Mutluluğu kısa sürdü şeklinde isminin anlamından yola çıkılarak olay özeti yapılmaktadır. Mutlu’nun elinde mikrofon ile şarkı söylerken çekilen fotoğrafları bu anlatılanlara destek olarak sunulmuştur.

Sibel Can ile çekilen fotoğraflarıyla basında yer alan Mutlu, spotta verilen “Sana nasıl kıydılar!” başlığı ile verilmiştir (Akşam, 19.05.2015). Haberde acıma duygusu ön plana çıkarılarak zulüm altında kaldığına ve şiddet gördüğüne dair vurgu yapılmaktadır. Star Gazetesi’nde aynı şekilde “Mutlu’ya kıydılar” başlığı ile verilerek Mutlu Kaya için acıma duygusu uyandırılmıştır (Star, 19.05.2015). Tarihsel cinsiyetçilik modelleri “Eski sevgilisi tutuklandı” haberiyle eril dilin sürdürülmesine aracılık etmektedir (Akşam, 20.05.2015). Bu başlık, cinsiyetçi, kadını suçlayıcı, sebep belirtici, erkek egemen bir bakış açısı ile verilmiştir. Şiddete maruz kalan ve hayatını yüzde 92’ lik bir engelle yaşamak zorunda bırakılan Mutlu için şiddet yapan olayın faili ya da mağdur eden kişi değil de eski sevgilisi şeklindeki betimleme şiddetin haklılaştırılmasına aracılık etmektedir. Haber başlıklarında yorum yapılmamalıdır fakat, “Mutlu, inşallah uyanacak.” spotunda yorumsal cümleler kullanılarak bir temennide bulunulmuştur (Akşam, 21.05.2015). Sibel Can’ın sözlerinden yola çıkarak verilen bu başlık merhamet duygusunu ve inancı dile getirdiği gibi, magazinsel bir ifadeye de dönüşmektedir.

4.2.2. Mutlu Kaya Örneğinde Cinsiyetçi Haber Başlığı Verilerek Şiddetin Meşrulaştırılması

Milliyet.com.tr’ de “Sesi Çok Güzel yarışmacısı “Mutlu Kaya başından vuruldu!” “eski erkek arkadaş ihtimali” (<https://www.milliyet.com.tr/gundem/sesi-cok-guzel-yarismacisi-mutlu-kaya-basindan-vuruldu-2060788>) başlıkları ile cinsiyetçilik ön plana çıkarılarak egemen ataerkil söylem pekiştirilmiştir. Şarkı yarışması vurgulanarak sansasyon yaratması hedeflenmiş, “erkek arkadaş ihtimali” söylemi ile suçu haklılaştırma çabası görülmektedir.

Milliyet gazetesinin 1. sayfasında başlık “Mutlu’nun Düşlerine Kurşun” şeklinde verilmiştir (Milliyet.19.05.2015). “Düş” kelimesi haberin retorikidir. Retorik içeren haber başlığı aynı zamanda yorumsal olarak verilmiştir. Haber retorikleri bazı kelimelerin yan anlamlarından yararlanarak da habere anlam yükler. Mutlu’nun şarkı yarışmasına yapılan atıf ile şiddet olayının sebebine de vurgu yapılmaktadır.” Düşlerine kurşun” sözcük öbeği, kadına yönelik şiddeti retoriksel olarak tanımlamaktadır. Başlık, Mutlu’nun yaşamının özeti gibi sunulmuştur.

Star Gazetesi dini duyguları ön plana çıkararak “Dualar Mutlu için” başlığını kullanmıştır (Star, 21.05.2015). “Mutlu Uyanıyor” Mutlu’nun çok küçük bir resminin altında başlık resim altı gibi verilmiştir (Star, 22.05.2015). İyileştigiğine dair yorumla karışık ismi aynı zamanda retorik olarak kullanılmıştır. Mutlu bir şekilde uyanıyor denilerek bir temennide bulunulmuştur. Cumhuriyet Gazetesinde “Mutlu’yu Kim Vurdu” başlığı verilmiş, cevap aranmaya çalışılmıştır (Cumhuriyet, 19.05.2015). Cumhuriyet “Bizim Ailede Töreyle Yer Yok” (Cumhuriyet, 20.05.2015) başlığı ile toplumsal egemen öğelere vurgu yapmaktadır. Bu başlığa göre ailenin kızlarına yönelik yapılan şiddetin töre ve namusla ilgisi olmadığını basın yolu ile duyurmaya çalışıldığını söylemek mümkündür. Takvim Gazetesinde, sürmanşetten büyük harflerle ve farklı renklerle “Mutluluğa kurşun” yazılarak metaforik bir başlık atılmıştır (Takvim, 19.05.2015). Sürmanşet gazetesinin en önemli haberlerinin verildiği bölümüdür. Gazete logosunun üst kısmında verilen haberler çoğunlukla gündem oluşturmaktadır. Spotta, “Aşiret kızı Mutlu, şarkı yarışmasına katılınca başından vuruldu” denilmektedir. Aşiret kızı tanımlaması ile töre ve namusa işaret eden haber başlığı, egemen kalıpları öne sürerek şiddet olayını meşru bir zemine sürüklemektedir. Sadece

bu spotta bile genç kızın başına gelen bu olay yarışmaya katılmasının bir sonucu gibi gösterilmektedir. Fotoğrafın üstünde ise; “Ölümlü pençeleşen Mutlu, güzelliği ile dikkat çekti” cümlesi, yüzde 92 engelli kalmasına neden olan böyle bir olayda Mutlu’nun güzelliğinden söz ederek cinsiyetçi ve kadını metalaştırıcı bir söylem ortaya koymaktadır. Bu başlık, sansasyonel gündem yaratmayı hedefleyen bir söylem olarak sunulmuştur. ‘Mutlu et bizi’ başlığı ile yine ismine metafor yapılmıştır (Takvim,22.05.2015). İyileşmesine olan beklenti “Mutlu et bizi” derken ismi de gerçek anlamında kullanılarak hem ismine, hem iyileşmesinin herkesi mutlu edeceğine vurgu yapılmaktadır.

Tablo 1: 19.05.2015 tarihinde Mutlu Kaya’ya Şiddet Haberine Ait Çıkan İlk Gün Haber Başlıkları

Gazete Adı	Mutlu Kaya Haberinin Başlığı	Gazetede Sayfa Nosu
Sabah	Nasıl Kıydılar Sana Benim Mutlu Kızım	1
Hürriyet	Güzel Sesi Vurdular	1
Akşam	Mutluluğu kısa sürdü!	1
Milliyet	Mutlu’nun Düşlerine Kurşun	1
Star	Mutlu’ya Kıydılar	1
Cumhuriyet	Mutlu’yu Kim Vurdu	1
Takvim	Mutluluğa Kurşun	1

Tablo 1’de görüldüğü gibi mağdur olan ve mağdur edilen çeşitli kelimelerle tanımlanmaktadır.

Güzel ses, nasıl kıydılar, düşlerine kurşun, mutluluğa kurşun gibi ve daha birçok retoriksel ifade magazinleştiren, Sibel Can’ın dilinden “nasıl kıydılar” diyerek acıma duygusu uyandıran ifadelerdir. Mutlu’nun özel hayatı üzerine kurgulanarak yazılmıştır. “Güzel ses, hem mağdur olana verilen ad, hem de katıldığı yarışmaya yapılan vurgudur. Toplumsal Cinsiyetçi yaklaşım sergilenmektedir.

Tablo 2: 20.05.2015 Tarihinde Gazetelerde Mutlu Kaya’ya Şiddet Haberine Ait Çıkan İkinci Gün Haber Başlıkları

Gazete Adı	Mutlu Kaya Haberinin Başlığı	Sayfa No
Sabah	Mutlu, Kiskanç Sevgili Kurbanı Oldu	1
Hürriyet	Diren Mutlu	1
Akşam	Eski Sevgilisi Tutuklandı	1
Milliyet	Haber Yok	1
Star	Dualar Mutlu İçin	1
Cumhuriyet	Bizim Ailede Töreye Yer Yok	1
Takvim	Güzel Ve Çirkin	1

Tablo 2’de görüldüğü gibi; şiddet olayı, mağdur eden ile arkadaş olduğunun belirtilmesi ile meşrulaştırılmaktadır. Kiskanç, sevgili, kurban, töre gibi kadına yönelik şiddet haberlerinde sıkça karşımıza çıkan metaforlar bu haberde de kullanılmıştır.

4.2.3. Eleştirel Söylem Analizinde Makro Yapıda İncelenen Fotoğraf Analizi

Mutlu Kaya haberlerinde, katıldığı yarışmada çekilen fotoğraflar olduğu görülmüştür. Mutlu Kaya kadar Sibel Can fotoğrafları da basında yer almıştır. Kadına Yönelik şiddet haberlerinde fotoğraf ve görsel kullanımı sözcükler ve cümle yapıları kadar önemlidir. Olayı anlatmak, ilgi çekmek, daha iyi anlatabilmek amacı ile fotoğraf kullanılmaktadır. Mutlu Kaya haberlerinde kullanılan fotoğrafların yüzde 45’i Mutlu Kaya’ya, yüzde 40’ı ise Sibel Can’a aittir. Şiddet uygulayanın ise yüzde 5 oranında fotoğrafı yayınlanmıştır. Mutlu Kaya’nın ailesi ile ilgili resimler yüzde 10 oranında yayınlanmıştır. Mağdurun fotoğraflarına mağdur edenin fotoğraflarına göre daha fazla yer verilmiştir.

Genel olarak haberde fotoğraf kullanım oranı yüksektir. Başka araştırmalarda da bu tür haberlerde fotoğraf kullanım oranının yüksek olduğu görülmüştür. Örneğin Ceyhan (2014: 44). yaptığı 45 araştırmada bireysel temelli kadına yönelik

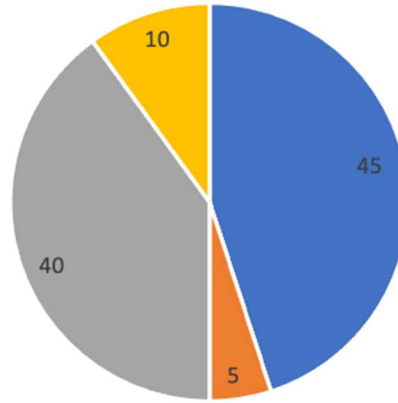
şiddet olayları üzerine kurulu haberlerin %85,1'inde görsel malzeme kullanıldığını belirlemiştir. Medyada, nesneliliği muhafaza etme aracı olarak özellikle politik konularda “kamu yararına çalışan” habercinin kadın olması istenmezken, sağlık, kültür, turizm ve eğitim konularındaki habercilerin kadınlar arasından seçildiği görülmektedir. Fotoğraf ve kamera kullanımı erkekler tarafından yapılırken reklam ve ilan servisleri kadınları istihdam etme yoluna gitmektedir (Köker, 2012: 125). Bu bağlamda incelenen olayın haber fotoğraflarına bakıldığında, bu istihdam biçiminin cinsiyetçi yansımalarını görmek mümkündür. Haber metinleri, seçilen sözcükler etrafında örgütlenen anlatılara dönüşmüş, fotoğraflar ise bu anlatıların destekleyicisi olarak sunulmuştur. Haberlerin tümünde mağdurların belli fotoğraflarının seçildiği görülmektedir (Gürses, 2017: 562).

Mutlu Kaya olayında da belli fotoğraflar sürekli olarak farklı mecralarda paylaşılmıştır. Daha çok Sibel Can ile birlikte ve şarkı yarışmasına ait fotoğrafları yayınlanmıştır. Fotoğraflar haber başlıklarını destekleyecek şekilde verilmiştir. İnternet gazetelerinde şarkı videosu paylaşılmıştır. Mutlu Kaya'nın söylediği söz ve müziği Musa Eroğlu'na ait olan olan Heveslik Eyledim parçası yayınlanmıştır. Mağdurun güzelliğine, saçlarına, şarkı yarışmasına, Sibel Can'a vurgu yapan fotoğraflar, şiddeti magazinleştirmekte ve cinsiyetçi yaklaşımı içermektedir.

Sibel Can ile şarkı söylerken çekilen fotoğraflar, toplumsal açıdan uygun bir hayat yaşamadığına dair imalar içermektedir. Kadına yönelik şiddeti toplumsal bir sorun olmaktan çok kişisel bir sorunmuş gibi gösterme eğilimi dikkat çekmektedir.

Haber metnini destekleyici olarak % 60 oranında fotoğraf kullanılmıştır. Bu durum, haberin sansasyonel ve magazin sel içeriğini güçlendirmektedir. Cinsiyetçi ve ataerkil söylemin fotoğraflarla da yansıtıldığını söylemek mümkündür.

Grafik 1: Mutlu Kaya'ya Yapılan Şiddet Olayında Basında Kullanılan Fotoğrafların Oranı



- Mutlu Kaya Fotoğrafları
- Sibel Can fotoğrafları
- Mağdur edenin fotoğrafları
- Diğerleri(Mutlu Kaya'nın ailesi)

4.3. Mutlu Kaya Haberlerinde Cinsiyetçi ve Şiddeti Meşrulaştırıcı Söylemler

Eleştirel söylem analizinde mikro incelemede sözcüklerin ifade ettiği ve yüklediği anlamlar incelenmektedir. Haberde şiddet dürtüsünü ön plana çıkaran ve mağdur olanı suçlayan mağdur edeni koruyan söylemlere rastlanmaktadır. Haberin etik açıdan objektif ve yansız olması gerekmektedir. Haber; dramatize edilerek, magazinleştirilerek, özel hayata girilerek sansasyonel ve eril dil kullanılarak yapıldığı zaman gerçekliğinden uzaklaşmaktadır. Haber yazılırken kullanılan dil, farklı algılar da yaratabilmektedir. Şiddete uğrayan ya da şiddet uygulayan kişi için yapılan betimlemeler, katılan yorumlar; haberin algılanma biçimini ve içeriğini farklılaştırmaktadır. Gürses'e (2017-560) göre; Münevver Karabulut ve Özgecan Aslan haberlerinde “Kesikbaş cinayeti” ifadesi, haber söyleminin sansasyonel bir içerik geliştirme çabasının ürünü olmasının

yanında, toplumda “şaiBELİ” olarak görülen Münevver’in yaşamı nedeniyle cinayeti “münferit”, sıra dışı bir durum olarak göstermektedir. Özgecan olayı için ise, “Özgecan Aslan’ın katledilmesi//hunharca öldürülmesi/ vahşice katledilmesi” ifadeleri haber söyleminde kadının “kurban” olarak temsil edildiğini göstermektedir. Karabulut Cinayeti’nden farklı biçimde toplumun onayladığı Özgecan’ın yaşamı, cinayetin eleştirilmesi ve tepki duyulması gereken bir olay olarak temsil edilmesini sağlamıştır.

4.1. Yararlanılan Veriler ve Modeller:

Mutlu Kaya’ya yönelik olarak yapılan şiddet haberlerinin söylem analizinde magazinsel içerik geliştirme çabası görülmektedir. Egemen ataerkiL söylem açısından ise Mutlu’nun hayat öyküsünde katıldığı yarışma programı örnek olarak sunulmaktadır. Bu durum şiddeti haklılaştırma çabasına dönüşmektedir. Ayrıca yarışmaya katılmış olması ve Sibel Can’ın jüride bulunmasından dolayı şiddet haberi magazin haberi gibi sunulmaktadır. Kadına yönelik şiddeti toplumsal bir sorun olmaktan çok kişisel bir sorunmuş gibi gösterme eğilimi de dikkat çekmektedir. Mutlu Kaya’nın katıldığı Sesi Çok Güzel adlı yarışma programı Sibel Can, Sertab Erener ve Gökhan Türkmen’in tüm Türkiye’yi dolaştığı ve yeni sesler keşfettiği bir yapımdır. Yarışma, 5 bölüm devam etmiş, daha sonra ratinginin düşük olmasından dolayı yayından kaldırılmıştır (Milliyet,12.05.2015). Bu yarışma için seçim yapmak üzere Diyarbakır’a gelen Sibel Can; Mutlu Kaya’yı yarışmanın elemelerinde seçmiştir. “Diyarbakır’daki evinde başından vurulan Sesi Çok Güzel Yarışması finalisti Mutlu Kaya”, “Veliahtım,” “Nasıl Kıydılar sana Benim Mutlu Kızım” şeklinde televizyon programına ve ünlü sanatçı Sibel Can’a atfedilen cümlelerle olayın magazinleştirilerek verildiği görülmüştür (Sabah,19.05.2015). Haber retoriği açısından incelendiğinde; Sibel Can’ın Mutlu Kaya’nın omzuna elini koyduğu bir fotoğraf bulunmaktadır. “Kıydılar” sözcüğü acıma belirten bir kelimedir. Bu kelimenin toplumsal ataerkiL söylemde daha çok kadın için kullanılmaktadır ve haberde de bu yapının bir yansıması olduğu düşünülebilir.

Haberde metafor olarak “Veliahtım” sözcüğü seçilmiştir. Haber retoriğinde Sibel Can’ın veliahtı ilan ettiği Mutlu Kaya’nın, bu acı gününde de aynı referansla anıldığı görülmektedir. Bu ifade sadece bir sanatçının söylemi olarak değil, olayın sebebi olarak gösterilen referansal ilişki bağlamında verilmiştir. Ağır yaralanan ve yoğun bakımda uyutulan Mutlu Kaya haberlerindeki “eski sevgili” betimlemesi, toplumsal cinsiyetçi bağlamda değerlendirilebilir (Sabah, 22.05.2015).

Kadın olgusu toplumsal cinsiyet ögesi olarak görülen normlarla temsil edilmektedir. Toplumsal kabul içermeyen makbul olmayan hayat tarzı yaşadığını vurgulanmak için yarışma programına atıf yapılmaktadır. “Eski sevgili” betimlemesi cinsiyetçilik ögesini vurgulamaktadır (Sabah, 20.05.2015). Sibel Can’ın keşfedip Fox Tv’deki Sesi Çok Güzel Yarışmasına çıkardığı Mutlu Kaya silahlı saldırıya uğradı” (Cumhuriyet, 19.05.2015). Belli bir politik görüşte okuyucu profili olan ve magazin haberlerinin az olması ile bilinen Cumhuriyet Gazetesi’nde bile magazin haberi gibi verilmiştir. Haberde kullanılan Mutlu Kaya’ya ait olan fotoğraf, mağdur eden V.E.’ye ait olan fotoğraf boyutundan daha büyüktür. Genel olarak medyada şiddete uğrayan kadınların fotoğraflarına daha fazla yer verilerek deşifre edildiğini söylemek mümkündür.

4.3.2. Mutlu Kaya Örneğinde Haberin Mikro Analizinde Şiddetin Haklılaştırılmasına Yönelik Cinsiyetçi Bakış Açısı

Mutlu Kaya’ya yönelik şiddet basında yer alırken ataerkiL söylemlerin yaygınlık kazandığı ve eril dilin hakim olduğu saptanmıştır. Toplumsal yargı ve kadına yönelik toplumsal kabullenilmiş normların etkisiyle “sevgili” sözcüğü kullanılarak habere eril dilin hakim olması sağlanmaktadır. AtaerkiL söylemleri temsil eden metaforlarla şiddetin haklı gösterilme çabasına rastlanmaktadır. Şiddeti sıradanlaştıran ve meşrulaştıran ifadeler ataerkiL egemen ideolojinin üretilmesine aracılık etmektedir. Hürriyet Gazetesi’nde manşetten verilen haberde yapılan erkek arkadaş vurgusu bu duruma örnek teşkil etmektedir. Haber içeriğinde, “erkek arkadaş”, “alkol aldım evinin oraya gittim”, “yarışmaya katılmasına karşıydım ama ben vurmudum” şeklinde kadına ilişkin şaiBE yaratmaya yönelik bilgilere yer verilmektedir (Hürriyet, 20.05.2015). Toplumsal cinsiyetçi rollerin gazetecilerin haber söyleminde meşrulaştırıcı ve cinsiyetçi yaklaşım içerisinde verilmemesi gerekmektedir. Gazetecilerin haber yapma pratiklerinde mağdurun özel hayatını deşifre eden ve cinsiyetçi öğeleri temsil eden söylem biçiminin engellenmesi için önlem alınması gerekmektedir. Kadına yönelik şiddete karşı yeni medyada çeşitli platformlar oluşturulmaktadır. Independent, BBC, Al Arabiya, The Guardian gibi önemli yabancı yayın organları da saldırıya yer vermiştir. Saldırıya tepki büyüyor” haberlerinin gazetede yer alması cinsiyetçi söylemle mücadelenin geleceği açısından umut taşımaktadır (Hürriyet ,20.05.2015). Toplumsal cinsiyet rolleri biçilen kadının acılı anlarında dahi bu roller ortaya çıkarılmakta, özel hayatına ilişkin ifadelerle cinsiyetçilik yapılmaktadır. Şiddetin sebebinin erkek arkadaş ile yaşanan gönül

ilişkisi gösterilmesi kadına yönelik şiddeti meşrulaştırmaktadır. “Her yerde aranan saldırganın Kaya’nın eski arkadaşlarından biri olabileceği ihtimali üzerinde duruluyor” “Olayın bir gönül ilişkisi kaynaklı olabileceği düşünülüyor.” (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2015-05-18/milliyet-gazetesi->) şeklinde haberlerle “gönül ilişkisine” dayandırılan cinsiyet temelli yaklaşım şiddeti körüklemektedir. Başka bir haberde ise; şu ifadeler bulunmaktadır: “Diyarbakır’da erkek arkadaşının kurşunlarına hedef alan Mutlu Kaya’dan iyi haber geldi.” (Takvim, 22.05.2015). Toplumsal cinsiyetçi yaklaşımla erkek arkadaşının kurşunlarına hedef olması bilindik kadına şiddet haberlerine ve şiddetin sebebine yönelik yorumsal ifadeler içermektedir. Kadını cinsel tema olarak gösteren ataerkil yapıya ait kodlardan ve egemen ideolojinin ürünü kalıplaşmış yargılardan arındırılmış bir haber dili olmalıdır. Toplumsal cinsiyetçi öğelerin kullanılarak haberin yapılandırıldığına bir örnek de şu şekildedir. Haberde mağdur edenin eski erkek arkadaşı olduğu vurgulanarak ifade edilmesinin yanı sıra, şiddet olayından önce de aralarında ilişki olduğu vurgulanmaktadır.

“Diyarbakır’da eski sevgilisi tarafından vurulan Mutlu Kaya” haberi de cinsiyetçi yaklaşım içeren haber diline örnek teşkil etmektedir (Milliyet, 21.05.2015). Bu haberlerin basında eleştirildiğini de görmek mümkündür. BBC News Türkçe, Mutlu Kaya haberinde ailenin olayın namus meselesi gibi gazetelere yansımından rahatsız olduğunu ifade etmiştir. Bazı gazetelerin olayı bir "namus meselesi gibi göstermeleri", Kaya ailesini çok üzmüş, kendilerini töhmet altında bırakan basından rahatsız olduklarını ve gazetecilere bu saldırının namus meselesi olmadığını anlatmaya çalışmışlardır (https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/05/150520_mutlu_kaya_aile). Toplumsal cinsiyetin dar kalıpları içerisinde erkek arkadaşın kıskançlığı ve kadının erkeğe hakaret ederek onu şiddete zorladığı ve mağdurun neredeyse mağdur edene dönüştüğü gibi ataerkil söylem haberlerde vurgulanmaktadır.

Cumhuriyet Gazetesi Mutlu Kaya’ya yönelik şiddette töre kavramı ile ilgisi olup olmadığını sorgulayan haberi ile geleneksel cinsiyet kalıplarını vurgulamıştır. Haber; “Mutlu Kaya’nın silahlı saldırıya uğraması töre iddialarına yol açarken, ağabeyi Muhammed Kaya, iddiaları yalanlamıştır” şeklinde yayınlanarak toplumun ataerkil eğilimine de vurgu yapılmıştır (Cumhuriyet, 20.05.2015). Takvim gazetesi sürmanşetten verdiği haberde “Aşiret kızı Mutlu, şarkı yarışmasına katılınca başından vuruldu” ifadesiyle Mutlu, aşiret kızı şeklinde gösterilmiş ve ataerkil yapıya vurgu yapılmıştır (Takvim Gazetesi 19.05.2015). Bu spotta genç kızın başına gelen bu olayın yarışma programına katılmasının sosyo kültürel açıdan kabul görmemesinin bir sonucu olduğu vurgulanmıştır. Diğer gazetelerde de “Aşiret olan ailesinden tehdit aldığı haberi çıktı.” denilerek, haberin geleneksel ataerkil yapıya ait kavram olan töre, toplumsal cinsiyet söylemini pekiştirdiği görülmüştür (Hürriyet, 19.05.2015). Milliyet Gazetesinde de töreye vurgu yapılarak “Şarkıcı mı olacaksın. Seni öldürürüz” şeklinde geleneksel basmakalıp ifadelerin kullanıldığı görülmektedir (Milliyet, 20.05.2015). ‘Şarkıcı kız’ söylemi de, şiddete uğrayan bir genç kızın basında toplumsal cinsiyetçi bir yaklaşımla yansıtılmasıdır. Mutlu Kaya’nın isim ve soy ismi rahatlıkla yayınlanmış, isim ve soyismi deşifre edilmiş aynı zamanda saldırıya uğrayan şarkıcı kız olarak betimlenmiştir.

4.3.3. Mutlu Kaya Örneğinde Haberin Mikro Analizinde Şiddetin Haklılaştırılmasına Yönelik Cinsiyetçi Bakış Açısı

Haber metinlerinde retoriksel açıdan kadının güzelliğine ve sesinin güzelliğine vurgu yapılarak cinsiyetçi yaklaşım magazinsel boyuta taşınmaktadır. Mutlu Kaya’ya yönelik şiddet haberlerinde de bu durum göze çarpmaktadır. Mutlu’nun güzelliğinden söz ederek kurgulanan haberler, kadını metalaştıran ataerkil söylem ürünüdür. “Güzel Sesi Vurdular” haberinde kadının sesinin güzelliğine vurgu yapılmaktadır (Hürriyet, 19.05.2015). “Ölümlü pençeleşen Mutlu, güzelliği ile dikkat çekti.” haberinde de kadının güzelliğine vurgu yapılmıştır (Takvim Gazetesi 19.05.2015).

Kadına yönelik şiddet haberlerinde cinsiyetçilik, ayırmacı ifadeler yanı sıra kadın magazinsel ve sansasyonel bir aktör haline getirilmektedir. Haberde kadının güzelliğine yapılan vurgu bunun bariz bir örneğidir. Mutlu Kaya’ya şiddet olayında da şarkı yarışması ve Sibel Can ismi ön plana çıkarılarak şiddet olayı ikinci plana itilmiştir. Olayı magazinsel içeriğe taşımak gazetecinin görevi olmamalıdır. Kadın güzelliği çeşitli metaforlarla ifade edilerek haberi farklı yöne taşımaktadır. Mağdur kadın, medya starı ve cinsel bir obje olarak sunulmamalıdır.

Star Gazetesi; “Güzel gözlü Mutlu Kaya yoğun bakımda uyutuluyor” şeklindeki anlatımıyla Mutlu Kaya’nın kadınsal özellikleri ve gözlerinin güzelliğini vurgulamıştır (Star, 19.05.2015). Benzer şekilde, Milliyet gazetesinde de “Güzel gözlü Mutlu Kaya” şeklinde betimlenen haberde kadının güzelliğini öne çıkaran cinsiyetçi bir bakış açısı söz konusudur (Milliyet, 21.05.2015). Yıllardır gazete sayfalarında güzellik, bakım, estetik haberlerinin kadınlara yönelik sayfalarda ve yeni medyada kadın cinsel meta halinde sunulmaktadır Bu bağlamda kadına ve kadının güzelliğine vurgu yapılan güzel gözlü tamlaması retoriksel

açından cinsiyetçi yaklaşımı göstermektedir. Haber metninde Mutlu'nun "Sesi Çok Güzel yarışma programının finalisti" olarak tanıtılması da retoriksel bir ifadedir (Akşam, 19.05.2015). Sesi Çok Güzel yarışma programının finalisti tanımı ile Mutlu Kaya, şiddete uğrayan kadın yerine star haline getirilerek şiddet olayının magazinleşmesi söz konusu olmaktadır.

4.3.4. Mutlu Kaya Örneğinde Haberin Mikro Analizinde Toplumun Kadına Bakışı

Haber söylemlerinde toplumun kadına bakış açısı ve yaklaşımı da sergilenmektedir. Haberler kadına ilişkin algı yaratmada rol oynamaktadır. Kadının güçsüz ve zayıf gösterilmesi haber metinlerinde sıklıkla görülmektedir. "Talihsiz Mutlu Kaya" denilmesi yerleşmiş geleneksel kadın imajının söyleme yansımasıdır (Star, 22.05.2015). Basında kadına yönelik şiddet haberi magazinsel ve sansasyonel içerik halinde sunulabilmektedir.

"Türkiye'nin büyüğü sesi 19 yaşındaki talihsiz Mutlu Kaya'yı uyandırma süreci başladı" şeklinde verilen haber içeriğinde kullanılan "büyüğü ses" "Talihsiz Mutlu Kaya" tamlamaları özellikle kullanılmıştır (Star, 22.05.2015). Sibel Can'ın "o benim Sindirellam" söylemi ile Mutlu Kaya'yı koruyacağını açıklaması haberi sansasyonel ve magazinsel boyuta taşımaktadır." (Takvim Gazetesi 19.05.2015)

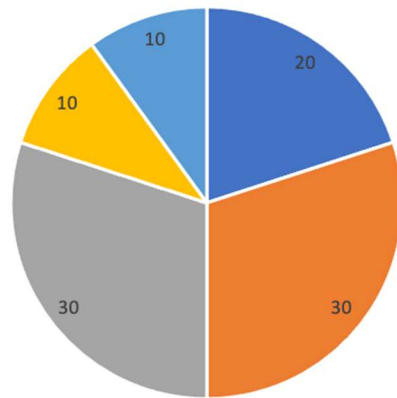
"Televizyondaki ses yarışmasına katıldıktan sonra döndüğü Diyarbakır Ergani'de bir hafta önce uğradığı silahlı saldırı sonucu başından ağır yaralanan Mutlu Kaya'nın tedavisi sürüyor. Kaya ilk kez dün sabah soluk almaya başladı" şeklinde verilen haberde "silahlı saldırı" vurgusu ve katıldığı yarışma programının öncelikli olarak ifade edilmesi dikkat çekmektedir (Hürriyet, 26.05.2015). Silahlı saldırı tamlaması olayın örgüsünü ve kadına yönelik şiddet eyleminin ne şekilde yapıldığını anlatan bir ifadedir.

Mutlu Kaya'yı hastanede ziyaret eden Sibel Can'ın bu ziyareti de habere konu olmuş ve olayın şiddet boyutunun önüne geçmiştir: "Mutlu'dan Umutlu Haber", "ellerini tuttum iyi gördüm", "Mutlu için dua edelim" (Sabah, 21.05.2015).

Haberler, içeriklerinde kullanılan haber söylemine göre kategorilere ayrılıp değerlendirilerek grafiğe dönüştürülmüştür. Kadına şiddet haberlerinin söylem analizini ve kadına bakış açısını bu grafikteki oranlara göre yorumlamak mümkündür.

Gazetelerde şiddetin gerçekleşme anının verilisinde kullanılan sözcükler ve cümleler haber söylemi açısından değerlendirildiğinde Mutlu Kaya'nın özel hayatını özetleyen ifadelerin kullanıldığı görülmektedir.

Grafik.2: Mutlu Kaya Olayı Haberlerinde Cinsiyetçi ve Şiddeti Meşrulaştırıcı Kelimeler, Nefret ve Ayrımcı Söylemler



- Yargıda bulunma
- Abartma, Yüceltme, Kadına Aıma ve Suçlama
- Cinsiyetçi Yaklaşım
- Şiddeti Meşrulaştırma
- Töre-namus

Tablo 3: Şiddete Maruz Kalan ve Şiddet Uygulayan Kişiye Ait Tanımlarda Cinsiyetçi Sözcük ve İfadeler

Şiddete Uğrayan Kadın Mutlu Kaya İçin Kullanılan İfadeler	Sesi Çok Güzel yarışmasının finalist
	güzel ses
	şarkıcı kız
	veliaht
	Sindirella
	Aşiret kızı Mutlu
Şiddet Uygulayan Erkek Veysel E. İçin Kullanılan İfadeler	eski erkek arkadaşı
	erkek arkadaşı
	sevgilisi
	arkadaşı
	V.E.
	Veysel E.

Tüm bu örneklerde açıklandığı gibi ataerkil ideolojinin, kadına yönelik şiddet içeren haberlerde tekrarlandığı, eril söylemlerle yeniden inşa edildiği, kadının haberin nesnesi olarak kurgulandığı haber metinlerine dönüştürüldüğü ve medyanın bu metinlere eklenen yeni aktörlerle, olaylarla yarattığı öyküyü üretmeye devam ettiği görülmüştür. Toplumsal cinsiyet ilişkileri, hayatın birçok alanında erkeklerin daha baskın olduğu, kadınların genellikle ikinci plana itildiği eşit olmayan güç ilişkisini içermektedir (Erdoğan, 2011: 9).

Eril dilin haber metinlerine yansıdığı ve aktörlere ait bu şekilde tanımlamalar yapıldığı görülmüştür. Kadınların medyada temsil edilmiş biçimi açısından bakıldığında, medyanın sahip olduğu bu önemli rolün kadınların toplumsal konumunun belirlenmesinde de etkili olduğunu söylemek mümkündür (Toker, 2010: 176).

5. Sonuç

Medya aracılığıyla iletilen kodlar, alıcıda karşılık bulmaktadır. Medya diliyle oluşturulan kadına şiddet ve nefret söylemi alıcıların farkında olmadan algılayış ve ifade biçimlerine yansımaktadır. Medyada içerik üreticilerinin bilerek ya da bilmeyerek haber metinlerinde kullandıkları kelimeler alıcıların zihinlerinde kodlar oluşturarak haberin algılayış ve yorumlama biçimini etkilemekte, olumsuz ve şiddet içeren kodlar zihinlerde açılarak nefret söylemine sebep olmaktadır.

Egemen ataerkil söylemle oluşturulan dilin mesajlara yansımaları toplumdaki bireyleri etkilemekte, nefret söylemi, şiddet eylemine dönüşmektedir. Medya, iletileri ile toplumda kabul görmüş yargıların temsil yoluyla daha çok pekiştirilmesine aracılık etmektedir. Üretici kaynaktan çıkan mesajlar algılayış biçimini doğrudan etkilemektedir. Gece geç saatte evden çıkan şekilde bir kadını yargılayarak yazılan bir haber ve oluşturulan ifade biçimi toplumda kadının o saatte ne işi var algısına dönüşerek mağdur edilenin suçlu olarak temsil edilmesine sebep olmaktadır.

Bu çalışmada, kadına yönelik haberlerde kadının ticari bir metaya dönüştürüldüğü tespit edilmiştir. Haberlerde kullanılan ifade biçimleri şiddeti sansasyonel ve magazinsel bir şekilde öyküleştirilmiştir. Araştırmada, haber dilinin cinsiyetçi söyleme, söylemin şiddeti normalleştirme ve kadını suçlayıcı toplumsal algıyı arttırıcı rol oynadığına ve şiddeti yeniden ürettiğine dair bulgular elde edilmiştir. Erkek şiddeti ile hayatını sürdürmekte zorlanacak kadar ağır yaralanan Mutlu Kaya haberleri söylem analizi ile incelenmiştir. Haberler, gerçekleri ortaya çıkarmaktan çok erkek egemen bakış açısı ile kurgulanarak kadına yönelik şiddetin sıradanlaşmasına yol açmaktadır. Eril dil kullanılarak oluşturulan söylem biçimi erkek iktidarını ilan etmekte ve yeniden üretmektedir. Erkek gazeteciler kadın gazeteci sayısından fazla olduğu için kadına atfedilen toplumsal önyargılar haberin içeriğine de yansımaktadır.

Kadına yönelik şiddet haberleri, öfke ve kıskançlık ifadeleri, magazinsel içerik ve fotoğraflarla yaygınlaşmaktadır. Toplumsal ataerkil yapı, cinsiyetçi kalıplar, psikolojik, sosyolojik kültürel yapı, kullanılan dil ve bilinçaltına yerleştirilen kadının sosyal statüsü ile ilgili kodlar kadına yönelik önyargıların oluşmasını medya aracılığı ile yeniden üretmektedir. Kadının egemen toplumsal ataerkil söylemlerin etkisi ile habere konu olduğu tespit edilmiştir. Mutlu Kaya'ya şiddet

haberinde ses yarışmasına katılması ön plana çıkarılmış, sebep kıskançlık olarak gösterilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda basında çıkan kadına yönelik şiddet ve kadın cinayeti haberleri ataerkil egemen ideolojiye esir edilerek okuyucuya sunulmuştur. Şiddetin meşrulaştırıldığı ifadeler yer verilmiştir. Mutlu Kaya'ya yönelik şiddet haberi Sibel Can fotoğrafları ve şarkı yarışmasına ait verilen bilgilerle magazinleştirilerek verilmiştir. Şiddete uğrayan kadının hak arama çabaları kadının acı dolu açıklamaları ile kamuoyuna sunulmuştur. "Nasıl Kıydınız" denilerek acıma duygusu hissettirilmiştir. Kadın, özel hayatını her yönü ile açığa çıkaran haberlerle deşifre edilmiştir.

Gazetelerin magazinsel içerikli başlık ve fotoğraf kullanımı ile özel hayatın deşifresi kadının nesneleştirilme ve piyasa ürününe dönüştürülme çabasına dönüşmüş olduğu görülmektedir. Haberlerde kullanılan metafor ve retorikler kadına cinsiyetçi yaklaşım yüklemektedir. Haberler, geleneksel ataerkil yapıya ilişkin kodlarla işlenmiştir. Kadına yönelik şiddetin bir algı çalışması şeklinde süregeldiğini söylemek mümkündür. Şiddete uğrayan kadının ailesi ve kendisinin özel hayatından dolayı uğradığı şiddetin olağanlaştırıldığını söylemek mümkündür. Mağdur edeni daha masum gösteren ifadeleri de bulmak mümkündür. Araştırmada mağdurun şarkı yarışmasına katıldığı hayatına dair çok küçük bir kesitin bu haberlerde sanki şiddet olayının sebebi gibi gösterildiği görülmektedir. Kamuoyuna bu tür haberleri verirken anlam ve bağlamı sunma konusunda hiç şüphesiz basın önemli bir misyonu vardır. Medyanın ülkemizde toplumsal cinsiyet açısından kadına erkeğe bağımlı bir rol biçmesi, kadına yönelik şiddetin yanı sıra erkek egemenliğini pekiştiren bir yapının inşasına katkı yapması, haber söylemi yolu ile de gerçekleşmektedir. Kadına yönelik şiddetle ilgili haberlerin dili cinsiyetçi söylemlerden arındırılmalıdır. Gazeteciler, görevlerini tarafsız ve objektif bakış açısı ile basın ilkelerine uyararak yerine getirmeli, meslek etiğine bağlı olmalıdırlar. Toplumsal önyargıların kırılabilmesi için medyanın bütün mecralarında toplumsal cinsiyetçi kalıpların yeniden kodlanması gerekmektedir. Bu konuda basına ve basın mensuplarına önemli görevler düşmektedir.

Kaynakça

- Arabacı, Bahar (2014), *Çalışan Kadınların Cinsiyet Ayrımcılığına Yönelik Algıları: Bursa Dokuma Sanayi Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), KLU Üniversitesi, Kırklareli.
- Aslan, Kemal (2004). *Haber Nasıl Okunur? Haberde İdeoloji, Söylem*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Charon, Jean Marie (1992). *Medya Dünyası, Çev., Oya Tatlıpınar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çelenk, Sevilay (2010). "Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar." *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Bülent Çaplı, Hakan Tuncel (der.) içinde. Ankara: Fersa Matbaacılık. 229-236.
- Devran, Yusuf (2010). *Haber Söylem İdeoloji*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dijk, Van A. Teun (2015). "Critical Discourse Analysis," *The Handbook of Discourse Analysis, Second Edition*. Edited by Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, and Deborah Schiffrin, John Wiley & Sons, Inc. Published.
- Dijk, Jan Van (2016). *Ağ Toplumu*. Çev. Özlem Sakin. İstanbul: Kafka Epsilon Yayınevi.
- Erdoğan, Mehmet (2011). *Medyada Cinsiyete Dayalı Ayrımcılıkla Mücadelede Medya Grupları*, (Uzmanlık Tezi), TC Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Fairclough, Noman (2003). *Söylemin Diyalektiği*. Çev., Barış Çoban, *Söylem ve İdeoloji, Haz., Barış Çoban, Zeynep Özarslan*, İstanbul: Su Yay.
- Güneş, Ahmet (2020). "Yazılı Basında Haber Söylemi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçim Haberlerinin Çözümlemesi." *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, XLVIII, 2020/1, 54-75.
- Gürses, Fatma (2017). "Kadın Cinayetlerinin Haber Söylemi: Münevver Karabulut Ve Özgecan Aslan Haberleri Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme." *Ankara Üniveritesi SBF Dergisi, Cilt (72), No.3, s. 541-568*
- İnceoğlu, Yasemin ve Sözeri, Ceren (2012). "Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: Ya sev ya da terk et ya da." *Nefret Söylemi ve /veya Nefret Suçları*. Yasemin İnceoğlu, (der.) içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi. 23-37.

- İnal, Ayşe M. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- Karaduman, Sibel (2017). "Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif." *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 31-46.
- Keskin, E. Zerrin (2004). "Türkiye'de Haber İncelemelerinde Van Dijk Yöntemi." *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Dursun Çiler (der.) içinde. Ankara: Kesit Tanıtım. 391-407.
- Köker, Eser (2012). "Kadınların Medyadaki Hak İhlalleriyle Baş Etme Stratejileri." *Kadın Odaklı Habercilik*. Sevda Alankuş (Haz.) içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları: 10 Hak Haberciliği Dizisi:2. 119-150.
- Mora, Necla (2005). "İletişim Araçlarında Yeniden Üretilen Cinsiyetçilik ve Toplumda Yansıması." *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2 (1): 131-147.
- Özarslan, Zeynep. (2013). "Sinemada Nefret Söylemi," *Medya Ve Nefret Söylemi Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar*. Mahmut Çınar (ed.) içinde. İstanbul: Hrant Dink Vakfı. 177-197.
- Potter, Jonathan (2004). "Söylemsel Psikoloji ve Söylem Analizi." *Doğunun ve Batının Yerelliği*. Sibel A. (der.) içinde. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Sancar, Serpil (2013). *Erkeklik: İmkânsız İktidar, Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınevi.
- Samet, Ceyhan (2014). *Yazılı Medyada Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinde Kullanılan Dilin Ve Görsellerin İncelenmesi, (Uzmanlık Tezi), Aile Ve Çalışma Bakanlığı Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü*, Ankara.
- Sözen, Edibe (2014). *Söylem Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Rafleksivite*. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Sözen, Edibe (1997). *Medyatik Hafıza*. İstanbul: Timaş Yayınevi
- Şahin, Yasin (2017). "Foucault'da Söylem Analizi." *Sosyal Ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, SKAD,1
- Tanrıöver, Hülya Uğur (2012). "Medyada Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hak İhlalleri." *Kadın Odaklı Habercilik*. 10 Hak Haberciliği Dizisi. Sevda Alankuş (Haz.) İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları. 150-169.
- Toker Erdoğan, Müge (2010), *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Medya Okuryazarlığının Rolü, (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi), T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü*, Ankara.
- Ülkü, Güler (2004). "Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi." *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Çiler Dursun (der.) Ankara: Elips Yayınevi.
- Yeşil, Fatma ve Yıldırım, Arif (2019). "Toplumsal Cinsiyet ve Medyadaki Söylemi: Evlilik Programları." *Selçuk İletişim Cilt 12, Sayı 1:232-254*.
- Wodak, Ruth (2001). "What CDA is about –a summary of its history, important concepts and its developments," R Wodak- M. Meyer (ed.), *Methods of Critical Discourse Analysis*, 1-14
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, *Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*, s 1.
<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>
(Erişim tarihi: 15.03.2021).
- Hürriyet Gazetesi, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mutlu-yu-kim-vurdu-29042694> (Erişim tarihi: 15.03.2021).
- Milliyet Gazetesi, (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2015-05-18/milliyet-gazetesi>) (Erişim tarihi: 25.03.2021).
- bbc internet sitesi, https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/05/150520_mutlu_kaya_aile (Erişim tarihi: 15.03.2021).
- Hürriyet Gazetesi, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/mutlu-kayayi-vuran-erkek-arkadasi-ates-ederken-mutluyu-gormedim30268012>. (Erişim tarihi:19.03.2021).

Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net/veriler/2947/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-202>. (Erişim tarihi:19.03.2021).

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, s 1 <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>.



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2021. 6(1): 17-29.



Yeni Medya Örneğinde Teknoloji ve Toplumsal Değişim Bağı: Change.org Üzerine Bir İnceleme

Deniz AKIN¹

Ordu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Özet

Teknoloji, insan tarafından geliştirilir ve değiştirilir. Teknolojik araç, toplumsal üretim tarzı ve ilişkilerinin bütünlük parçasıdır. Üretim ilişkileri yani iletişim araçları güç ve kontrol ilişkilerinin doğasına bağlı şekilde biçimlenmektedir. Toplumsal üretim ilişkilerinin ürünü olan medyanın toplumsal değişimdeki rolü, toplumsal üretim yapıları ve egemenlik ilişkileri içinde analiz edilmelidir. Çalışma, modern teknolojinin tarihsel örgütlü yapısı bağlamında ve yeni medya örneğinde teknoloji toplumsal değişim bağına incelemek için tasarlanmıştır. Yeni medya inceleme materyali olarak Change.org internet sitesi seçilmiştir. Veri toplama sürecinde mülkiyet yapısı ve ilişkileri, aracın işlevi, içeriğin üretimi ve dağıtımı temel ölçme birimleri olarak belirlenmiştir. Başarılı olarak ilan edilen 20 kampanya niteliksel ilişkisel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Böylelikle Change.org'un kurumsal yapısı, bu yapıda üretilen içeriğin niteliği ve aracın toplumsal işlevine ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Çalışmada, yeni medyanın teknolojide niteliksel bir değişiklik olarak yeniliği ifade etmediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Change.org, teknoloji, toplumsal değişim.

The Relationship Between Technology and Social Change in The Sample of New Media: The Analysis on Change.org

Abstract

Technology is developed and changed by human. The technological tool is an integrated part of the social production mode and relations. Production relations, i.e. means of communication, are formed in a way that depends on the nature of power and control relationships. The role of media in social change, which is the product of social relations of production, should be analyzed in social production structures and domination relations. The study is designed to examine the relationship between technology and social change in the context of the historical organized structure of modern technology and in the example of new media. Change.org website has been chosen as the new media review material. In the process of data collection, ownership structure and relationships, function of the tool, production and distribution of content have been determined as basic measurement units. 20 campaigns that were declared successful are examined with qualitative relational content analysis method. Thus, information about the institutional structure of Change.org, the nature of the content produced in this structure and on the social function of the tool are obtained. In the study it is found that new media does not express innovation as a qualitative change in technology.

Keywords: New media, Change.org, technology, social change.

© 2021 OMU

¹ Öğr.Gör., E-mail: denizakin@odu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6012-1355

1. Giriş

Teknolojinin gelişimi ve toplumsal değişime etkileri konusu teknolojinin kendi içindeki nitel ve nicel değişimleri birbiri ile karıştırmadan incelemeyi gerektirmektedir. Aynı zamanda böyle bir tartışmada toplumsal değişimden ne anladığımız da oldukça önemlidir. Marks'ın yaklaşımında teknoloji toplum biçimi demektir. Dolayısıyla teknolojik gelişme ve değişim toplumsal üretim tarzı ve üretim ilişkileri, bu tarz ve ilişkilerdeki değişimle ilgilidir.

Modern toplum yapısında teknoloji, endüstriyel üretime bağlı şekilde biçimlenen örgütlü güç ve çıkar ilişkilerinin parçası olma özelliğine sahiptir. Teknolojideki nitel değişimler sanayi kapitalizmine geçişle başlamıştır. Yeni araç makine belli bir müddet toplumsal üretim ilişkilerinde nicel değişim olarak kalmıştır. Makine ve teknolojinin kullanımıyla kitlesel üretimin gelişmesi ve bu üretim biçiminde gelişen ilişkiler sınıfsal yapıda değişimi getirmiştir. Belli bir sermaye birikimi elde eden burjuva sınıfı ve onun siyasal dengeyi değiştirme içinde elde ettiği gücün beraberinde teknolojide nitel değişimler başlamıştır (Oskay, 2000: 283). Burjuvanın kendi toplumsal egemenliğini kurması ile üretim ilişkileri ve bu ilişkilerin bilincinde yaşanan değişimler günümüzde modernleşme olarak adlandırılmaktadır.

Teknoloji ve teknolojik araç egemen sınıfın kontrolünde ve bu kontrolden geçerek toplumsal değişimde belli bir rol üstlenmektedir. Yeni toplumsal üretim biçimi olarak sanayi kapitalizmine geçiş bu bağlamda teknolojinin örgütlü yapısında niteliksel bir değişikliği ifade etmektedir. Kapitalist endüstriyel yapıda örgütlü teknoloji, devlet ve özel teşebbüs katılımlı ve bilimsel girişimlerle desteklenen üretim ilişkilerinin parçası olarak iş görmektedir. Bu yapının örgütlediği ve ürettiği teknolojik araçlar nicel olarak değişmektedir. Egemen sınıfın kontrolünde üretim, dağıtım ve tüketim için kullanılan araçlar devlet tekeline özel sektörün kullanımına açılan ve şirketleşmeye doğru giden üretim ilişkilerinin ürünleridir (Schiller, 1976-1975; Erdoğan, 1995). Üretim biçimi ve makineyi karakterize eden aletlerin, aygıtların ve düzeneklerin toplamı olarak teknoloji, toplumsal ilişkileri düzenlemenin, sürdürmenin veya değiştirmenin bir tarzı, kontrol ve itaat için bir araçtır (Marcuse, 1941). Ticari yapılarda örgütlenen teknolojik araç, bilginin üretim ve dağıtımına aracılık ederek kontrol ilişkilerinin kurulması, tutulması ve sürdürülmesinde belli bir işlev yüklenmiştir. Kapitalist endüstriyel yapıda örgütlü teknoloji, egemen sınıfın kontrolünde üretim, dağıtım ve tüketim için kullanılan araçlar üretmektedir. Kendisi de örgütlü yapıların örgütlediği ve ürettiği teknolojik araçlar nicel olarak değişmektedir. Sayısal artış, teknolojinin örgütlenme biçiminin değişmesi anlamına gelmemektedir. Değişim, aracın doğasını kullanım amaçlarına uyarlayarak aracı planlayan ve örgütleyen insanla gerçekleşmektedir. Başka bir ifade ile teknolojide nicel değişim, yeni bir toplumsal yapı, üretim tarzı ve ilişkileri yaratamaz (Erdoğan, 1997, 2018).

Yeni medya, kapitalist üretim tarzı ve üretim ilişkileri içinde gelişen teknolojinin örgütlenme biçiminin doğasını taşımaktadır. Yeni medya, nicel değişimi yani araçta sayısal artışı ifade etmekte dolayısıyla teknolojinin örgütlenme biçiminin değişimini anlatmamaktadır. Yeni medyanın önemli boyutunu dijital teknolojinin bilgiyi üretme ve yayma konusunda sunduğu olanaklar ve uygulama çeşitliliği oluşturmaktadır. Güç ve denetim ilişkilerinin parçası olarak yeni medya, modern toplumlarda yaşanan sorunlar ve bu sorunlara çözümler ile ilişkilendirilen özel bir anlam kazanmaktadır. Teknoloji ve teknolojinin ticari ürünlerinin insan ve insanlık faydası ile ilişkilendirilmesi elbette ki yeni bir olgu değildir. Ancak bu yaklaşım teknoloji ve onun gelişiminin ilgili olduğu yapıları göz ardı eden dolayısıyla toplumsal olguları göz ardı eden çalışmalar yapılmasına neden olmaktadır. Küresel pazarın yapısı ve buna ek olarak internetin sunduğu 'ağ iletişimi' olanağı mülkiyet ilişkisini gözlemlenmesi zor bir konu haline getirmektedir ve akademik çalışmalarda önemi çoğunlukla göz ardı edilmektedir. Ancak teknolojik araç, aracın işlevi, içerik, içeriğin üretimi ve dağıtımı belli kontrol ilişkisinden bağımsız işleyen bir sistem içinde var olamaz.

Teknolojiyle ilgili tartışmaları iki grupta değerlendirmek mümkündür; "Teknolojik belirleyicilik" ve "eleştirel kuram". İletişim araştırmalarında teknolojik belirleyiciliğin önde gelen temsilcileri Harold Innis (1950) ve Marshall McLuhan'dır (1962,1964). Bu yaklaşım, genelde teknolojiyi özelde iletişim teknolojilerini insanlar ve toplumsal gelişim açısından olumlu bir etken olarak görmektedir. Teknolojik araç toplumsal değişimin temelidir. "İletişim ile toplumsal değişim arasında ilişki kuran ve teknolojinin yayılmasına hizmet eden bu yaklaşımlar günümüzde geçerliliklerini yitirmiştir ancak teknolojik belirleyicilik görüşü benzer yaklaşımlarla sürmektedir. Bunlardan biri enformasyon toplumu kavramlaştırmasıdır. 1980'lerden itibaren, iletişim araçları, bilgisayarlar ve ağ iletişimi teknolojilerinin egemen olduğu toplumlara genel olarak "enformasyon toplumu" adı verilmiştir" (Uzun, 2013: 107). Bu yaklaşımlara göre, bilgi (enformasyon) teknolojilerindeki gelişmeler endüstriyel toplum yapısının son bulmasına ve yeni bir siyasi-ekonomik yapının oluşmasına etki etmiştir. Bu yapının belirgin özelliği, dünyanın dört bir köşesindeki ekonomilerin, küresel olarak birbirine bağımlı hale gelmesidir (Castells, 2013: 1). Castells'in "ağ toplumu" olarak adlandırdığı bu yapı, küresel kapitalist üretim tarzı ve ilişkilerini ifade etmektedir. Toplumsal gelişim ve değişim tarihini teknoloji merkezli açıkladıkları için teknolojik belirleyici yaklaşımı indirgemeci olarak eleştirenler de bulunmaktadır. Oldukça geniş araştırma alanına sahip eleştirel yaklaşımların çıkış noktası büyük oranda Marks'ın görüşleridir. Marksist ve eleştirel araştırmalar, iletişimin ulusal ve uluslararası bağlamlardaki siyasal ekonomisinden, egemen ve karşıt ideolojiler ve bilinç yönetimi ilişkisine kadar çeşitlenir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 369).

Konuyla ilgili incelemelerin gözden geçirilmesi sonucu teknolojiyi, kontrol ve denetim ilişkilerinden uzak bir yaklaşımla ele alarak toplumsal olguları, ilişkileri, değişimi yalnızca teknolojideki gelişmelere bağlı olarak açıklayan indirgemeci

yaklaşımların göz ardı ettiği değişkenleri, örneğin mülkiyet ilişkilerini, incelemek bir gereklilik olarak görülmüştür. Çalışmada, mülkiyet yapısı ve ilişkileri, aracın işlevi, içeriğin üretimi ve dağıtımı temel analiz birimleri olarak belirlenmiştir. Teknolojik araç, belli üretim tarzı ve ilişkilerinin ürünüdür, toplumsal işlevi kontrol denetim ilişkileri içinde biçimlenir. Çalışma yeni medyayı buna bir örnek olarak sunmaktadır. Yeni medya ve uygulamaları, uygulamanın çeşitliği, çeşitliliğin sunduğu olanaklar, kullanıcının üstlendiği roller ve bunların örneğin demokrasi ile ilişkisi gibi konuları, iletişim teknolojilerinin yapısıyla ilişkilendirilmeden açıklayan bir yaklaşımla ele alan pek çok araştırma bulunmaktadır. İnternetin egemenlik ve mücadele ilişkileri bağlamında içerik, özelleşme, bilinç yönetimi açılarından incelenmesi gerekmektedir. Araştırmanın amacı, yeni medyada mülkiyet yapısı, aracın işlevi, içeriğin üretimi ve dağıtımı ilişkilerini inceleyerek teknoloji toplumsal değişim ilişkisi konusunda alandaki bilgi birikimine katkıda bulunmaktır.

2. Yöntem

Veri toplama, analiz ve değerlendirme süreci mülkiyet yapısı ve ilişkileri, aracın işlevi, içeriğin üretimi ve dağıtımı araştırma birimleri etrafında şekillenmiştir. Teknoloji toplumsal üretim ilişkileri bağına ölçme olanağı veren kurumsal yapılar ve bu yapılarda içeriğin üretimi ile ilgili veri toplama ve değerlendirme kaynağı olarak kitap, akademik makale, kurumsal web sayfası gibi materyaller kullanılmıştır. Yeni medya inceleme materyali olarak Change.org internet sitesi seçilmiştir. Change.org'un seçilme nedeni toplumsal değişim sağlama konusundaki iddiasıyla ilgilidir. Change.org Türkiye 2019 Değişim Raporu verilerine göre Türkiye'de 18 milyon 484 bin 768 kullanıcıya, 2020 verilerine göre ise dünya genelinde 424 milyondan fazla kullanıcıya sahip olan site, kendini dünyanın en büyük sosyal değişim platformu olarak tanımlamaktadır.

İçeriğin üretimi ve dağıtımı ile ilgili verilerin toplanması için 07.02.-17.02.2021 tarihleri arasında 10 günlük bir sürede sitede yayınlanan bilgi akışı takip edilmiş ve başarılı olarak kabul edilmiş kampanyalar incelenmiştir. Araştırma kapsamında bu tarihler arası verilerin seçilme nedeni güncel verilere ulaşım sağlayabilmektir. Belli bir sıralamayla ilan edilen başarılı kampanya listesinde ilk 20'de yer alan kampanyalar, çalışmanın kapsamı ve amacına bağlı olarak niteliksel ilişkisel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. "İlişkisel içerik analizi, metinde açıkça sunulan bilgiyle ilgili temsilleri incelemek ve yorumlamak için tasarlanır. a) Araştırılacak somut soruyu belirlemek, b) soruyla biçimlenen ilişki türünü belirlemek, c) kodlamayı nasıl yapacağını belirlemek, d) verileri toplamak ve analiz etmek ilişkisel içerik analizi incelemesinin aşamalarıdır (Erdoğan, 2012: 118).

Nitel içerik analizi yöntemi ile yürütülen verileri toplama sürecinde şu sorulara yanıt aranmıştır: a) Kampanyalar hangi konuları içermektedir? b) Etkilenmek istenilen kitleyi hangi kurum ya da kuruluşlar oluşturmaktadır? c) İçeriğin oluşturulmasında siteyi kullanan sıradan kişi ne düzeyde kontrol sahibidir? d) Kampanya (üretilen içerik) toplumsal değişim boyutunda nasıl bir etkiye sahiptir? Niteliksel içerik analizinde kategoriler önceden oluşturulabileceği gibi, metinden yola çıkılarak da oluşturulabilir (Erdoğan, 2012: 118). Çalışmada metinden yola çıkılarak ve sorular kapsamında şu kategoriler belirlenmiştir; a) Konu, b) Hedef kitle, c) İçerik, d) Etki.

3. Mülkiyet İlişkileri: Üretimde Esnek Kurumsal Yapılar

İnternet ve web 2.0 tabanlı etkileşimli internet uygulamaları, cep telefonları, dijital oyunlar ile oyun ortamları ve diğer ağ tabanlı/dolaylı iletişim ortamları (Binark, 2015: 9) yeni medya kavramı içinde kabul görmektedir. İnternet, bilgisayar, cep telefonu vb. teknolojinin bir ürünüdür, ifadesidir, teknoloji değildir. Teknoloji, bu araçları üreten makine, emek, bilgi ve ilişki düzenidir (Erdoğan, 1995). Yeni medya kavramı, sadece teknolojik aracı ve onun sunduğu kapsamı oldukça geniş uygulamaları ifade etmemektedir. (a) Yeni iletişim teknolojileri ve (b) işbirliği geliştiren farklı sektörlerin oluşturduğu yapıyı anlatmaktadır.

Veri ve bilginin bütün biçimlerinin yer değiştirebilir dijital parçalarda üretilebilmesi ve depolanması olanağını sağlayan üretim tekniğinin gelişmesiyle (Herrmann ve McChesney, 2001) internetin kullanım alanı çeşitlenmiştir. Dijital iletişim teknolojisi, uydu ve fiber optik iletişim ağları ile tüm veri biçimlerine anlık ve küresel erişim sağlayabilmeyi ve aynı zamanda kişisel bir bilgisayar, cep telefonu vb. aracılığıyla herhangi biriyle sanal olarak iletişim olanağını ifade etmektedir. Dijital teknoloji ile üretilen araçların bilgiyi üretme, yayma ve elde etmede sunduğu olanaklar ve bu olanaklardan faydalanmak isteyen farklı sektörler yeni medyanın önemli boyutunu oluşturmaktadır. Sektörde üretilen ürünler ve onların sunduğu olanakların kâr amacı güden diğer sektörlerce kullanımı oldukça geniş bir perspektifte düşünülmelidir. 1990'larda bilgisayar diline geçiş yani dijital teknoloji müzik endüstrisini yeniden tanımlamış, film, televizyon ve radyo üretim ve dağıtımını da etkilemiştir. Cep telefonu firmaları şebekelerin üretim işine soyunmuş bilgisayar üreticileri, bankalar, kitle iletişim kurumları gibi firmalar ise bu şebekeleri üretim ve dağıtım aracı olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu ticari iletişim içinde doğan yeni ortam, araç ve uygulamaların kullanımının yaygınlaşması yeni medya kavramının oluşumuna büyük oranda yön vermiştir.

İnsan faaliyeti ile ilgili olan her şey gibi teknoloji ve teknolojik araç belli üretim ilişkileri, bu ilişkiler içinde gelişen güç yapıları, egemenlik ilişkileri ve bunlara bağlı olarak çeşitlenen, değişen gereksinimler, gereksinimleri karşılama biçimleri ile doğrudan ilişkilidir. Bilgi-yoğun teknolojinin gelişim seyrinde savunma amacıyla kurulan örgütler, bilimsel kurumlar ve özel teşebbüs ve bunlar arasında geliştirilen işbirliği yatmaktadır. Teknolojilerin gelişim tarihinde savaş teknolojisi, bu teknolojinin ekonomik temeli olan kamu gelirlerini (milli geliri) çok büyük karlarla kendileri için kullanan dev özel

teşebbüs firmaları büyük rol oynamıştır (Erdoğan, 1995). Siyasal sistemi askeri güçle koruma amacı, savaş endüstrileri ile devlet arasında güç birlikleri geliştirilmesini doğurmuştur. İnternetin gelişimi de savaş ekonomisinin bir sonucudur.

Amerikan ordusu tarafından olası bir nükleer saldırı karşısında ulusal güvenliği korumak amacıyla çalışmalar yürütmek için Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (ARPA) kurulmuştur. ARPA içinde geliştirilen savunma stratejilerinin beraberinde elektronik teknolojiler nükleer saldırıdan etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarlamada kullanılmıştır. ARPANET adını taşıyan ilk bilgisayar ağı 1 Eylül 1969'da devreye girdiğinde sadece ABD savunma bakanlığı ile işbirliği içindeki araştırma merkezlerine açıktı (Castell,2013: 59). Araştırma merkezleri içinde, California Üniversitesi, Utah Üniversitesi gibi bilimsel kurumlar ve onların araştırmalarını destekleyen IBM, Lockheed, AT&T gibi büyük şirketler bulunmaktaydı. Bu tekeli kontrol daha sonra internetin özelleştirilmesi ile özel teşebbüsün kontrolüne bırakılmıştır. 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başına kadar süren dönemde gerçekleşen özelleşmeyle birkaç büyük şirket alanda söz sahibi olmuştur.

İnternet günümüzde bir sektör olarak kabul görmektedir. İnternet sektörü içindeki şirketler; (a) kullanıcıları ağa bağlayan donanımı üreten şirketler, (b) internet altyapı uygulamalarını üreten şirketler, (c) web'de sundukları bedava hizmetlere karşı reklam, üyelik ödentileri ve komisyonlar üzerinden gelir elde eden şirketler ve (d) web tabanında ekonomik işlemler gerçekleştiren şirketler şeklinde dört katmanda değerlendirilmektedir (Castells, 2013: 188, 190). Ulusal ve uluslararası sermayeli dev iletişim şirketleri iletişim araçları, yazılım ve servis sunucusu üretimi şeklinde çeşitlenen bu sektörde söz sahibi konumundadır. Uluslararası sermaye odaklı Apple, IBM, Microsoft, AT&T, Intel, Google (Alphabet) gibi bazı şirketler, internet ekonomisinin en çok gelir elde eden ve teknolojiyi belli bir tekelleştirip dağıtan şirketleri olarak karşımıza çıkmaktadır.²

Dijital Ekonomi 2019 Raporuna göre (s.xvii) Dünya ekonomisinde dijital platformlar giderek daha önemli hale gelmektedir. 100 milyon dolardan fazla piyasa değerine sahip platform şirketlerinin toplam değerinin 2017'de 7 trilyon dolardan fazla olduğu tahmin edilmektedir (bu oran 2015'ten yüzde 67 daha yüksektir). Bazı küresel dijital platformlar, belirli alanlarda çok güçlü pazar konumları elde etmiştir. Örneğin Google, internet aramaları için pazarın yaklaşık yüzde 90'una sahiptir. Facebook, küresel sosyal medya pazarının üçte ikisini oluşturmakta ve dünya ekonomilerinin yüzde 90'ından fazlasında en iyi sosyal medya platformudur. Amazon, dünyadaki çevrimiçi perakende faaliyetlerinde neredeyse yüzde 40'lık bir paya sahiptir ve Amazon Web Hizmetleri, küresel bulut altyapı hizmetleri pazarında benzer bir paya sahiptir. Küresel dijital platformlar rekabetçi konumlarını sağlamlaştırmak için, potansiyel rakipleri elde etme ve tamamlayıcı ürün veya hizmetlere genişleme dâhil olmak üzere bazı adımlar atmıştır. Dijital platform şirketlerinin satın almaları arasında Microsoft'un LinkedIn'i devralması ve Facebook'un WhatsApp'ı satın alması yer almaktadır. Alphabet (Google) ve Microsoft, sırasıyla Motorola ve Nokia'yı satın alarak telekomünikasyon ekipmanına yatırım yapmıştır.

Siyasal ekonomiyi iletişime uygulamanın temel amacı, iletişim yapılarının örgütlendiği ve çalıştığı politikalar içinde etkilerini değerlendirmektir; yani, iletişim kurumlarının yapıları ve politikalarını toplumsal koşulları içinde incelemektir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 212). Yeni medya yeni siyasal ekonomik yapıya sahip değildir. Bu nedenle kurumsallaşmış medyanın yapısına olan inançların yitirilmesi ile gelen arayışların dışında tutularak incelenmemelidir. Kitle iletişim örgütleri ile iktidar merkezleri arasındaki kapitalist mülkiyet temelli bağlantılar, medya alanındaki tekelleşme eğilimi bazı liberal yaklaşımlar tarafından haber ve bilgi tekelleşmesi olarak görülmektedir. Tekelleşme (yoğunlaşma) eğilimlerinin yaratabileceği sonuçlara karşı Avrupa'da "kamu hizmeti", ABD'de ise "toplumsal sorumluluk kuramı" adı altında sunulan çözümlerle temel savı medyanın dördüncü güç olma işlevini yitirdiği ve beşinci güce yani yurttaş gücüne ihtiyaç duyduğudur. Belli bir kurumsal yapı ve profesyonel denetiminden geçmeyen iletilerin içeriğinin yarattığı etkilerin ahlaki boyutta tartışılması ise yeni medya etiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Postmodern etik anlayış kitle iletişim kurumları içindeki işleyişte yer alan editöryal filtrelemenin kurumsal değil vicdani bir sorumluluk temeli üzerinde işlemesi gerektiğini savunmaktadır. Bir başka ifade ile yeni medyanın ahlaki sansür dışında başka hiçbir toplumsal kuralın, meslek kuralının ve hatta birçok noktada hukuk kurallarının, pratikte işlemediği bir ortam olma özelliği taşıması anlamına gelmektedir. Bu anlayış ne yazık ki güç ve kontrol yapısını tartışmaya açmamaktadır. Geleneksel medya örgütlerinin "iktidar ile vatandaş arasında ilişki" kurma ve sürdürme işlevini artık layığıyla yürütemediği düşüncesi bu görevi yeni medya kullanıcısı olan yurttaşta vermiştir. Ancak dikkat edilirse yurttaş aracın sahibi olarak değil kullanıcısı olarak var olmaktadır. Yeni medya olarak tanımlanan teknolojik araç ve uygulamaların belli kurumsal yapılar ve ilişkilerin denetimden geçmediği ve bu kurumsal yapılar tarafından üretilmediği anlamına gelmemektedir.

Günümüzde sanayi kapitalizminin karakteristiği küresel bir şekilde şebekeleşmiş ekonomik ağlardır. Bu ağlar içinde teknoloji ve bilim üreten firmalar ve onların işbirliği geliştirdiği sektörlerin oluşturduğu kurumsal yapılar oluşmuştur. Yeni medyanın yapısında "aktif bir şekilde hem ticari şirket olarak kendini hem de kapitalist ideolojinin üretiminden geçerek kapitalist pazar yapısını destekleyen bilinci" (Erdoğan, 2007: 156) üreten örgütler vardır. Yeni medya yönelimleri belli bir ideoloji etrafında örgütlenmiş ve belli bir ideolojiyi örgütleyen kurumların siyasal ve ekonomik

² The Top 100 Software Companies of 2021, Forbes The World's Largest Technology Companies In 2021, Forbes The Global 2000 2021 raporlarında yer bulan şirketler içinde bu isimleri görebilmekteyiz.

amaçlarını içermektedir. Yeni medya ve uygulamalarında kurumsal kontrol bilginin üretimi ve dağıtım süreçlerinde yine işlemeye devam etmektedir.

4. İçeriğin Üretim ve Dağıtım

Kapitalist ideolojide teknolojik araçlardaki gelişme ve ilişkileri toplumun tümüne hatta insanlığa mal etme oldukça eski ve yaygın kullanılan bir yöntemdir (Erdoğan, 1997: 257). Mülkiyet ilişkilerini hiçe sayan, sahipliği ve görevselliği soyutlayan anlayış internet sektörünün ürünleri içinde geçerlidir. İnternet, ne tür bir içeriğe sahip olursa olsun, kurumsallaşmış araçlardan geçerek üretilen ürünleri sunmaktadır. Yeni medya içinde değerlendirilen ve internetle aracılan içeriklerin üreticisi ve dağıtıcısını kullanıcı olarak kabul etme aynı ideolojik yaklaşımın görünümüdür. Diğer bir boyutla yeni medya modern toplumlarda yaşanan sorunlar ve bu sorunlara çözümler ile ilişkilendirilen özel bir anlam kazanmıştır. Yurttaş gazeteciliği tartışması buna örnek gösterilebilir. Uzun'un belirttiği gibi (2006) yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışının arkasında yatan nedenlerden biri siyasal iletişimde ortaya çıkan sorunlardır. Amerikan demokrasisinin krizine çözüm arayışı sırasında ortaya çıkan alternatif bir gazetecilik pratiği olarak sunulmuştur (2006: 634).

Teknoloji, sosyal bir inşadır ve toplumsal gücün egemen sistemine hizmet etmektedir (Schiller, 1976-1975: 51). Toplumsal tarihin belli bir döneminde yeni iletişim kanalları olarak gelişen yeni medya toplumun güç yapısının bir parçası olarak düşünülmelidir. Teknolojik ürünler olarak iletişim araçları merkezi kontrolde gelişmekte ve yaygınlaşmaktadır. Küresel medya düzeni eğilimleri ile incelediğimizde kitlesel medya gücü geçmişe oranla zayıflamış gibi görünmektedir. Bu eğilimler a) büyüyen medya monopolleri, b) liberalleşme, c) haber ve bilgi sistemlerinin ticarileşmesi ve d) hissedar çıkarlarının "sosyal sorumluluk" adıyla firma kuralları biçimini almasını içermektedir. Medya sistemlerini yeniden düzenleme çalışmaları örneğin "kamusal yayıncılık" gibi, çalışmalar yürütülmüş olmasına karşın ticarileşme ile gelişen sıkıntıların varlığı devam etmektedir. Ana akım medyada siyasal içerik alanını skandal, saldırı ve yaralama ve kişisel profili içeren haberlerle doldurma giderek artan bir şekilde devam etmektedir (Boorstin, 2012).

Curran'ın belirttiği gibi (2002: 181) yeni zamanlar yeni değerlendirmeler gerektirmektedir. Yeni medya kitle medyasının içinde yürütülen tartışma ve değerlendirmelerde önemli bir yer tutmaktadır. Ticari kaygının kitle iletişim tesisini daha yoğun bir biçimde tekdüzeleştirilmesi ancak buna karşın kitle medyasının arzuladığı boyutta ekonomik ve siyasal kazanç elde edememesi izleyici/okuyucu/izleyici konusunu tekrar düşünmeyi getirmiştir. Kitle medyasında paketlenmiş iletiye maruz kalan izleyici varken yeni medyaya yönelik tartışmalar yoğunlukla "aracın sosyal ilişkilere özgü" olduğu varsayımı etrafında yürütülmektedir. Birey, aracı ne kadar aktif bir şekilde kullanırsa o düzeyde uzmanlaşacak ve bu uzmanlık onu toplumsal ilişkilerde daha etkin kılacaktır. Bu söylem bir ideolojik zemin olarak, yeni iletişim teknolojileri ve onların sahip olduğu potansiyelin yurttaşın niteliklerini de değiştireceği, örneğin politik katılımın artacağı gibi beklentilerin yaratılması, eskiye bir alternatif olarak algılanmasına/algılatılmasına doğal bir görünüm kazandırmaktadır.

Yurttaş ya da kullanıcının sesli, görüntülü ve yazılı paylaşımlarını yapabilmesi; örgütsel kurallar, mesleki değerler gibi belli bir kurumsal ve bir hiyerarşik yapının kontrolünden uzak bir içerik üretimi ve dağıtım olarak değerlendirilmektedir. Oysaki kurumsallaşmanın doğası gereği, önceden biçimlendirilmiş alanlarda ve kurallar dâhilinde kullanıcının iletiler üretmesi ve yayması söz konusudur. Teknolojinin önemli bir parçası olan teknik kural ve standartları, günümüzde çoğunluğunu elektrik mühendisi ve bilgisayar uzmanının oluşturduğu bilim insanı oligarşisi belirlemektedir. Teknik protokolün yani veri ileti kurallarının ana felsefesi, devlet destekli teknolojinin egemen bir sınıfın kullanımına açık olmasıdır. Örneğin Unix işletim sistemini Bell Telefon laboratuvarlarında 1969 yılı başlarında geliştirilmiştir. AT&T Unix'in lisansını almış ve ticari yazılım ürünü olarak satmaya başlamıştır. Programlama dilinin gelişmesi ve standartlaşmasında şirket büyük rol oynamıştır. Programlama dilinin gelişmesi sadece bilgisayarlar değil diğer kitle medyalarına uyum sağlayan bir sistemi getirmiştir. Bu gelişmeyi yıllar içinde birçok teknoloji takip etmiştir. Belli bir bilimsel mantık ile kurallar yaratma sürecinin ürünü olarak gelişen teknoloji piyasada da başarıyla deneyimlenmiştir. Yeni teknolojiler için teknik standartlar kurma ve gelişen teknik bilgiyi endüstri ile paylaşma biçiminde iş gören Amerikan Elektrik ve Elektronik Mühendisleri Kurumu çok yaygın dijital iletişim alanları için standartlar geliştirmiş ve uygulamaya koymuştur. Bu teknik kurallar uluslararası boyut kazanmış ve devletlerin iletişim ağları protokollerini oluşturmuştur (Galloway, 2006: 187-191).

Yeni medya uygulamalarında kurumsal kontrol, bilginin üretimi ve dağıtım süreçlerinde işlemeye devam etmektedir. İçeriğin üreticisi olan ya da olduğu varsayılan kullanıcının özgürlüğü yüklenilmiş amaçlı iletileri yazma, fotoğrafı vb. bir yolla belgeleme ve üyesi olduğu sanal ortam aracılığıyla uzaktaki, yakındaki, tanıdık, tanımadık diğerlerine göndermekle sınırlıdır. Her teknolojik aracın potansiyel bir gücü vardır. Bu güç sadece aracı kullananın "araçla ne yaptığı" ya da yapabildiği ile ilgili olmayan ve böylece basitçe açıklanamayacak bir içeriğe sahiptir. Aracın kullanımıyla elde edilebilecek olanaklar her dönem, özellikle teknoloji ihraç eden bizim gibi ülkelerde, gereğinden fazla abartılara mazhar olmuştur. Toplumsal sorunlarının çözümü radyo ve televizyon yayınlarına bağlanmıştır. Örneğin Hindistan, bütün ulusal kalkınma programlarında radyo/televizyona büyük bir önem vermiş ve geri kalmışlıktan kurtuluşun yolunun bu araçlarla yapılacak eğitim programlarından geçtiği öngörüsüyle, bu alana çok yatırım yapmıştı (Atabek, 2005: 66). Benzer abartılı durum internet teknolojisi içinde geçerli görünmektedir.

İletişimde paylaşmayı basitçe bir şeyi, bir işareti, sembolü bir kişiden bir diğerine, onun anlayacağı bir biçimde paketleyip aktarma, gönderme olarak kabul etmemiz durumunda teknoloji ile aracın kazandığı bu özelliklerin içeriğin üretimi ve dağıtımında kullanıcıya aktif bir rol vermek olası görünmektedir. Ancak burada teknoloji ile araç arasındaki farka bir kez daha değinmek gerekmektedir. Teknoloji bilgisayar, telefon, televizyon, internet gibi araçları üreten makine, emek, bilgi ve ilişki düzenidir. Araç teknolojinin sadece bir ürünü, parçasıdır. Dolayısıyla hem iletişim araçları hem de bu araçları kullanarak üretilen iletiler iletişim teknolojisinin bir parçasıdır. Bu anlamda teknoloji belli bir zamanda, belli bir yerde gelişmiş olan belli şartlar altında yapılan üretim biçimidir” (Erdoğan, 1994: 15).

İletişim medyasının üretiminde dijital teknolojinin kullanımı, kitle iletişiminde/iletişimde gücün merkezileşmesi ve beraberinde doğan sorunların aşıldığı ya da aşılabileceği anlamına gelmemektedir. Yeni dijital medyanın mantığı bilginin, makinenin, teknolojinin ve dolayısıyla toplumda belli bir üretim tarzı ve ilişkilerinin küresel yaygınlaşması gerekliliği ile işleyen piyasanın mantığını barındırmaktadır. Günümüzde güçlü bir şekilde yürütülen diyalog ve müzakere politikaları, demokratik elitizmin bel bağladığı, kazan-kazan olarak kısaca ifade edilecek teori ve pratiğine uygun düşmektedir. Yeni medyanın kapsamına giren araç ve uygulamalar bu kapsamda değerlendirildiğinde diyalog, iletişiminin koşulu olan etkileşime uygunluk taşıması savunmasıyla yeni medyanın gücü olarak kabul edilmektedir. Oysa yeni medya, modern medya ve modern teknolojinin tarihsel sürecinde üstlendiği rolü sürdürmektedir.

5. Yeni Medya Örneği: Change.org

5.1. Esnek Kurumsal Yapı

Kendini “Dünyanın değişim platformu” olarak tanımlayan Change.org Türkiye 28 Ağustos 2012 tarihinde Dr. Uygur Özesmi tarafından kurulmuştur. Change.org, Kamu Yararına Çalışan Şirket (KYÇŞ) ve Change.org Vakfı adıyla işleyen iki kurumdan oluşmaktadır. KYÇŞ (PBC), ABD’de kamu yararı odaklı şirketler için tanınmış yeni bir hukuki statüdür. Change.org aynı zamanda sertifikalı (B Corp) B şirketi özelliğine sahiptir.³

Faydalı şirketler, 2010 yılında kabul edilen yasayla ilk olarak B Lab tarafından oluşturulmuş ve başlatılmıştır. 2006’da kurulan B Lab (laboratuvar) “Sosyal ve çevresel sorunları çözmek için iş gücünü kullanan şirketler olan B Şirketlerini onaylayan kâr amacı gütmeyen kuruluş olarak” (The Ways B Corps Led in 2020 Publicly and Privately, 2018) kendini açıklamaktadır. Andrew Kasoy, Jay Coen Gilbert ve Bart Houlahan tarafından kurulan şirket 2006 yılından bu yana vakıflar, devlet kurumları, bireyler ve şirketler dâhil olmak üzere çok çeşitli bağışçılardan önemli miktarda hibe fonu almış ve başlangıcından bu yana 32 milyon doların üzerinde para toplamıştır (B Lab, t.y., par.2). Patagonia, Eileen Fisher ve Danone Kuzey Amerika gibi şirketleri sertifikalandırılmış olan şirketin kurucularından Kasoy’un açıklamasına göre, 2019’da 71 ülkede 3.000’den fazla sertifikalı B Corp bulunmaktadır (Rosen, 2019).

Kamu yararı şirketler (PBC) ilk defa İngiltere’de geliştirilen bir uygulamadır. Kamu hizmetlerinin özel kişilere yaptırılmasının yeni yolu olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Kamu yararı ya da bazı yazarların kamu hizmeti (Public Service Corporation) adını önerdikleri şirketler (PIC), “ticari esaslara göre kamu hizmeti sunan, hükümetlerin denetiminden bağımsız, örgütlenme ve finansman açısından esnek kurallara tabi, yönetiminde hissedarların değil yerel paydaşların olduğu, sermayesi halka açık şirket statüsünde “kamusal örgütler” biçiminde tanımlanmaktadır” (Brecher, 2002: 1; Prabhakar, 2004: 353 aktaran Karasu, 2009: 129).

Kamu yararı şirketleri kategorisinde yer alan şirketlerin adındaki kamu yararı ifadesi, bu örgütlerin özel alan ya da piyasa üstünlüğünü savunan yaklaşıma dayalı olarak oluşturuldukları gerçeğini değiştirmemektedir. Kamu yararı şirketler, Türk Ticaret Hukukundaki anonim şirket benzeri örgütlerdir. Bu tip örgütler hissedar değil paydaş anlayışına göre yönetilmektedir. Ancak paydaşların belirlenmesi, seçilen paydaşların sektörü temsil niteliğinin olup olmadığının tespiti, paydaşların nasıl bir yöntemle karar alacağı belirsizdir. Ortaya çıkış nedenlerinden biri kamu hizmetlerine finans sağlamada yeni yollar arayışı olan bu tip şirketlerin sermaye yapısı tartışmalı diğer bir konudur. Kamu maliyesi içinde yer almayan ve siyasal denetimden yoksun PBC’lerin esnek düzenleme ve esnek sermaye yapısı, onları cazip hale getirmektedir (Karasu, 2009: 131-141).

Change.org 2007’de Ben Rattray tarafından kurulmuştur. Kâr amacı gütmeyen bir örgüt statüsünde olmasına rağmen Change.org, benzer ilgi alanlarına sahip kullanıcılarla eşleştirilme yani sponsor olma ayrıcalığı talepleri için para almaktadır. Örneğin, bir kişi eğitimle ilgili bir talep (kampanya) imzaladığında ve “gönder” i tıkladığında, bir kutu açılır ve imzalamak için eğitimle ilgili sponsorlu beş talep daha gösterilir. Bir kullanıcı, eğer “Beni bu kampanyada ve diğerlerinde güncel tut” yazan bir kutuyu işaretli bırakırsa, sponsor daha sonra bu kişiye doğrudan e-posta gönderebilir. E-posta adresinin bir kişiye/kuruma satılıyor olduğu, siteyi kullanan yurttaşın bilgisinden gizlidir. Change.org, Sierra Club, Credo Wireless ve Uluslararası Af Örgütü dahil ödeme yapan 300 müşteriye sahiptir ve 2012’deki geliri 15 milyon dolardır (Geron, 2012). Şirketin Başkanı ve Genel Müdürü Jennifer Dulski’nin verdiği bilgiye göre, Change.org 2014’te Bill Gates,

³ Kaynaklar: <https://www.change.org/l/tr/change-org-gercekleri-ve-iddialara-yanitlar>. Erişim 18.12.2020. https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2020/2020_Impact+Report_Change_TR_v02.pdf. Erişim 18.12.2020.

Twitter Inc. kurucularından Evan Williams ve Virgin Group kurucusu Richard Branson'ın da dâhil olduğu bir grup yatırımcıdan 25 milyon dolarlık yatırım almıştır (Kaplanseren, 2014).

Change.org Türkiye'nin sayfasında yer aldığı şekliyle şirket, birçok suçlamalarla karşı karşıyadır. Bu suçlamalardan biri Change.org'un Amerikan Savunma Bakanlığı'na bağlı, Soros tarafından desteklenen, KGB veya CIA uzantısı, Bilderberg, İlluminati kuruluşu olduğudur. Firma resmi sayfasında bu kişi ve kurumlarla olan bağ ve ilişkisini şu şekilde açıklamıştır: "Change.org kamu yararına çalışan bağımsız bir şirkettir (PBC). Kamu Yararına Çalışan Şirketlerde yönetim kurulu ve yöneticiler karar alırken yasal olarak tüm paydaşları dikkate almak zorundadır – yani bütün kullanıcıları, çalışanları, çevreyi ve halkı".⁴ Şirketin bağlantılandığı yapı, örgüt ve kişilerle ilişkisini kesin olarak ortaya koymayı sağlayan bilginin, araştırma kapsamında incelenen kaynaklarda ulaşamadığını belirtmek gerekir. Diğer yandan şirketin açıklaması bize göre iddiaya karşı bir inkâr niteliği taşımamakta, nedenleriyle açıklayarak iddianın bir anlamda kabulünü içermektedir.

Çalışmanın, bu eleştiri ve şirket tarafından eleştiriye verilen cevaba değinme nedeni, kamu yararı şirketlerinin destekçi ve sermayedarı olan yapının görünmez ve açıklanamaz boyutudur. Çalışmanın ilk iki bölümünde belirtildiği gibi, yeni medyada mülkiyet ilişkilerini belirlemek birçok zaman oldukça zordur. Küresel ekonomik yapının doğası gereği belli kuruluşlar, örgütler, organizasyonlar belli çıkar ilişkilerine paravanlık etmektedir. Örneğin, 1921'de kurulan ABD Dış İlişkiler Konseyi (CFR) üyelerinin dünyanın en önemli vakıflarını yönettikleri ve CIA'yi kontrol ettikleri birçok araştırmacı tarafından ortaya koyulmuştur. Kendilerine think-tank merkezleri olarak adlandırılan kuruluşlar (CFR, Trilateral Komisyonu, Bildelberg, Bohemian Grove, Chatham House vb.), büyük bir gönüllü yardım ağı ve NGO'lar (Rockefeller Vakfı, Ford Vakfı, World Wildlife Fonu vb.) yolu ile büyük bir güç kullanmaktadır (Yılmaz, 2014).

Şirketle ilgili diğer bir iddia onun mali yapısıyla ilgilidir: "Ben Rattray, bizim bilgi ve eğilimlerimizi gerekli odaklara satarak yılda 15 milyon doları cebe indirmektedir". Eleştiriye açıklama ise oldukça ilginçtir: "Ben Rattray change.org'un (PBC ve Vakıf) kurucusudur ancak sahibi değildir, PBC hissedarları arasında Reid Hoffman, Bill Gates, Sam Altman gibi isimler vardır".⁵ Esnek yapılı şirketlerde kurucuya ilişkin bilgiler ulaşılabilir nitelikteyken hissedar bilgileri ulaşılabilir olmaktan uzaktır. Şirket, mali olarak bütün gelirinin kullanıcılarından geldiğini açıklamıştır. Halkın yani sokaktaki insanın başlattığı kampanyaları desteklemek için gerekli finansmanın sağlayıcısı "kullanıcı" olarak ifade edilmiştir. Ancak kullanıcının kimi ya da nasıl bir kurumsal yapıyı ifade ettiği net değildir. Şirketin sunduğu hizmetlerin iki şekilde finanse edildiği açıklanmıştır; üyelik (aylık düzenli destek) ve kampanya tanıtımları. Kampanya tanıtım aracı, destekçilere kampanyaları sadece fikirleriyle değil parasal olarak da destekleme ve güçlendirme olanağı tanır.⁶

Firmaya yönelik eleştirilerden bir diğeri ise bilgilerin, ilgilerin, adreslerin change.org vasıtasıyla satılıyor olmasıdır. Eleştiriye karşı "Change.org'da kişisel bilgiler saklıdır ve ikinci partilerle kullanıcıların açık ve belgeli izni olmadan kesinlikle paylaşılamaz" açıklaması yapılmıştır. Sıradan kullanıcı, daha önce değinildiği üzere kişisel bilgilerinin paylaşımına izin vermektedir ancak bu belgeli izin onun dikkatinden dijital alt yapı sayesinde gizlenebilmektedir. Change.org, o yılın önemli kampanyaları aracılığıyla halkın ilgi alanları, talepleri, hangi konuları önemsendiği gibi bilgilerin yer aldığı raporları yayınlamaya, faaliyet gösterdiği ülke halklarının duygu yönelimleriyle ilgili önemli bir veri tabanı oluşturmaktadır.

5.2. Üretilen İçerik

Çalışmanın bu bölümünde Change.org sayfasında başlatılan kampanyalara yönelik inceleme yürütülmüş ve üretilen içeriğin niteliği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sayfada başlatılan kampanyalar; a) Öne çıkanlar, b) Popüler, c) Yakın zamanlı, d) Başarılar biçiminde sınıflandırılmıştır. Başarı olarak ilan edilen kampanyalar listesinde yer alan ilk 20 proje konu, kitle, içerik, etki kategorilerinde incelenmiştir.

Adı	Konu Başlığı	Destek Veren Sayısı	Kampanyanın Hedef Kitesi
Gıdaya Yönelik İfade Özgürlüğü Kısıtlanamaz	Gıda	21.702	Tarım ve Orman Bakanlığı Türkiye Büyük Millet Meclisi
Galata Kulesi Restorasyonu Ebabilleri Öldürmesin! #Galatanın Kuşları	Çevre	11.884	Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Büyükşehir Belediye Belediyesi Doğa Koruma Milli Parklar Genel Müdürlüğü Doğa Koruma Milli Parklar 1. Bölge Müdürlüğü Vakıflar Genel Müdürlüğü Sanat Eserleri ve Yapı İşleri.
8 Aylık Yeğenim Nehir Bebeğin Yaşamayı Bu İlaça Bağlı	Sağlık	56.938	Soysal Güvenlik Kurumu
Coronavirüs tehdidi nedeniyle	Sağlık-COVID-19	59.023	Sağlık Bakanlığı

⁴ Kaynak: <https://www.change.org/tr/change-org-gercekleri-ve-iddialara-yanitlar>. Erişim 18.12.2020.

⁵ Kaynak: <https://www.change.org/tr/change-org-gercekleri-ve-iddialara-yanitlar>. Erişim 06.01.2021.

⁶ Kaynak: <https://www.change.org/tr/change-org-gercekleri-ve-iddialara-yanitlar>. Erişim 06.01.2021.

eğitime ara verilmeli, okullar dezenfekte edilmeli			Milli Eğitim Bakanlığı
Hamile Olan Sağlık Çalışanlarının İdari İzni Geri Verilmelidir	Sağlık-COVID-19		Sağlık Bakanlığı Cumhurbaşkanlığı Sağlık Bakanlığı Koronavirüs Kurulu Habertürk- Teketek
Diş hekimlerinin acil olmayan hastalara bakması büyük bir yayılım nedenidir	Sağlık-COVID-19	9.562	Sağlık Bakanlığı
Hira Bebeğin İlacı SGK Tarafından Karşılansın.	Sağlık	227.048	Sağlık Bakanlığı
Ayvalık Koyları Halkındır. Tabiat Parkı İhalesi İptal Edilsin!	Çevre	20.053	T.C Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü DKMP Milli Parklar KMP 2.Bölge BURSA
Ekrem İmamoğlu sözünü tut, İstanbul Adalar'da fayton devrini kapat	Çevre	628.783	İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı
Ege'nin Su Kaynağı Murat Dağı'nda Altın Çıkarılmasın, 2 Milyon Ağaç Kesilmesin	Çevre	148.425	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Cumhurbaşkanlığı Uşak Valiliği Gediz Belediyesi Kütahya Valiliği
Bu ÖYKÜ'lerin Mutlu Bir Sonu Olmalı İmza Kampanyası: Öyküleri ve Gülücükleri Hiç Bitmesin!	Sağlık	144.326	Sağlık Bakanlığı
Deprem Seferberliği İlan Edilsin	Çevre	163.642	Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı İstanbul Valiliği İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı İçişleri Bakanlığı AKOM-İstanbul Büyükşehir Belediyesi - Afet Koordinasyon Merkezi Kızılay
Çin uçuşları durdurulsun ve acil eylem planı açıklansın! #coronavirus	Sağlık	1.196	Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Türk Hava Yolları Sağlık Bakanlığı Cumhurbaşkanlığı İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı IGA
Açık Artırmayla Satışa Çıkarılıp Katledilmesi Planlanan Geyikler İçin El Ver...	Çevre	13.875	Tarım ve Orman Bakanlığı Bursa 2. Bölge Müdürlüğü
Küçük Ecrin ölmesin #küçükecrinölmesin	Sağlık	162.740	Sağlık Bakanlığı
SMA meleklerini ölüme terk etmeyin. Yaşamak için umut var, zaman yok.	Sağlık	154.764	Sağlık Bakanlığı

Antalya Phaselis Antik Kentini Korum! #DreamOfPhaseliseHayır #SayNoDreamOfPhaselis	Çevre	94.356	Kültür ve Turizm Bakanlığı Orman ve Su İşleri Bakanlığı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
Devlet ilacımızı versin çocuklarımız da yaşasın!	Sağlık	364.364	Sağlık Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Maliye Bakanlığı SGK Başkanı Başbakanlık
Ev aletlerini erişilebilir şekilde üretin, biz görmeyenleri kimseye muhtaç etmeyin	Engelli Hakları	68.625	Arçelik A.Ş. Zorlu A.Ş. (Vestel genel müdürlüğü)
Gemlik'te madde bağımlısının sebepsiz yere öldürdüğü Düzgün Akıldız için adalet istiyoruz	Adalet	75.609	Adalet Bakanlığı TBMM Gençlik ve Spor Bakanlığı Sağlık Bakanlığı

Change.org 2020 raporuna göre, 2020'de en fazla kampanya sağlık için başlatılmış, en fazla imza sağlık için atılmıştır. Talepler ağırlıklı olarak, SMA, kanser gibi ölümcül hastalıkların pahalı tedavilerinin SGK tarafından ödenmesiyle ilgilidir. Covid-19 salgını ve bu süreçte virüsün yayılımını önlemek için kısıtlama talepleri, öğrencilerin eğitimde yaşadığı zorluk ve eşitsizlikler, ekonomik zorluk yaşayan esnafın talepleri bu alanda ön plana çıkmıştır. İstanbul Sözleşmesi'nin uygulanması için başlatılan kampanya en fazla imza alan kampanya olmuştur.⁷

Çalışmanın kapsamında başarılı ilan edilen ilk 20 kampanyaya yönelik elde edilen veriler incelendiğinde sağlık ve çevre kategorilerinin ön sırada yer aldığı görülmektedir. 10 kampanya sağlık kategorisinde yer almaktadır ve Covid-19 salgınına yönelik talepler ve tedavisi pahalı ilaçlara bağlı çocukların ilaç bedellerinin karşılanması kampanya konularını oluşturmaktadır. Çevre kategorisinde yer alan 7 kampanyanın 3'ü İstanbul sınırları içinde yaşanan çevre sorunları için yürütülmüştür. Tabiat parkı ihalesi ve altın arama çalışmaları için ağaçların kesilmesi gibi doğa tahribi faaliyetlerine karşı başlatılan kampanyalar, çevre alanındaki konular içinden öne çıkmaktadır. Gıda, engelli hakları ve adalet kategorilerinde birer kampanya yer almaktadır.

Kampanya adıyla başlatılan çevrimiçi imza çalışmasını, belli sorunlara karşı belli bir ilgi uyandırma amaçlı faaliyetler olarak değerlendirmek mümkündür. İncelenen kampanyalar merkezi ve yerel yönetimler bağlamında kamu kurumlarını ve özel kuruluşları üst yönetim/yöneticiler boyutunda hedef almaktadır. Başarılı kabul edilmelerinin nedeni ise hedef kitle yani yönetici kadrolar tarafından olaya/duruma karşı gelişen tepkinin dikkate alınması olarak belirtilmektedir. Örneğin Altınokta Körler Derneği tarafından 2016 yılında başlatılan "Ev aletlerini erişilebilir şekilde üretin, biz görmeyenleri kimseye muhtaç etmeyin" adlı kampanya, Arçelik yönetimince dikkate alınmıştır. Arçelik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tülin Karabük, dernek yönetimiyle görüşme sağlamış, üyelerin evde yaşamlarını kolaylaştıracak "Engelsiz ürünler" isteği için Ar-Ge ekibi devreye sokulmuştur (Çetinkaya, 2016). Piyasa taleplerini fark etme sürecinde bu kampanyayı fırsat olarak değerlendiren Arçelik, görme engellileri için geliştirdiği uygulamalarını Aralık 2016'da piyasaya sunmuştur. Aslında bu marka için yeni bir çalışma değildir. Arçelik, görme engelliler için beyaz eşya üretimine 2002'de başlamış ve bu süreçte Türkiye Körler Federasyonu ile çalışmıştır (Arçelik'ten Görme Özürlüye Özel Ürün, 2002).

Kampanyalara yönelik "başarı" açıklamalardan ve basına yansıyan boyutuyla kampanyalarla ilgili diğer veri kaynaklarından elde edilen bilgiler incelendiğinde, başarının sorunlu durumun tamamen ortadan kalkması olarak anlaşılması gerektiği açıkça ortaya çıkmaktadır. Ele aldığı sorun boyutunda kampanya içeriklerini değerlendirdiğimizde sağlık kategorisindeki başarı durumu birçok boyutuyla yüzeysel bir başarıyı ifade etmektedir. Örneğin tedavisi pahalı ilaçlara bağlı çocukların tedavisi ile ilgili bakanlık ve bakan düzeyinde bir ilgi uyandırılmış ve çocuğun ilacı karşılanmıştır. Ancak bu değişim, özellikle Change.org'un varoluşu nedeni olarak öne sürdüğü bir toplumsal değişimi ifade etmekten yoksundur. İlaçları pahalı olduğu için ve devlet tarafından ödemesi karşılanmadığı için birçok insan yaşam mücadelesi sürecinde sıkıntı yaşamaya devam etmektedir ve edecektir. Buna neden, Change.org'un kampanyasının başarılı ya da başarısız olması değildir elbette ki. Yöneticilerin belli bir konuya duyarlı olmasını sağlamak boyutuyla bu kampanyalar önemlidir elbette. Ama yönetici ilgisini çekmek her zaman sorunun kökten çözüldüğü ve hatta toplumsal bir değişimin ortaya çıktığı anlamına gelmemektedir. "Gıdaya Yönelik İfade Özgürlüğü Kısıtlanamaz" adlı kampanyanın başarı açıklamasında yer alan ifadeler bunu ortaya koymaktadır: "TBMM Tarım, Orman ve Köy İşleri Komisyonu Başkanı kanun teklifinde yer alan yanıltıcı yayınlarla ilgili maddelerin sivil toplum kuruluşlarından ve kamuoyundan gelen itirazlar nedeniyle kanun teklifinden çıkarılacağını duyurdu. Ancak Komisyon başkanının açıklamasında yer alan "aldığımız yeni

⁷ Change.org Türkiye Değişim Raporu 2020, s.4.

kararla yanıtıcı yayınlarla ilgili konuların daha fazla tartışılmasına meydan vermek, sağlıklı çıkmasına zemin hazırlamak için ilgili maddeleri tekliften çıkarıyoruz.” ifadesi yakın bir gelecekte aynı konunun yeniden gündeme geleceğini işaret ediyor”.⁸

Sitenin kullanıcıları önceden şekillendirilmiş bir sayfa yapısının izin verdiği olanak içinde ve yine sayfa yapısının sınırlandığı içerik yapısına bağlı olarak kampanya adıyla belli konulara yönelik dijital imza çalışması başlatabilmektedir. Bu içeriğin belirleyicisini, aracı kullanan ve kullanarak imza kampanyasını başlatan vatandaş olarak tespit etmek her şeyden önce şirket yapısı ve üretim ilişkileri kapsamında gerçeği görmezden gelme anlamına gelecektir. Change.org, kamu hizmeti anlayışı yani devlet anlayışının değişimi sürecinde geliştirilen şirket yapısına sahiptir. Küresel ilişkiler ve gelişen koşullara bağlı şekilde devlet anlayışının değişim yönü kamusal hizmetlerin özel sektör eliyle yürütüldüğü ve devletin küçüldüğü bir yapıya doğru olmuştur.

Change.org’u konu alan araştırmalar siyasal katılım, dijital aktivizm, dijital yurttaşlık konuları etrafında şekillenmiştir. Teknolojik belirleyicilik yaklaşımı içinde kalan bu çalışmalarda genel kabul özelde Change.org’un (çevrimiçi kampanyalara katılım yoluyla) genelde iletişim teknolojilerinin toplumsal değişime katkı sağladığıdır. Doruk ve Ayda’ya göre (2017:287) geleneksel medya yoluyla seslerini duyuramayan alternatif görüşler, etkileşime izin veren internet sistemleri sayesinde bir araya gelebilmekte, gruplar oluşturabilmekte, hızlıca örgütlenerek eyleme geçebilmektedirler. Yüksek lisans tez çalışmasında Akbıçak (2017: 149-150) dijital dilekçe platformlarının, toplumsal değişimi hedefleyen bireylerin veya grupların bir araya gelmesine, sayısal çokluğun verdiği güçle amaçlarını yerine getirmelerine zemin hazırladığını ifade etmiştir. Halkın çevrimiçi imza kampanyalarına katılma nedenleri konusunda Yücel (2020: 376-377) çevrimiçi imza kampanyalarına imza vermenin slaktivist bir eylem ve etkili bir politik katılım yöntemi olduğuna dair net bir bulguya erişemediğini ifade etmiştir. Katılımcılar çevrimiçi imza kampanyalarına bir toplumsal değişiklik talebi ile imza vermekte ancak bunu takip etmemekte ya da dijital ortamdan başka bir mecraya taşımamaktadırlar.

Teknolojinin toplumsal değişimde belirleyici olduğu genel kabulüne sahip araştırmalarda, Change.org’un kurumsal yapısıyla ilgili veri sunulmamaktadır. Gerisinde Kamu Yararına Çalışan Şirket adıyla ticari bir oluşumun olduğu, kâr amacıyla faaliyet gösterdiği, hissedar değil paydaş anlayışına göre yönetildikleri, esnek düzenleme ve esnek sermaye yapılarında sahiplik ve sermaye ilişkilerinin denetlenmesinin zor olduğu gerçeği göz ardı edilmektedir. Araçta üretilen içerik olarak kampanyalar, sıradan kullanıcının kontrolü dışında Change.org şirketinin sunduğu biçim ve kapsama bağlı şekilde oluşturulabilmektedir. Kampanyaların belli bir kısmı, destekçi sayısına bağlı olmaksızın, istenilen ilgiyi yakalayabilmekte ve kampanya başlatıcı belli bir düzeyde istediği sonucu elde etmektedir. Başlatılan kampanyalar ve çevrimiçi kampanyalara katılım yoluyla destek olma toplumsal değişim talebi olarak değerlendirilemeyeceği gibi elde edilen başarı da toplumsal değişimi ifade edemez.

Daha önce ifade edildiği gibi, böyle bir çalışmada toplumsal değişimden ne anladığımız oldukça önemlidir. Araştırmanın kuramsal yaklaşımı, toplumsal değişim ve teknoloji ilişkisini nasıl açıkladığımızı belirleyecektir. Çalışma, yeni medya ve sunduğu olanaklar, kullanıcının üstlendiği roller ve bunların örneğin demokrasi ile ilişkisi gibi konuları, teknoloji üretim ilişkileri bağı ve egemenlik ilişkileri kapsamı dışında inceleyen bir yaklaşıma sahip değildir. Teknolojik gelişme ve değişim toplumsal üretim tarzı ve üretim ilişkileri ve bu tarz ve ilişkilerdeki değişimle ilgilidir. Teknolojiler, üretiminden kullanım süreçlerine kadar toplumsal üretimin bütünlüğünde yapılaşır (Erdoğan, 1999). Toplumların neden yapısal değişikliklere uğradıkları, doğrudan ve tek başına iletişim üretim biçimiyle ilgili değildir. İletişim alanındaki değişimler, toplumsal üretim biçim ve ilişkileri içinde, bu biçim ve ilişkilerden geçerek incelenmelidir. Bu noktada iletişim aracının örneğin internetin, insan elinin uzantısı olmasının ötesinde toplumsal üretimin bütünlük parçası olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir.

6. Sonuç

İletişim teknolojilerinin belirleyiciliği ile ilgili görüşler teknoloji ile sosyal kontrol arasında kurulan bağa dayanmaktadır. Sosyal kontrolde teknolojinin rolünü abartan bir vurguya sahip olanlar sınırlı bir toplumsal değişimi öngörmektedir. Toplumdaki değişimin itici gücü, üretim güçleri ve bu güçlerdeki değişimdir (Erdoğan, 2014: 1). Değişimden söz edebilmek, toplumu yöneten maddi üretim güçlerinin toplumsal üretim ilişkileri ile çatışmaya düştüğü belli bir toplumsal gelişim döneminde mümkündür. İletişim teknolojileri, maddi üretim güçlerinin ve egemen üretim ilişkilerinin parçası olarak toplumsal değişimde belli bir rol üstlenmiştir. Toplumsal değişim sürecinde mücadelenin oluşum ve biçimlenmesinde teknolojinin rolü, üretim biçimi, mülkiyet yapısı, güç ve kontrol ilişkileri gibi birçok değişkene bağlı olarak gerçekleşmektedir.

Medya iletişimi, uluslararası bilgi düzeninin önemli parçaları biçiminde örgütlenmiştir. Yeni uluslararası bilgi düzeninde ‘hareketlilik’ önemli bir işlev yüklenmiştir. Hareketlilik, kapitalist endüstriyel toplumlarda gelişen ekonomik-kültürel faaliyetlerin yerel pazarlara nakledilmesine aracılık etmektedir. Pazar içi ve pazarlar arası dolaşımda bilginin-iletişimin

⁸ Kaynak: <https://www.change.org/petitions?selected=victories>. Erişim 08.01.2021.

hızlı hareket etmesine olanak sağlayan teknolojik araç bu bakımdan kıymet taşımaktadır. Hız ve bilgi, küresel pazarın üretim güçlerinin etkin kazanç unsuru olarak işlev görmektedir. Bilginin üretimi, dağıtımı ve kontrolüne aracılık eden iletişim araçları hız sağlama olanağına bağlı şekilde rağbet görmekte ya da önem kaybetmektedir.

Günümüzde kitle iletişim medyasının uluslararası egemenlik alanında sahip olduğu rol değişmemiş ancak sağladığı olanaklara bağlı olarak aracın etkinliği azalmıştır diyebiliriz. Örneğin 1990'larda televizyon iletişimin/kültürün aktarımında önemli bir yere sahip olmuştur. Ancak yeni iletişim uyduları, kablolu ağlar gibi iletişim teknolojileri sayesinde bilgi üretimi alanındaki kontrol ve denetim sistemi kendini yenilemiş, beraberinde televizyon daha az etkili bir hal almıştır. Kurumsallaşmış medya endüstrisi, küresel pazarın gereksinimlerine bağlı olarak esnek iş yapma biçimlerine olanak sağlayan yeni yayıncılık sistemlerini benimsemiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin olanaklarından faydalanma eğilimi, kitle medyasının dışında tüm kurumsal yapısıyla siyasal ve ekonomik pazarın gelişmesine katkı sağlamaktadır.

İnternet endüstrisinde IBM, AT&T, Microsoft gibi yazılım ve teknolojik donanım üreten şirketler egemendir. İletişim aracı ve yazılım üreticisinden servis sunucusuna kadar çeşitlenen bu şirketler, binlerce firma ve diğer kullanıcılara servislerini sunarak internetten en çok gelir sağlayan ekonomik gücü oluşturmaktadırlar (Erdoğan, 1995). En popüler e-dilekçe platformlarından biri olarak kabul edilen Change.org, Amerika merkezli bir şirkettir ve 19 ülkede şubesi bulunmakta 196 ülkede kullanılmaktadır. Kâr amacı gütmeyen kuruluş statüsündeki Change.org, internet tabanlı teknoloji şirketlerince üretilen içeriklerin kitlesel ölçekte kullanılmasını sağlamakta, kişisel içeriğini ürettiği varsayılan sıradan kullanıcının bireysel bilgilerinin depolanması ve üçüncü şahıslara satılması yoluyla farklı sektörlerde hizmet edilmektedir. Yeni medya, belli içeriğin üretimi ve dağıtımında belli bir kurumsal yapının denetiminden uzak bir oluşum olarak varsayılmasına karşın gerçekte modern endüstriyel kapitalist toplum yapısında, toplumsal düzenin yeniden inşası ve bu inşanın rızayla meşruluk kazanması ve sürdürülmesi sürecinin parçası olması söz konusudur.

"Change.org, sıradan vatandaşlar tarafından çevrimiçi dilekçe kampanyaları oluşturmak için kullanılan ticari, kâr amaçlı bir sitedir (Halpin vd., 2018: 430). Kâr amaçlı platformları farklılaştıran önemli faktör, finansman modelinden kaynaklanmaktadır. Örgütler/organizasyonlar, çevrimiçi imza kampanyalarına sponsor olmakta ve imza atanların ayrıntılı bilgilerine erişmek için Change.org'a ödeme yapmaktadır. Bu, kampanya grubunun gelecekteki bağışçıların veya destekçilerin bir listesini oluşturabileceği anlamına gelmektedir (Karpf, 2016'dan aktaran Halpin vd., 2018: 433). Bununla birlikte, insanlar kullanıcı olarak Change.org'a özgürce kaydolabilmekte ve sponsorluk ödemesi olmadan dilekçe oluşturabilmekte veya imzalayabilmektedir. Change.org ve benzeri ticari şirketler, sıradan kullanıcının kendi gündemini yansıtmaya izin vermekte ve bu veriler ne tür gündemlerin popüler olduğuna erişebilmeyi kolaylaştırmaktadır.

Özetle, iletişim teknolojilerindeki değişim tek başına toplumsal örgütlenme ve kültür üzerinde bir değişmeye neden olamaz. Teknoloji ve teknolojik ürün olarak medya, toplumsal güç ilişkilerinin parçası biçiminde gelişmekte ve egemen ilişki biçimlerine aracılık etmektedir. Yeni medyanın ekonomi politikası, küresel kitle medyasının kurumsal yapısından bağımsız açıklanamaz. Örgütlü yapı, bu yapıdaki üretim tarzı ve ilişkileri bağlamında yeni medya teknolojide niteliksel bir değişiklik olarak yeniliği ifade etmekten yoksundur.

Kaynakça

Arçelik'ten Görme Özürlüye Özel Ürün (2002, 22 Ocak). Milliyet.com, <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/arcelik-ten-gorme-ozurluye-ozel-urun-5227341>, Erişim Tarihi: 08.02.2021.

Atabek, Ü. (2005). İletişim teknolojileri ve yerel medya için olanaklar. Sevda Alankuş (Ed.), Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya (2. Baskı) içinde (61-90. ss.). İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları. https://bianet.org/system/uploads/1/files/attachments/000/001/521/original/yeni_iletisim.pdf?1447151242, Erişim Tarihi 02.01.2021.

B Lab (t.y.). <https://bcorporation.net/about-b-lab/funders-and-finances>, Erişim Tarihi: 18.12.2020.

Binark, M. (2015). Yeni medya çalışmaları özel sayısı hakkında: neden? folklor/edebiyat, 21(83): 9-18.

- Castells, M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi (3. Baskı). (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Curran, J. (2002). Medya ve demokrasi: yeniden değer biçme. Süleyman İrvan (Ed.), Medya kültür siyaset (2. Baskı) içinde (181-260. ss). Ankara: Ark Yayınevi.
- Çetinkaya, H. (2016, 2 Haziran). Engelleri kaldırırken bir ilke imza attılar. Hürriyet.com, <https://www.sozcu.com.tr/2016/ekonomi/engelleri-kaldirirken-bir-ilke-imza-attilar-1257532/>, Erişim Tarihi: 08.02.2021.
- Dijital Ekonomi 2019 Raporu (2019). <https://unctad.org/webflyer/digital-economy-report-2019>, Erişim Tarihi: 17.12.2020
- Erdoğan, İ. (1994). Uluslararası İletişim: Dünyanın Çarık Düzeni. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1995). Uluslararası bilgisayar şebekesi internet ve iletişimin kontrolü. Bilim ve Ütopya, Temmuz (13). erdoganirfan.blogspot.com, Erişim tarihi 03.01.2021.
- Erdoğan, İ. (1997). İletişim, Egemenlik ve Mücadeleye Giriş. Ankara: İmge Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (1999). İlk çağlardaki egemen iletişim biçimleri üzerine bir değerlendirme. Kültür ve iletişim, 2 (2), 15-47. erdoganirfan.blogspot.com, Erişim tarihi 02.01.2021.
- Erdoğan, İ. (2012). Pozitivist Metodoloji ve Ötesi (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2014). Medya Teori ve Araştırmaları. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2018). Diktatörlüğün Medyası. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2002). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.
- Galloway, A. R. (2006). Protocol vs. institutionalisation. Wendy Hui Kyong Chun, Thomas Keenan (Ed), Old media: A history and teory reader içinde (187-198 ss). New York: Routledge.
- Geron, T. (2012, 17 Ocak). The Business Behind Change.org's Activist Petitions. Forbes, <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2012/10/17/activism-for-profit-change-org-makes-an-impact-and-makes-money/?sh=6db414cf7ffa>, Erişim Tarihi: 05.01.2021.
- Halpin, D., Vromen, A., Vaughan, V., Raissi, M. (2018). Online petitioning and politics: the development of Change.org in Australia. Australian Journal of Political Science, 53(4). <https://doi.org/10.1080/10361146.2018.1499010>
- Herrmann, E. S., Mcchesney, R. W. (2001). Global Media: The New Missionaries Of Global Capitalism. New York: Continuum.
- Kaplanseren, E. (2014, 12 Aralık). Change.org'a 25 milyon dolar yatırım. Hurriyet.com, <https://www.hurriyet.com.tr/change-org-a-25-milyon-dolar-yatirim-36316415>, Erişim Tarihi: 05.01.2021
- Karasu, K. (2009). Yeni 'kamusal' örgütler: Kamu yararı şirketleri. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64(3): 117-147.
- Marcuse, H. (1941). Some Social Implications of Modern Technology. Studies in Philosophy and Social Science, 9(3), 414-439. https://courses.cs.washington.edu/courses/cse490e/19wi/readings/marcuse_social_implications_1941.pdf. Erişim tarihi: 03.01.2021.
- OSKAY, Ünsal (2000). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevi. İstanbul: Der Yayınları.
- Rosen, E. (2019, 17 Ocak). Working to Benefit Society, Not Just Companies. The New York Times, <https://www.nytimes.com/2019/10/17/business/certified-b-corps.html>, Erişim Tarihi: 18.12.2020
- Schiller, I. H. (1976-1975). Communication And Cultural Domination. International Journal Of Politics. Vol:5 (Winter 1975/1976), 1-127.
- The Ways B Corps Led in 2020 Publicly and Privately (2018). <https://medium.com/@bthechange>, Erişim Tarihi: 18.12.2020

Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: yurttaş gazeteciliği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16: 633-656.

Uzun, R. (2013). Teknoloji merkezli yaklaşımlar. Erkan Yüksel (Ed.), İletişim Kuramları içinde (106-131 ss.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. <https://docplayer.biz.tr>, Erişim tarihi 02.01.2021.

Yılmaz, S. (2014). Ak para & kara para; Dünyayı kim yönetiyor? Paramız nasıl çalınıyor? <https://www.21yyte.org/tr>, Erişim tarihi 05.01.2021.



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2021. 6(1): 30-40.



Cezayir Sinemasında Devrimin İmgesel Yansıması

Meriem REMİLİ ¹

Nursel BOLAT ²

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

Özet

Cezayir Devrimi insanlık tarihindeki önemli devrimlerden biri olarak dikkat çekmektedir. Cezayir sinemasında bir buçuk milyon şehidin hayatına mal olan bu önemli dönemi ölümsüzleştirmede kendi payına düşeni yaparak, Cezayir Devrimini sinema sanatına taşımaktadır. Cezayir sineması, savaşın gerçekliği çerçevesinde devrim dönemini Cezayir toplumuna özgü bazı konularla ele almaktadır. Sinema bu süreci yansıtan ve yurt dışında devrimin sesini duyuran bir araç olarak görülmüştür. Bu devrim döneminin en büyük askeri güçlerinden biri karşısında zafer kazanmanın cesaret ve fedakarlıkları konusunda unutulmaz anlatılar içermektedir. Bu nedenle Cezayir Devrimi birçok film yapımcısının ilgisini çekmiştir. Cezayirli sinemaclar yanında yabancı sinemaclar da bu geçmişe ilgi duymaktadır. Cezayir savaşını sinema alanında her iki tarafta kendi yönünden ve kendi yöntemine göre politik, ideolojik referansları, bağlantıları ve geçmişleri temelinde bir dizi sinematik esere dönüştürmüştür. Bu çalışmada biri Cezayirli yönetmen tarafından çekilen, diğeri de dışarıdan bakan İtalyan bir yönetmen tarafından çekilen iki film üzerinden Cezayir Devrimi imajının nasıl yansıdığı etnografik içerik analizi yöntemi ile ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu filmlerden biri Cezayirli yönetmen Ahmed Rachdi tarafından yönetilen "L'Opium et le Bâton" filmi olurken, ikinci film ise "La Bataille D'Alger" İtalyan Gillo Pontecorvo tarafından sinemaya aktarılmıştır. Cezayir Devrimi konusuna yaklaşımlar gizli siyasi, kültürel ve ideolojik arka planları açısından karşılaştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Cezayir sineması, Sinemada Cezayir Devrimi, Cezayir devrimi, *Cezayir Bağımsızlık Savaşı* filmi, *L'Opium et le Bâton* filmi.

The Imaginary Reflection of The Revolution In Algerian Cinema

Abstract

The Algerian revolution stands out as one of the most important revolutions in human history. It carries the Algerian revolution to the art of cinema, doing its part in immortalizing this important period that cost the lives of one and a half million martyrs in Algerian cinema. Algerian cinema deals with the revolutionary period with some issues specific to Algerian society within the framework of the reality of war. Cinema has been seen as a tool that reflects this process and makes the voice of the revolution abroad. It contains unforgettable narratives about the courage and sacrifices of victory over one of the greatest military powers of the revolutionary period. This is why the Algerian revolution has attracted the attention of many filmmakers. Algerian filmmakers as well as foreign filmmakers are interested in this past. He transformed the Algerian war into a series of cinematic works on the basis of political, ideological references, connections and histories on both sides in the field of cinema and according to his own method.

¹ Yüksek Lisan Öğrencisi, E- mail: tr.meriem27@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1005-1149

² Doç. Dr., E-mail: nursel.bolat@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3986-7408

In this study, it is aimed to reveal how the image of the Algerian revolution is reflected with the method of Ethnographic Content Analysis with two films, one shot by an Algerian director and the other one shot by an Italian director. One of these films was "L'Opium et le Bâton" directed by Algerian director Ahmed Rachdi, while the second movie "La Bataille D'Alger" was made to the cinema by Italian Gillo Pontecorvo. Approaches to the issue of the Algerian revolution will be compared in terms of their hidden political, cultural and ideological backgrounds.

Keywords: Algerian cinema, Algerian Revolution in cinema, Algerian Revolution, *The Battle of Algeria* movie, *Opium and Stick* movie.

© 2021 OMU

1. Giriş

Görüntü, sinemanın gerçeklik anlatımında dayandığı en önemli temellerden biridir. Bu nedenle, sinema açık ve farklı bir anlamın sağlanmasındaki önemi nedeniyle birçok araştırmacı, bilim adamı ve teknoloji uzmanının ilgisini çekmekte, sosyopolitik ve entelektüel olayları imge, ses ve hareketle belgelemektedir. Böylece sinema rüyalar ve efsaneler üretmek için bir fabrika haline gelmiştir. Ayrıca sinema değerleri, fikirleri ve ideolojileri aktararak iletişimi sağlamak ve sosyal bağları güçlendirmek için çalışmaktadır. Sinema çok genel bir terimdir tarih, akımlar, teoriler ve eleştiri açısından film sanatıyla ilgili her şeyi kapsamaktadır. Aynı zamanda sinema kurgusal, belgesel ve animasyon filmleri de içeren karlı bir iştir ve tüm dünyadaki geniş izleyici kitlesi için kültür ve eğlence aracıdır. Görsel ve işitsel olması nedeniyle kültürün ve toplumun her düzeyine ulaşmakta, bu nedenle sosyal ifade ve kültürel farkındalığın gelişiminde ve tam tersi yaklaşımlarda da önemli bir araç işlevi görmektedir (Habiba ve Sawsen, 2015: 8).

Uluslararası ve Arap sineması gibi Cezayir sineması da Cezayir kültürünün şekillendirmesinde ve geçmişte yaşanan olay ve olguları anlatmada güçlü ve etkili bir rol oynamıştır. Bu rol ve etki, sinemanın yalnızca gerçekleri yeniden yaratma ve yansıtma yeteneğine bağlanamamaktadır. Aksine, tarihle ilgili tartışma ortamı yaratma yeteneğiyle de bağlantılıdır ve bu da toplumun içindeki kamuoyunun üzerine yansıtılır (Alexan, 1982: 215). Cezayir sineması, en önemlisi devrimci nitelik taşıyan birkaç konuya değinmektedir. Cezayir sinemasının ilk adımları Cezayir devriminin başlamasıyla başlamakta ve halkın Cezayir'in kurtuluşu için verdiği mücadelede önemli rol oynamaktadır. Editoryal sinema Cezayir'de olanları doğrulayan savaş alanının canlı ve gerçekçi görüntülerini sunarak devrimde etkili rol üstlenmektedir. Bu da bağımsızlığı ve onuru uğruna kurtuluş mücadelesi için savaşan bir halkın kaderiyle ilgilidir. Aynı zamanda, iddialarının aksine Cezayirlilere karşı gerçek bir yıpratma savaşı veren Fransız sömürgecisinin gerçek yüzünü de göstermektedir. Bağımsızlık sonrası birçok film yapımcısı Cezayir devrimine ilgi göstermekte, Cezayir devrimi birçok filme konu olmakta ve Cezayir devrimi ile ilgili birçok film yapılmaktadır. Bu filmlerin bazıları ister Cezayir'de ister yurtdışında çekilsin çok büyük bir medya kargaşası yaratmaktadır (Habiba ve Sawsen, 2015: 9). Bu da Cezayir sinemasındaki devrimin imajını ele almaya, mesajlarda ve anlamlarda neler gizlendiğini anlamaya çalışmaya götürmektedir.

Bu bağlamda araştırma içerisinde sinemada Cezayir devriminin imgesel yansıması ele alınmaktadır. Çalışmada, ilk önce Cezayir sinemasının ortaya çıkışı ve gelişim aşamaları, devrim sırasında sinema, bağımsızlıktan sonra sinema ile ilgili literatür taraması yapılmaktadır. Daha sonra Cezayir devriminin imajının Cezayir sinemasına ve yabancı yapım sinemaya nasıl yansıdığını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada Cezayir devrimi konusunu ele alan Cezayir yapımı bir film ile yabancı sömürge güçleri tarafından çekilen filmlerden bir film "amaçlı örneklem" yöntemi ile seçilmiştir. İlk film Cezayirli yönetmen Ahmed Rachdi tarafından yönetilen *L'Opium et le Bâton* filmidir. İkinci film ise *La Bataille D'Alger* adıyla bilinen İtalyan yönetmen Gillo Pontecorvo tarafından çekilmiştir.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Sinemada Cezayir devriminin nasıl temsil edildiğini ortaya koyma amacını taşıyan bir çalışma yapılmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan David L. Altheide'in "Etnografik İçerik Analizi" yöntemi kullanılacaktır. Altheide'a göre "Etnografik İçerik Analizi" yönteminde analiz sürecinde öncelikli olarak ele alınacak olan problemi tanımlamak gerekmektedir. Bu problemin derinlemesine incelemesine yapabilmek için protokol oluşturmakla beraber belirli kodlara ulaşılmaktadır. Ana konunun ne olduğunu yeterli bir şekilde betimlemek ve çerçevesini çizmek gerekmektedir (1996: 13). Bu çalışmada seçilen filmlerin içeriğindeki her bir ögeyi ifade edebilmek için "Etnografik İçerik Analizi" yöntemi ile Cezayir Devriminin filmlerini inceleme kriterleri oluşturulmaktadır. Bu kriterler filmlerin analizini yapmak için çalışmada yer almaktadır. Filmlerin İnceleme Kriterleri: Filmde yönetmenler tarafından devrim nasıl işlenmiş, filmin aktardığı mesajlar, filmde kullanılan sinema dili ve çekim çevresi, kültürel ve sosyal özgülük gibi özellikler çerçevesinde inceleme gerçekleştirilmektedir.

2.2. Araştırmanın Amacı

Çalışma Cezayir Devriminin imajının Cezayir sinemasına ve yabancı sinemaya nasıl yansıdığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışma konusu olarak Cezayir Devrimi konusunu ele alan iki film seçilmiştir. İlk film Cezayirli yönetmen Ahmed Rachdi'nin "L'Opium et le Bâton" filmidir. İkinci film, "La Bataille D'Alger" İtalyan yönetmen Gillo Pontecorvo'nun filmidir. Bu iki filmin seçimi rastgele değildir. Daha ziyade, biri İtalyan kökenli yabancı bir yönetmenin, diğeri ise Cezayir kökenli bir yönetmenin çalışmalarını karşılaştırma amaçlı olarak amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Çalışmada "L'Opium et le Bâton" ve "Cezayir Bağımsızlık Savaşı" filmlerini inceleyerek ve bu devrimle ilgili çeşitli konuları göstererek bu iki filmin devrim konularını nasıl ele aldığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu filmlerde devrimin nasıl temsil edildiği, yönetmenler tarafından devrimin nasıl işlendiği, bunun yanında kullanılan sinema dilini ortaya çıkararak filmin çekim çevresi ve o zamanki devrimci gerçeklerin bağlamını ortaya koymak hedeflenmektedir. Bu anlamda sinemada Cezayir devriminin nasıl yansıdığına aşağıdaki sorular çerçevesinde yanıt aranmıştır:

1. Cezayir sineması Cezayir Devrimi konusunu nasıl ele almıştır?
2. İtalya sineması Cezayir Devrimi konusunu nasıl ele almıştır?
3. Cezayir ve yabancı filmlerin Cezayir Devrimi konusundaki sunum ve içerik farklılıkları nelerdir?
4. Cezayir ve yabancı filmlerin Cezayir Devrimi konusundaki sunum ve içerikte ortak noktaları nelerdir?

2.3 Araştırmanın Önemi

Araştırma konusu olarak birkaç nedenden dolayı sinemadaki büyük Cezayir Devrimi imgesi seçilmiştir. Türkiye'de sinema alanında Cezayir devrimiyle ilgili daha önce bir çalışma yapılmamıştır. Cezayir sinemasının gizemlerini ve onların devrime olan ilgilerini aramak gerekliliği görülmüştür. Seçilen filmlerle Cezayir'in tarihini derinlemesine ve detaylı bir şekilde aktarılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede sinemanın, kurtuluş devriminin olaylarını yansıtmaya ve somutlaştırma yeteneği araştırılmaya çalışılacaktır. Cezayir devriminin filmlerinin konusuyla ilgilenen çok sayıda yabancı araştırma vardır. Bu çalışma diğer çalışmalardan farklı olarak bu konuyu sinemada Cezayir Devriminin imgesel olarak nasıl ele alındığını göstermek amacıyla, seçilen filmlerinden biri Cezayirli bir film diğeri yabancı bir film olmak üzere iki film tercih edilmiştir. Her iki filmde hem sinematografi hem de devrim ile ilgili olaylar ve gerçekleri sunma yönündeki eleştirileri değerlendirmeye alınmıştır.

3. Devrimden Önce Cezayir'de Sinemanın Başlangıcı (Sömürge Sineması)

1895'te Lumiere kardeşler tarafından sinematografin ortaya çıkmasından hemen sonra Cezayir'de ilk sinema denemeleri görülmektedir. Lumiere Kardeşler'in Paris'teki sinematik gösterilerinden kısa bir süre sonra, 1896 yılının başında Cezayir doğumlu Fransız "Felix Mesjiche" Cezayir ve Oran'dan sahneler çekerek yerleşimcileri göstermektedir. 1908'den önce Cezayir'de sinema salonu kurulmamıştır (Abdelouahab, 2019: 137). 1914'e gelindiğinde, sinema salonu sayısı yedi salonu geçmemiş ve bu ilk salonlar yabancıların çıkarlarına ve varoluşuna hizmet etmek için kullanılmıştır. Bu dönemde sinema sadece sömürgecilere hizmet etmekte ve Cezayirlilerin bununla hiçbir ilgisi bulunmamaktadır. Sinema salonları sömürgecilerin ihtiyaçlarına göre artmaktadır. Cezayir'deki Fransızların sayısı arttıkça, sinema salonu sayısında bağlantılı biçimde 1933'te 150 sinema salonuna kadar ulaşmaktadır. Sinema salonları daha çok Fransız toplumunun yaşadığı büyük şehirlerde yoğunlaşmakta, gösterilen filmlerde sömürgecilerin zevkini yansıtmaktadır (Alexan, 1982: 217). Birinci Dünya Savaşı'nı Cezayir kurtuluş savaşından ayıran dönemde çoğu Fransız olmak üzere yabancı şirketler tarafından 50'den fazla Cezayir filmi çekilmiş ve bu filmlerde ikincil rollerde çok az sayıda Cezayirli oyuncu yer almıştır (Abdelouahab, 2019: 137). Tüm bu filmler Cezayir'de çekildiği için çoğu Arapça ve Fransızca'ya çevrilmiştir. Kurgu işlemleri Paris stüdyolarında gerçekleştirilmiştir (Alexan, 1982: 217).

Cezayir'deki Fransız sömürgeciliği Cezayir sinemasını etkilemiştir. İki kültür arasındaki büyük farklılara rağmen, biri sömürge olarak, diğeri sömürgeciliğe dayanan yapısı ile karşı karşıya kalmışlardır. Bu sömürgecinin entelektüellerin azınlığını uzun bir süre sonra bile olsa, şu ya da bu şekilde etkileyebilecek temel faktörler sağladığı inkâr edilemez. Ayrıca bu yeni sanatın Cezayir halkı arasında tanıtılmasına katkıda bulunmuştur. Bu gösterilerin tanıtım amacı ne olursa olsun, aslında onlar Cezayirli sinema sanatıyla tanıştırmak, geleceğin bir dizi Cezayirli film yapımcısına hizmet etmektedir (Karima, 2013: 33). Cezayirli, film amatörlerinin başka bir kategorisinin varlığına ek olarak, Fransızların yönettiği sinemadan farklı sinematik gösteriler sunmaya çalışmaktadır. Örneğin Cezayir'in doğal yaşamı, güzel manzarası ve Cezayir'in sokakları filmlerde sahne olarak kullanılmaktadır. Ancak bu sahnelerin sadeliğine rağmen, onlara sunulduğunda Fransızlar üzerinde derin bir etki bırakmakta ve uluslararası kamuoyunda tartışmalara yol açmaktadır (Kadour, 2009: 34).

4. Devrim Sırasında Sinema

Cezayir Devriminin başlaması ve Cezayir halkının sinemanın propagandadaki önemini farkında olması ve talan edilen halkların haklarını savunmasıyla, Cezayir sineması halkın kurtuluş mücadelesinde önemli bir rol oynadığı ilk adımlarını düzgün bir şekilde atmaya başlamaktadır. Cezayir sineması Cezayir devrimi sırasında doğmuştur. Cezayir Kurtuluş Ordusu

ekipleri, birçok sinematografik gazete ve belgesel filmler yapan askeri bir sinema departmanı kurmuştur. Bu kuruluş Ulusal Kurtuluş Cephesi'ne bağlı ilk sanat grubu olarak işlev görmüştür (Abdelkader, 2001: 137).

İlk Cezayir film okulu, 1957'de Ulusal Kurtuluş Cephesi destekçisi Fransız yönetmen René Vautier'in gözetiminde kurulduktan sonra 1959'da René Vauthier ünlü filmi *L'Algérie en flammes*'i yönetmiştir. Bu okul birkaç belgesel yapımına da katkıda bulunmuştur. Bu dönem aynı zamanda ilk Cezayir filminin de yapıldığı görülmüştür. Bu filmler savaş alanını tasvir eden ve askeri operasyonlar yansıtan özellikleri yanında mücahidlerin yaşamları konu edinmektedir. Editöryal sinema, savaş alanının canlı ve gerçekçi görüntülerini sunarak devrimde etkili bir rol oynamayı başarmaktadır. Cezayir'de neler olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca sömürgecinin gerçek yüzünü de göstermektedir. Fransızlar iddialarının aksine, Cezayirliye karşı gerçek bir yıpratma savaşı yürütmüştür (Fatima Alzhra, 2019: 313).

1960-1961'de devrim sinemanın gelişmesini ve örgütlenmesini gerektirmiştir. Cezayir Cumhuriyeti Geçici Hükümeti ile bağlantılı bir sinema komitesi kurulmuştur. Geçici Hükümetin Film departmanı da kurulmakta ve son olarak, Ulusal Kurtuluş Ordusu'nun bir sinema departmanı kurulmuştur (Alexan, 1982: 218). Bu aşama, silahlı mücadele doğrultusunda ilk Cezayir filmlerinin başarısına işaret etmektedir. Bunlar Cezayir'deki Arap halkının ulusal kurtuluş ve bağımsızlık için silahlı mücadelesini sürdürdüğü bir dönemde yapılmış filmlerdir. Bu filmler çok zor koşullarda ve sınırlı mali imkanlarla çekilmekte ve üretilmektedir. Aynı zamanda bu filmler tecrübeli olmayan yönetmenler tarafından yapılmaktadır. Ancak bu filmler yaşanan döneme gerçek anlamda tanıklık etmekte ve bu zor aşamanın somut bir kanıtını ortaya koymaktadır (Habiba ve Sawsen, 2015: 51):

Sakiet Sidi Youcef filmi: 1958 yapımı, Pierre Clémon tarafından yönetilen bir kısa filmidir. *Mülteciler* filmi: 1958 yapımı, yapımcılığını ve yönetmenliğini Pierre Clémon'un yaptığı kısa filmidir.

Cezayirimiz filmi: Sachaverni'nin 1947'de yönettiği filmin (Cezayir Özgürlüğü) resimlerine dayanan uzun metrajlı bir filmidir.

Sekiz yaşındayım filmi: 1961'de çekilen, Jan, Olga Lomasson ve Ronet Vauthier tarafından yönetilen kısa bir filmidir.

Yasmina filmi: 1961'de çekilmiş ve yönetmenliğini Muhammed Al-Akhdar Hamina'nın yaptığı ortalama bir filmidir.

5. Bağımsızlıktan Sonra Cezayir Sineması

Cezayir sinemasında daha sonra toplumun acılarını, çelişkilerini, umutlarını ve hayallerini taşıyan geçiş aşaması olan bağımsızlık sonrası aşama gelmektedir. Sinema sömürgecilik bittikten sonra özgür ve bağımsız hale gelmektedir. Yıllarca süren yoksunluk ve sefaletten sonra yönetmenler ve senaristler bireylerin yaşadığı psikolojik birikimlerin sosyal olarak ele alınmasına odaklanmaktadır. Öte yandan Cezayir sineması bağımsızlıktan sonra halkın özlemlerini yerine getirecek kültürel ve ideolojik bir stratejiye ulaşacak bir sinema üssü kurma ve hazırlama sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Çünkü savaş sonrası Cezayir'in genel durumu kötüydü, bu nedenle Cezayir sinema sektörünü geliştirmede geride kalmıştır. Ancak tüm bu engellere rağmen Cezayir sineması devrimi yücelten ve savaşın kalıntılarıyla ilgilenen filmler üretmeye devam etmiştir (Karima, 2013: 42).

Kültür Bakanlığı istatistiklerine göre 1957-1980 arası 194 uzun ve kısa film yapılmıştır. Cezayir'de 137 haber filmi çekilmiş ve bu dönemde tamamlanan toplam 387 film ve kaset üretilmiştir. İçlerinde sosyal filmler %23 civarında yer tutmaktadır. Siyasi içerikli filmlere gelince, üretilen filmlerin toplamında %21'ini temsil etmektedir, Tarihi filmler % 15'i oluştururken, ekonomik konular %12, kültürel konular %10 ve %7'si de teknik sorunlarla ilgilenmiştir. Kullanılan dile gelince, Arapça tüm eserlerde kullanılan dilin % 84'ünü oluştururken, Fransızca %13 ve sessiz kasetler ise %3 olarak görülmektedir (Karima, 2013: 43).

Bu sayı yıkıcı bir savaştan çıkan bir ülke için kabul edilebilir görülen bir üretimdir. Bu filmlerin arasında (Ahmed Baghalia, 2018: 20) :

Une si jeune paix filmi 1965 yapımı, Rachid Bouchouchi'nin yapımcısı ve Jacques Sharbi tarafından yönetilmiştir.

La nuit a peur du soleil filmi 1965 yapımı Mustafa Badie tarafından yönetilmiştir.

L'aube des damnés filmi 1965 yapımı, Ahmed Rachedi tarafından yönetilmiştir.

Le vent des aures filmi 1966 yapımı, Muhamad al'akhdar hamina tarafından yönetilmiştir.

La voie filmi 1968 yapımı, Mohamed Salim Riad tarafından yönetilmiştir.

6. Filmlerin İncelemesi

Hiç şüphe yok ki sinema gerçeği yeniden şekillendirmekte ve kısa sürede görüntü estetiğinden ve yönetmenin yaratıcılığında keyif alan izleyiciye sunmaktadır. Çoğu durumda, sinematik görüntünün ideolojik sonuçlarını gözden kaçırmaktadır. *L'Opium et le Bâton* ve *Cezayir Bağımsız Savaşı* filmleri, Cezayir devriminin sinematik tarihini her biri kendi

tarzıyla anlatmaktadır. Cezayir devriminin bu iki film aracılığıyla nasıl yansıtıldığı sorunu burada gündeme getirilmeye çalışılmaktadır.

7. L'Opium et le Bâton Filmin İncelemesi

7.1 Filmin Künyesi

Yönetmen: Ahmed Rachedi

Öykü: Mouloud Mammeri

Oyuncular: Marie-José Nat, Sid Ali Kouiret, Mustapha Kateb, Rouiched, Brahim Hadjadj, Jean-Claude Bercq.

Film müziğinin bestecisi: Philippe Arthuys

Türü: Dram, Aksyon, Tarihi

Yapım yılı: 1971

Ülke: Cezayir

Süre: 2s 15dk

Dil: Arapça ve Fransızca

7.2 Filmin Yönetmeni Hakkında

Ahmed Rachedi, 1938'de Cezayir'in doğusunda Tebessa şehrinde doğmuştur. 1954'te kurtuluş hareketine katılmış, Fransız edebiyatı, tarihi ve sineması okumuştur. Cezayir Ulusal Kurtuluş Cephesi için çalışan Fransız yönetmen René Vautier ile sinemaya başlamıştır. Cezayir'in 1962'deki bağımsızlığından sonra ilk görsel-işitsel merkezin başına geçmiştir (Abdel Nour ve Muhammed, 2016: 147). Cezayir Devriminin olaylarını ele alan bir dizi ünlü film yapan bir yapımcı, senarist ve film yönetmenidir. *L'Opium et le Bâton* ve *L'Aube des Damnés* filmleri, 1965'te Carlo Vivari Festivali ödülünü kazanmıştır. 20'den fazla kurmaca ve belgesel filmin yönetmenliğini yapmış ve birçok Cezayir filminin yapımcılığında yer almıştır (Sarah, 2014: 95).

7.3 Filmin Özeti

Film, Cezayir'de bir köyün sakinlerinin hikayesini ve direniş sırasındaki günlük hayatlarından sahneleri göstermektedir. Filmin olayları, Kurtuluş Cephesi'nin daveti üzerine Doktor Beşir Azrk'ın başkenti terk edip memleketinde dağlarındaki devrime katılmasıyla başlar. Köyün sakinleri ile birlikte devrimci çalışmalarda bulunmak için kardeşi Ali'ye katılır (Aourida Abboud, 2020: 157). Hikâyede iki taraf var: Aralarında Beşir ve kardeşi Ali olan Cezayir direniş tarafı ve ikinci taraf ezici zafer arzusundan dolayı direniş savaşçılarıyla yüzleşmek için etkili olduğu bilinen acımasız yöntemlerin kullanılması arasında işgal güçlerinin cephesidir. Filmde savaş görüntüleri ile art arda gelen, şiddet, kan ve bazen çok yoğun olarak savaşın acımasız değişimleri görülmektedir. Mücahidler Fransız işgalciye karşı tuzak kurmaktadır. Bu durum Fransızları intikam almak ve mücahitlerin mekanlarına ulaşmak için köy sakinlerini toplayıp işkence etmeye götürmektedir. Filmin sonunda köy bombalanır ve Ali öldürülür, ancak köyün sakinleri yolculuğuna devam eder özgürlüklerini almaya çalışırlar (Abdel Nour ve Muhammed, 2016: 148).

7.4 Filmin Analizi

7.4.1 Filmde Yönetmen Tarafından Cezayir Devrimi Nasıl İşlenmiş

L'Opium et le Bâton filmi halkların kendi kaderini tayin hakkını ele almaktadır. Ayrıca savaşlar ve silahlı çatışmalar sırasında insan hakları yanında, film savaş sırasında bir Cezayir köyünün yaşadığı gerçekleri göstermektedir. Kasım Devriminden sonra yaşanan olayların filmidir. Filmin başlangıcı başkentte başlamakta, olayların geri kalanı köyde geçmektedir. Filmin önemli güzelliği, köyün sakinlerinin sembolik tasviridir. Devrimcilerin bireysel kahramanlıklarının aksine kolektif bir kahramanı oluştururlar, sanki köy devrimciler olmadan yok gibidir. Asıl kahraman halktır.

Filmin ana karakteri Doktor Beşir'in kardeşleri Ali ve Belaid ile dolaylı bir ilişkisi görülürken, kız kardeşi "Faroudja" ve annesi ile dolaysız bir ilişki dikkat çekmektedir. Beşir şehirden izole edilmiş dağlık bölgelerde bulunan ve açlık çeken köyüne dönmüştür. Bu Beşir ile ailesi, annesi ve kız kardeşi arasında eve döndükten sonra çocuğun açlıktan ağladığını duyduğunda meydana gelen diyalogdan anlaşılır. Köylüleri aşağılamayı ve onları boyun eğdirmeyi amaçlayan sömürge politikasıdır.

Sarhoş Belaid Fransız komutanın saflığını mücahidlere yardım etmek için kullanmıştır. Görünüşte ordunun bir ajanıdır, ancak gerçekte Kurtuluş cephesine yardımcıdır. Ali'ye gelince, özgünlüğü ve değerleriyle aşlanmış, abartıyı ve adaletsizliği reddeden, olaylar patlak verdiğinden beri devrime katılan ve köy işlerine ilgi duyan bir vatandaşır.

Al Tayeb'e gelince, hain ve sömürgeciliğin ajanı, Fransız rejimine sadık, Fransızlarla yanında yer alan bir karakterdir. Köy halkını aşağılamanın sebebi olarak verilmektedir. Bu mücahidler hakkında bilgi vermek için sorgulama yöntemiyle kanıtlanmıştır. Aşağılama bir çocuğa taşınması ve yemesi için ekmek atmak noktasına gelmiştir. Ancak çocuk onu yerden alıp öpmekte ve taşa koyup kaçırmaktadır.

Direniş merkezinde "Ali" ye eşlik eden, Cezayir davasına inanan ve yardım etmek isteyen Fransız askerinin, yaptığı ilk şey Ali'nin özgürlüğüne yardım etmek olmuştur.

Yönetmen Ahmed Rachdi tecrit ve yoksulluğuna rağmen sömürgeciyle karşı karşıya kalan köy ile temsil edilen Cezayir kırsalını canlandırmaktadır. Vatandaşları bölgenin dağları gibi duran Sabri'lilerdi. Açlık ve işkence politikasına rağmen sömürgeciye boyun eğmemektedir. Yönetmen kurnazca köy ve sakinleri arasındaki derin bağı vurgulamıştır. Filmin en güzel sahnelerinden biri "Ali" yi öldürme yöntemine karşı Fransız subayın aşağılanması, Ali'nin boyun eğmemesi ve uğruna çabaladığı bir amaç için ölümü kabul etme cesareti olarak verilmektedir.

7.4.2 Filmin Aktardığı Mesajlar

Film, kendisini devrim sırasında her Cezayir vatandaşının günlüklerini belgeleyen anlatı olaylarıyla sınırlamamaktadır. Aksine onu devrimin başarılı olması için gerçekleşen planlamaya bağlamaktadır. Bu planlamanın yönlerinden biri, Beşir'in devrimin çağrısına verdiği yanittir. Başkentte doktor ve eğitilmiş bir kişi olduğu gerekçesiyle yaşadığı lüks hayatı terk ettiğinde memleketine karşı tutumunu ve Cezayirli bireyin cesaretini somutlaştırmıştır.

Filmde yönetmen Ahmed Rachedi, sömürgecilikle yüzleşmek için dağdaki devrime katılmak için halkın tüm üyeleri arasında gerçekleşen iletişim sürecini göstermektedir. Köy sakinleri de kurtuluş uğruna güçlerini toplamak ve saflarını birleştirmek için çalışmaktadır.

L'Opium et le Bâton filminde tüm Cezayirli karakterler dağlar kadar güçlü görünmektedir. Al Harka (Fransa ile iş birliği yapan Cezayirli) yönetmen tarafından filmde köpek gibi ölümler şeklinde tasvir edilmektedir.

Kahraman için model olarak Ali ölümden korkmayan ve Cezayir uğruna ve ülkenin bağımsızlığı için her şeyi değiştiren Cezayirli devrimci figürü olarak temsil edilmektedir. Ali'nin meydanda idam edilmesi gören herkes bu devrimcinin bölgeye sunduğu şeyden gurur duymaktadır. Erkekler ve kadınlar Tekbire başlamaktadır. Sadece bu da değil, açlığına ve susuzluğuna rağmen Fransızların kendisine sunduğu ekmeği reddeden çocuk vardır. Bu tasvir, yönetmen Ahmed Rachedi'nin devrimi bildiğini ve yaşadığını göstermektedir. Filmde burada her türlü koşula meydan okuyan cesaretli kadını öne çıkarmakta ve köy koşullarının şehir koşullarından daha zor olduğunu söylemektedir. Filmde yönetmen, Faroudja'nın cesaretini göstermiştir.

Film olayların, devrimci performansın ayrıntılarının yanı sıra işgalcinin politikasına, onu bastırma yöntemlerine ve bununla nasıl yüzleşeceğine dair içgörülü bir bakış açısı sunmaya çalışmaktadır. Ayrıca, film devrim sırasında işgal güçlerinin işledikleri suçlar karşısında başta eğitilmiş olanlar olmak üzere toplumun tüm sınıflarının rolünü yansıtmıştır. Film işgalcinin zorbalığını, işkence yöntemlerindeki yasadışılığı, açlık politikasını, toprağı yakıp köyleri havaya uçurmasını yansıtan tarihi bir destandır. Bütün bunlar mücahitlerin ve köy insanların ve kahramanlarının yaşadığı bir gerçektir.

7.4.3 Filmde Kullanılan Sinema Dili ve Çekim Çevresi

L'Opium et le Bâton filminde yönetmen Amerikan yapımı filmler gibi etkileyici aksiyon veya savaş sahnelerinin olduğu birçok hareketle dikkat çekmeye çalışmıştır. Film tartışmasız vatansever bir bakış açısı sunmasının yanı sıra heyecan verici bir sinema duygusu da yaşatmaktadır. Özellikle geçmişe şimdikinden daha fazla maruz kaldığı için, sinematik olarak filmdeki imge gerçekliğin birçok yönüne sahip bir yaklaşım sergilemektedir. Ön planda hareket ve ses olan bununla birlikte sonunda kurgusal bir imge olarak kalır ve filmi sanat yapan şey burada yatmaktadır.

Film, Cezayirli bireyin devrim sırasında günlük yaşamına ve detaylarına odaklanan geniş ve yakın çekim açılardan sahneler içermektedir. Genel ve uzaktan çekim açıları köyün ve dağın panoramasını güçlü ve etkili vermektedir. Örneğin filmin başladığı açılış çekimi genel çekim ölçeği ile çekilerek ana karakter Beşir'in başkentteki evinden görüntüler sunmaktadır. Bu görüntüler Beşir'in başkentteki evindeki lüks yaşamı sanki bir sömürge ülkesinde yaşamıyor gibi göstermektedir. Bu genel sahne Beşir başkentte yaşadığı evle ailesinin köyde yaşadığı ev arasındaki kimlik farklılığını yansıtmaktadır. Birinci mekân başkentte güzel ve rahat bir hayatı göstermektedir. İkinci mekân köyde Cezayirli ailenin sömürgeciliğin baskı ve zulmünün bir sonucu olarak kırsal kesimde yaşadığı korkunç gerçeğini ortaya çıkarmaktadır.

Çok yakın çekim açıları ise Ahmed Rachedi filminde nesnelere ve detayları vurgulamak için kullanılmaktadır. Bu abartı izleyiciyi olayların dehşetine ve marjinal görünen kısımlara yakından bakma zorunluluğuna sürüklemektedir. Filmde bu görüntüler köy sakinleri önünde şehit düşen savaşçı Ali'nin öldürüldüğü sahnede daha çok ortaya çıkmaktadır. Kamera

çekim açısı sabittir ve Ali'nin yüzüne çok yakındır. Sömürge askerleri tarafından öldürülmeden önce gülümsemektedir. Bu sahneler filmdeki heyecan verici ve çekici unsurlar olarak izleyiciye sunulmaktadır.

7.4.4 Kültürel ve Sosyal Özgüllük

Köy sakinleri, bölgenin özgünlüğü ve köy sakinlerinin yaşadığı sosyal durumu gösteren geleneksel kıyafetler içinde görülmektedir.

Filmde zeytin ağacının kullanımında çift anlam vardır. Zeytin ağacı köy halkının geçim kaynağı olarak kabul edilmektedir. Zeytin ağaçlarının Fransızlar tarafından kesilmesi, Fransa'nın Cezayirlileri açlıktan öldürmek için benimsediği açlık politikasını göstermektedir. Cezayir geleneklerinde yer alan zeytin ağacı, bölgedeki insanların köklerini ve toprağa bağlılığını göstermektedir. Zeytin ağacı; sebat, hayatta kalma, cömertlik, geçmişe uzantı ve köklerdir. Cezayir davasını gösteren sembolik bir işarettir.

Film, Cezayir halkının kültür ve geleneklerinin bir parçası olarak kabul edilen bazı davranışlarını göstermiştir. Bu davranışların en önemlilerinden biri, çocuğun ekmeği yerden alıp ve öpüp, taşa koymasındır. Bu da Cezayir'de iyi bilinen ve yaygın bir davranıştır.

4. La Bataille D'Alger "Cezayir Bağımsızlık Savaşı" Filmin incelemeesi

8.1. Filmin künyesi

Yönetmen: Gillo Pontecorvo

Oyuncular :Saadi Yacef, Brahim Haggiag, Jean Martin, Samia Kerbash, Fusia El Kader, Mohamed Ben Kassen.

Film müziğinin bestecisi: Gillo Pontecorvo, Ennio Morricone

Senaryo: Franco Solinas, Yacef Saadi'nin kitabından

Görüntü Yönetmeni: Marcello Gatti

Türü :Dram, Savaş, Tarihi

Ülke: İtalya, Cezayir

Yapım yılı : 1966

Süre :2s 1dk

Dil: Arapça ve Fransızca

8.2. Filmin Yönetmeni Hakkında

Gilo Pontecorvo 1919'da İtalya'da doğmuştur. 2. Dünya Savaşı sırasında gazetecilik okumuştur. Ardından ilk sinema deneyimi olan 1957'de "Scarcio" filminde yönetmen yardımcısı olarak sinemaya başlamıştır (Ahmad ve Akram, 2015: 2).

Gilo Pontecorvo, Cezayir savaşı olaylarından derinden etkilenmiş ve bu çatışmayla ilgili uzun bir film yapmak istemiş, ancak savaşın bitiminden üç yıl sonra, Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin askeri liderlerinden Yasif Saadi'nin kendisine savaş günlerinden anılarına dayanan bir film çekmesini teklif ettiği zamana kadar bu isteğini başaramamıştır (Djaoudet, 2017: 66).

8.3. Filmin Özeti

Film 1954 ve 1957 yılları arasındaki mücadele döneminde geçmektedir. Film, 1957 yılında Cezayir'in başkentinde Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin liderlerinden Ali La Pointe'nin, Fransız komutan Philip Mathieu ve askerleri tarafından saklandığı yerde bulunmasıyla başlamaktadır. Daha sonra 1954 yılına yani Cezayir direnişinin başladığı yıla geçer. Olayların başladığı yerden Ulusal Kurtuluş Cephesi, sömürgeci güce karşı direnişini yükseltmektedir. Fransa da direnişi yok etmek adına terör yöntemlerine başvurmaktadır. Djafer, Ali La Pointe ve diğer mücahitler ulusunun bağımsızlığı için mücadele eden Cezayirli gerilla liderleri olarak verilmektedir.

Film, Cezayir'de şehir savaşı ve Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin başkent içinde Fransız ordusu tarafından bastırılmaya çalışılması, belgesel tarzında çekilen bombalamalar, gösteri yürüyüşleri, sekiz gün süren genel greve dair görüntüler ile bu grev direnişini kırmak için Fransızların Cezayir halkına uyguladığı işkenceleri göstermektedir. Djafer, Ali LaPointe, Hassiba Ben Bouali ve küçük Ammar'ın yakalanmaları ve öldürülmeleri ile film "İstiklal, İstiklal, İstiklal" diyen Cezayir halkının 2 Temmuz 1962'de Cezayir'e bağımsızlığını getiren kitlesel gösteri görüntüleriyle sona ermektedir.

8.4. Filmin Analizi

8.4.1. Filmde Yönetmen Tarafından Cezayir Devrimi Nasıl İşlenmiş

Cezayir Bağımsızlık Savaşı filmi, aralarında Ali La Pointe, Hassiba Ben Bouali, Al Arbi Ben Mahidi, Yassif Saadi ve küçük Ammar'ın da bulunduğu Cezayir devriminde kilit rol oynayan gerçek karakterleri içermektedir. Yönetmen Pontecorvo'nun başarı kazanmasındaki önemli katkısı bu gerçekliği oldukça iyi kullanmasıdır. Bu film, başkentte, özellikle Kasbah mahallesinde meydana gelen olayları yeniden inşa etmektedir. Fransız işgaline karşı Ulusal Kurtuluş Cephesi liderliğindeki Cezayir halkının önderliğindeki kurtuluş savaşı filmin temel teması olarak işlenmektedir. Film özellikle gerillaların başkentte sömürge güçlerine karşı gerçekleştirdiği saldırıları anlatmaktadır.

Filmin başında Fransız askerleri tarafından yapılan acımasız işkenceye teslim olduktan sonra korkmuş ve dehşet içinde görünen Cezayirli bir mücahid verilmekte ve onlara Ali La Pointe ve arkadaşlarının nerede olduğunu anlatması gösterilmektedir. Yönetmen bu sahnede bir mücahidi zayıf haliyle göstererek Fransız sömürgeciliğinin adaletsizliğini ve vahşetini dile getirmekte ve yüzlere yansıyan korku aktarmaktadır. Bu mücahidin acıya gösterdiği sabırdan vazgeçmesine neden olan acımasız fiziksel işkence yöntemlerini filmin anlatımına ek olarak verilmekte ve itiraf etmeye zorlanması gösterilmektedir. Bu Fransa'nın uygulamış olduğu işkencenin ciddiyetini, yaşanan durumun felakete dönüşen savaşıçı vizyonu, işkence yöntemleriyle korkutarak Kasbah sakinlerine iletmek istediği mesajın bir ifadesi olarak verilmektedir.

Hemen ardından kamera izleyiciye Ali La Pointe ve arkadaşlarını Kasbah mahallesindeki Fransız işgal askerleriyle çevrili alanda gizlenmesini gösteren başka bir sahneye götürmektedir. Bu sahne kahraman Ali La Pointe'nin arkadaşlarıyla birlikte psikolojik durumunu anlatmaktadır. Ali La Pointe ile birlikte bir kadının ve küçük bir çocuğun acımasız bir biçimde ölümü, devrime son vermek için izlenen sömürge politikasının çirkinliğinin kategorik bir göstergesidir. Hapishanede kendisine eşlik eden mücahidlerden birinin idam cezasının infazını ileten fotoğrafa ek olarak, mücahidin giyotine zorla sürüklendiği sahne, Cezayirliye uygulanan şiddet ve işkencenin açık bir göstergesidir.

Ali La Pointe ve arkadaşlarının birlikte şehit edildiği sahnenin ardından, yönetmen 1954 yılında başkent sokaklarını ve Kasbah mahallesinde yaşananları göstermiştir. Daha sonra yönetmen Başkentte gerilla eyleminin başlangıç sahnelerini vermektedir.

Yönetmen filmde, Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin Fransız sömürgeciliğine karşı yürüttüğü birçok gerilla eylemini göstermektedir. Bu durum işgal güçlerinin başkent mahallelerini yağmalamasına ve Cezayirliye yaşadığı birçok sokağı kapatmasına neden olmaktadır. Sömürge güçleri ayrıca, yaralar ve yaralanmalar için ilaç ve malzeme satışını önlemek de dahil olmak üzere çeşitli keyfi önlemler almaktadır. Daha sonra yönetmen onu bastırmak ve Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin gerilla eylemini ortadan kaldırmak için Fransa'nın acımasız politikasını göstermeye yönelmektedir. Yönetmen bize 1957'de Fransız sömürge hükümeti tarafından devrime son vermek için kurulan lider Philip Mathieu'nun gelişini göstermektedir. Bu genel olarak Cezayirliye ve özelden Ulusal Kurtuluş Cephesi liderleri üzerinde korku ve psikolojik baskıyı artırmaktır.

Ayrıca Fransız askerleri gerilla hareketine katılan Cezayirli kadınları diğer Fransız kadınlardan ayırmak için filmde ortaya çıkan kadınların görünüşlerini dönüştürmede temsil edilen sıkı bir strateji izlemektedir. En korkunç görüntüler arasında, polis şefinin gece Kasbah mahallesine sızması ve Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin planladığı bombalama eylemlerine karşı intikam almak için bombalardan birini yerleştirmesi verilmektedir. Kasbah'ın bombalması birçok kişinin ölümüne neden olmaktadır. Ancak Kasbah sakinleri arasındaki dayanışmayı ve sinerjiyi, izlediği keyfi politikanın Cezayirliye kararlılığını ve devrim etrafında toplanmalarını engellemediğine dair Fransa'ya bir mesaj olarak somutlaştıran başka bir görüntü ortaya çıkmaktadır.

Bir sonraki sahne Cezayirliye sömürgeciliğe keyfi muameleyi ve topraklarından çekilme talebini protesto etmek için düzenledikleri sekiz günlük grevin gerçeklerini anlatmaktadır. Şiddetin tezahürlerinden biri olan film, Cezayir halkını, mağazalar ve dükkanlar açarak, rastgele tutuklayarak Cezayir halkına karşı yürütülen grevi iptal etmeye zorlama ve işe başlamaları için baskı kurma gibi keyfi yaklaşımları göstermektedir. Bu, Fransa'nın devrimin yankılanmasının tüm Cezayir ülkesini kapsayacak şekilde genişleyeceğinden korkmasının bir kanıtı olarak sunulmaktadır.

Yönetmen, filmin son bölümünde komutan Mathieu'nun yaptığı işkence ve sindirmede somutlaşan şiddet ve suç politikasının nihai sonucunu göstermiştir. Bunlardan en önemlisi tutuklanan mücahidleri ağır şekilde acımasız işkenceye maruz bırakmaktır. Bunların arasında filmin başında ve sonunda ortaya çıkan mücahitler de vardır. Ali La Pointe'nin Hassiba Ben Bouali ve küçük Ammar eşliğinde saklandığı görüntüsü, genel olarak Cezayirliye ve özel olarak Mücahidlerin yaşadığı adaletsizlik ve mahrumiyeti ifade etmektedir. Filmin sonu yönetmenin Cezayir halkının başkentteki Fransız işgal ordusuyla çatışmasını tasvir etmek istediği genel bir fikri ve Cezayir halkının bağımsızlık elde etme konusundaki büyük arzusunu yansıtmaktadır. Bu işgal öldürülen Cezayirliye sayısıyla gösterilmiştir ve yine de gösteriler sürmektedir. Yönetmen küçük veya yaşlı, kadın veya erkek ayrımı yapmadan rastgele ateş eden sömürgecinin vahşetini canlandırmaktadır.

8.4.2. Filmin Aktardığı Mesajlar

Filmde Yönetmen, mücahitler, kadınlar ve erkekler tarafından yürütülen gerilla operasyonlarını göstermektedir. Filmde mücahitlerin cesaret ve kahramanlıkları, mücahidleri destekleyen Kasbah sakinlerinin cesaretleri anlatılmaktadır. Ayrıca

film Fransa'nın kurtuluş devrimini ortadan kaldırmak için uyguladığı acımasız ve insanlık dışı yöntemleri canlandırmıştır. Öte yandan bu film Cezayir devrimini ve zaferini tanıtmak ve bunu sömürgeciye karşı gerçek bir cihat değil, sadece restoranlara, kafelere ve stadyumlara bomba yerleştirmek için yapıldığına dair dünyanın yargılamasını sağlayacak şekilde göstermek istemiştir. Filmde görüldüğü üzere Fransızlar Cezayirlilerden daha onurlu verilmektedir. Fransız askerleri teftişlerin yanı sıra devrimi bastırmaya çalışmaktadır. Ancak Cezayir mahallelerinde bombalama olaylarını sadece gizli örgüt Ulusal Kurtuluş Cephesi gerçekleştirir. Bu noktada devrimin minyatürleşmesi gösterilmiştir.

Filmde Fransız komutan Mathieu'ya karşı bir yüceltme ve Al Arbi ben Mahidi'ye karşı ise bir küçümseme gözlenmektedir. Al Arbi Ben Mahidi Cezayir devriminde önemli bir rol oynamıştır. Al Arbi Ben Mahidi'nin zengin tarihine rağmen, yönetmen Al Arbi Ben Mahidi'yi filmde önemsiz bir kişi olarak tasvir etmiş ve ne cesareti olan ne kurnaz ne de düşüncesi olan bir devrimci olarak göstermiştir. Fransız generale gelince, yönetmen bize hayatını ve kahramanlıklarını, Fransızların onu nasıl karşıladığını anlatmıştır. Yönetmen bunu kullanılan görüntülerle göstermiştir.

Cezayir'i çarpıtmaktan başka yönetmenin yaptıklarına gerek görmemekle birlikte, yönetmen, Cezayirlilerin para için fuhuş yaptığını göstermektedir. Ayrıca Ali La Pointe, insanların mallarının ticaretini yapan Cezayirli kişinin kasabasını arındırmak için gelmiştir. Aynı zamanda Cezayirliyi çok çarpık bir görüntü içinde göstermekte ve böylece devrime yardım etmekten çok zarar vermektedir. Bu bağlamda İtalyan yönetmenin filmde izleyiciyi hikayesine yönlendirmeye çalıştığı söylenebilir. Bunu filmin süreci boyunca özellikle Djafar'ın komutan tarafından yakalanmasında ve ondan sonra Ali La Pointe şehitliği ardından fark ettiğimiz yerdedir. Yönetmen izleyiciye bu olaylarla 11 Aralık gösterilerine atlatmakta ve sonra Cezayirlilerin sokağa çıkmalarını göstermektedir. Burada da yönetmen izleyiciye devrimin gösterilerden sonra geldiğini ve kadınların ve erkeklerin sokaklara döküldüğünü göstermeye çalışmaktadır. Filmde bir yönerge sürecinin kullanıldığı görülmektedir.

Cezayir devriminin görkemli tarihine ve mücahitlerin Cezayir'in kurtuluşu uğruna feda ettiği her şeye rağmen, İtalyan yönetmenin Cezayir devrimini küçülttüğü yönünde başka bir görüş bulunmaktadır. Bu noktada, bir bebeğin bomba patlamadan önce yakından görüntüsü ve bomba patladıktan sonraki görüntü ile anlam çıkarmak mümkündür. Ulusal Kurtuluş Cephesi sadece masumları hedef alır izlenimi yaratmaktadır. Filmde adı geçen operasyonların neredeyse tamamı, polisin hedef aldığı bazı operasyonlar dışında masum insanları hedef almaktadır.

8.4.3. Filmde Kullanılan Sinema Dili ve Çekim Çevresi

Kasbah sakinlerin yaşamlarında ortaya çıkan gizemi ve kafa karışıklığını belirtmek için sahnelerin çoğu geceleri çekilmiştir. Yönetmenin, bombaları hazırlayıp operasyonlarını planlarken mücahitlerin psikolojik durumunu anlatmak için gölge teknolojisine güvendiği gün boyunca iç mekanlarda çekilen sahnelerde bile görülmektedir. Filmde kullanılan müziğin çoğu karamsar, bir yandan üzüntü, korku, acı ve yoksunluğu göstermekte, diğer yandan, coşkulu müzik, vatani savunmak için düşmanın cüretini ve yüzleşmesini göstermektedir.

Yönetmen diyaloga fazla odaklanmamış, ancak sessizliğe güvenmiş ve görüntünün ifadesine yer bırakmıştır. Karakterlerde beliren korkutucu sessizlik, özellikle filmin son sahnesinde sığınak içinde hüküm süren korkunç sessizlik verilmektedir. Ali La Pointe'nin endişelerini arkadaşı Hassiba ve küçük Ammar için dile getirmiştir. Diyaloga gelince, filmin yönetmeni Ulusal Kurtuluş Cephesi mensuplarının kendilerine olan güvenini dile getirmekte ve sömürge güçleriyle konuşmaları sırasında göstermektedir.

8.4.4. Kültürel ve Sosyal Özgüllük

Film birçok sosyal ve kültürel değeri ifade etmektedir. Bunlar;

- Kasbahlı genç bir erkek ve kadının evlendiği bir düğün törenidir. Sessizliğin gölgelediği, şarkıların ve kutlamaların olmadığı bir atmosferde verilmektedir, çünkü savaşın yaşandığı ortamda bu mümkün değildir ve Cezayirli her türlü acımasız sömürgecilik yönteminde ölmektedir.
- Saflığı, iffet ve özgünlüğü simgeleyen Cezayirli kadınların geleneksel kıyafetleri (El Hayek).
- Cezayir halk pazarları, Cezayir toplumunun doğasını ve şehirlerdeki yaşam tarzını ifade eden sosyal ve kültürel bir fenomen olarak günümüzde hala var olan kaldırımlara yayılma verilmektedir.
- Cezayir halkı arasında en çetin durumlarda sinerji ve iş birliği bulunmaktadır. Kanıtlar, sömürge varlığını protesto etmek için Kasbahda gösterilerle sokağa çıktıkları ve ardından gösterilerin sokakları ve mahalleleri ile tüm başkenti kapsayacak şekilde genişlediğidir.

9. Bulgular ve Değerlendirme

Sinema sosyal ve ekonomik bir çevreden kaynaklanmakta, kendine has özellikleri ve avantajları olan bir politikadan destek almakta, ancak bütün bunlara rağmen tüm yönleri ve unsurları ile gerçekliğin yeniden inşa edilmesi biçiminde gerçekleşmektedir. Bu unsurlar için önemi olan bir konu seçmek, ardından sinematik içeriğe dayalı olarak konunun ideoloji ve sanatsal algısı gibi verilerle örtüşecek şekilde yeniden düzenlenmektedir. Makalenin girişinde verilen açıklama ile

Cezayirli yönetmen ile İtalyan yönetmenin Cezayir devrimini incelenen filmler üzerinden sunma biçimleri karşılaştırılırken, iki yönetmen arasındaki ortak noktaları ve farklılıkları görülmektedir. Ortak noktalara gelince, filmlerde gerçekçilik ele alınmaya çalışılmaktadır. Yönetmen Ahmed Rachedi ve yönetmen Pontecorvo, her iki filmde de Cezayir devriminin gerçek olaylarını, mücahitlerin yaşadığı yoksunluk, acı ve ıstırapın boyutlarını, Fransa'nın kurtuluş savaşı sırasında Cezayir'de işlediği suçları ve Cezayirli'lere uyguladığı acımasız işkence ve şiddet yöntemlerini olduğu gibi aktarmaya odaklanmaktadır.

Farklı noktalara gelince, *L'Opium et le Bâton* filminde, filmin başından sonuna kadar meydan okuma ve direniş gösterilmiştir. Yönetmen Ahmed Rashedi, Cezayir halkı ne kadar çok işkence görür ve öldürülürse, özgürlük konusunda daha güçlü ve ısrarcı olduğunu vurgulamıştır. O pes etmeyen ve davasını yarı yolda bırakmayan Cezayirlidir. Ayrıca Cezayirli kadın ve erkeklerin kahramanlığını yüceltir ve onların acımasız sömürgecilikten kurtulmak için nasıl direniş sergilediklerini göstermektedir. Aslında Cezayirli'lere karşı kirli bir savaş başlatan Fransa, bunun tersidir. Bu filmde mücahit örnek bir kahramandır, yönetmen Ahmed Rachdi sinematik çalışmasıyla kurtuluş savaşında halktan başka kahraman olmadığını doğrulamaktadır.

Cezayir Bağımsızlık Savaşı filmine gelince, filmde Yönetmen, mücahitlerin kadın ve erkekleri tarafından yürütülen gerilla operasyonlarını ortaya çıkarmaktadır. Filmde mücahitler cesaret ve kahramanlıkla anlatılmaktadır. Ayrıca film, Fransa'nın kurtuluş devrimini ortadan kaldırmak için uyguladığı acımasız ve insanlık dışı yöntemleri canlandırmıştır. Öte yandan filmi izlerken, filmin içinde gizli mesajlar taşıyan bazı sahneler görülmektedir. Burada yönetmenin göstermek istediği diğer taraf, editoryal devrimin değeri nedeniyle küçümseyen taraftır. Cezayir devrimini ve zaferini tanıtmak ve bunu, sömürgeciye karşı gerçek bir cihat değil, sadece restoranlara, kafelere ve stadyumlara bomba yerleştirmek için yapıldığına dair dünyanın yargılamasını sağlayacak şekilde göstermek istemiştir. Filmde görüldüğü şekli ile Fransızlar Cezayirli'lere daha onurludur. Mücahitlerin yaptığı gerilla operasyonları sadece masumları hedef alır. Bu durum yönetmen tarafından devrimin minyatürleşmesi olarak gösterilmiştir.

Her iki filmin biçim olarak karşılaştırılmasına gelince, *Cezayir Savaşı* filmi estetik ve sinematografik açıdan *L'Opium et le Bâton*'u geride bırakmaktadır. Bununla birlikte çalışmada, içeriğe odaklanılmaktadır, çünkü biçim izleyiciye hitap ederken içerik onun devrimi kavrayışını etkilemektedir.

10. Sonuç

Sinema, gerçekliği yeniden üretmek ve çeşitli olayları anlamak için önemli bir araçtır. Gerilim ve etki unsurlarını içerdiği için seyirci üzerinde güçlü ve geniş bir etkiye sahiptir. Ayrıca görsel ve işitsel duyuşsal verilerin bir karışımını ve koordinasyonunu oluşturma yeteneği bulunmaktadır. Sinema özellikle tarihsel konularda gerçeklerin ve olayların izleyiciye aktarılmasını benimseyen sanatlardan biridir. Cezayir devriminin tarihteki yeri göz önünde bulundurulduğunda, bu durum Cezayirli ve Avrupalı sinema yapımcılarının görüntüyü Cezayir devriminin olaylarını aktarmak için kullanmalarına izin vermiştir. İzleyiciler için birçok anlam ve örtük çağrışımlar taşıyan bu görüntü, onu birçok akademisyenin ilgi konusu haline getirmiştir.

Bu çalışmada, sinematik görüntünün genel olarak taşıdığı ideolojik boyutlardan bazıları, özellikle de Cezayir Devrimi ile ilgili filmlerin ortaya koyduğu ideolojik bağlantılar sorgulanmaktadır. Bu çalışma çerçevesinde ve etnografik içerik analizi yönteminin benimsenmesiyle Cezayirli yönetmen Ahmed Rachedi'nin *L'Opium et le Bâton* filmi analiz edilmiş ve İtalyan yönetmen Gillo Pontecorvo'nun *Cezayir Bağımsızlık Savaşı* filmi ile karşılaştırılmıştır. Sosyalizme doymuş bir İtalyan yönetmenin aksine devrimi yaşayan Ahmed Rachedi'dir. Cezayir Bağımsızlık Savaşı filmi bir yandan mücahitlerin fedakarlıklarını ve Cezayir'in kurtuluş arayışlarını ve Fransa'nın Cezayirli'lere yönelik kullandığı baskıcı ve işkence yöntemleri anlatmaktadır. Öte yandan, Cezayir devriminin bazı olaylarında bir çarpıtma görülmektedir. İçerikler aracılığıyla Cezayir devrimini çarpıtmıştır. Bunun sayesinde devrim, özellikle yabancı izleyiciye masum Fransızları hedef alan bir terörizm olarak sunulmuştur. *L'Opium et le Bâton* filmine gelince, film her Cezayirli'nin değer verdiği Cezayir Devrimine dair gerçekleri yansıtmaktadır.

Kaynakça

Abdelkader, Al-Tlemceni (2001). Funun alsinema, Almaclis alaala litakafa, Alhayaa alama lişun almatabia alamiriye, Alkahire.

(عبد القادر، التلمساني) ۲۰۰۱. فنون السينما، المجلس الأعلى للثقافة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة)

Abdelnour Boubaker ve Muhammed Al-Âmin Selam (2016). Suret alharki fi alsinema alcecairiye tahlil nasi semioloji li film L'Opium et le Bâton lilmokhrec Ahmed Rachdi, Muzakire lineyle şehadet master takasus sami basari, Camiat Al Arbi Ben Mehidi Oum Albouaki, Cezayir.

عبد النور بوبكر ومحمد الأمين سلام، ۲۰۱۶. (صورة الحركي في السينما الجزائرية تحليل نصي سيميولوجي لفيلم الأفيون والعصا للمخرج أحمد)
،راشدي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمي بصري

(جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر).

Abdelouhab, Bardek (2019). Al marahil altarihiye lil aflam alsinemaiye fi alcezayir, Macelet Al hiwar altakafi sayı (02):119-137.

عبد الوهاب، برددق (٢٠١٩). (المراحل التاريخية للأفلام السينمائية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، العدد ٠٢: ص١١٩-١٣٧).

Aboud, Aourida (2020). Tamatul altavra fi rivayet alafiyun ve alasa li Moulod Maamri, Macalet Al khitab, (01): 155-172.

(عبود، أوريدة) (٢٠٢٠). (تمثل الثورة في رواية الأفيون والعصا لمولود معمري، مجلة الخطاب، ١): ص١٥٥-١٧٢).

Ahmed, Baghalia (2018). İtıcahat alsinema almagaribiye almuasire kiraa fi bad elnamazij, Muzakire lineyle şehadet doktora, Kism alfunun aldramiye, Camiat Ahmed Ben Bela Wahran.

أحمد، بغالية (٢٠١٨). (إتجاهات السينما المغاربية المعاصرة قراءة في بعض النماذج، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، قسم الفنون الدرامية، جامعة أحمد بن بلة وهران).

Ahmad Boukhari ve Akram Boukсібatb (2015). Suret altavra alcezairiye fi alsinema dirasa tahliliye simioloji lifilm L'Opium et le Bâton ve La Bataille D'Alger, Camiat Cezayir 3.

أحمد بوخاري وأكرام بولقصبات، (٢٠١٥). (صورة الثورة الجزائرية في السينما دراسة تحليلية سيميولوجية لفيلم معركة الجزائر والأفيون والعصا، جامعة الجزائر ٣).

Alexan, Jan (1982). Alsinema fi alvatan alarabi, Kuveyt: Alem Yayınları, 3. Baskı.

(ألكسان، جان) (١٩٨٢). (السينما في الوطن العربي، عالم المعرفة للطباعة، الطبعة ٠٣).

Altheide, David, L (1996). Qualitative Media Analysis, America: Sage Publications, The United States of America.

Djaoudet, Jali (2017). Cihat alsinema alarbaa, Difafa litibaa ve naşr ve tavziaa, Birleşik Arap Emirlikleri.

(. جودت، جالي) (٢٠١٧). (جهات السينما الأربع، ضفاف للطباعة والنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة).

Fatima Alzhra, Tniou (2019), Ay davr Isinema alcezairiye fi aldifaa an alhuriye? Majelet Ulum alinsan ve almuctemaa, (01): 307-335.

(فاطمة الزهراء، تنيو) (٢٠١٩). (أى دور للسينما الجزائرية في الدفاع عن الهوية؟، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد ٠١، ص٣٠٧-٣٣٥).

Kadour, Djadi (2009). Altavra altahririye alkübra fi alsinema alcezayriye dirasa tahliliye takdiye, Baht lineyl şahadat doktora, Kism alfunun aldramiye, Camiat Wahran.

(. قدور، جدي) (٢٠٠٩). (الثورة التحريرية في السينما الجزائرية دراسة تحليلية نقدية. بحث لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الفنون الدرامية، جامعة وهران).

Karima, Mansour (2013). İtıcahat al sinema alcezairiye fi alulfiye altalita, Muzakire lineyle şehadet doktora tahusus funun dramiyе, Camiat Wahran.

(. كريمة، منصور) (٢٠١٣). (إتجاهات السينما الجزائرية في الألفية الثالثة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الفنون الدرامية، جامعة وهران).

Habiba Karaa ve Sawsen Akoujil, (2015). Suret altavra altehririye alkübra fi al sinema alcezairiye almuasire tahlil simiyoloji I film alkharcun ala alkanun, Muzakire lineyle şehadet master takasus sami basari, Camiat Al Arbi Ben Mehidi Oum Albouaki, Cezayir.

(حبيبة كراع وسوسن أقوجيل،) (٢٠١٥). (صورة الثورة التحريرية الكبرى في السينما الجزائرية المعاصرة تحليل سيميولوجي لفيلم الخارجون عن القانون، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي).

Sarah kataf (2014). Kitabet senaryo al aflam altarihiya min hilal ayina min alafam alcezairiye altavriye: "L'Opium et le Bâton", "Nava", "kanunsuzlar", "Zabana" dirasa tahliliye vasfiye, Muzakire lineyle şehadet master takasus sinema ve televizyon, Camiat Al Cezayir.

(سارة، قطاف) (٢٠١٤). (كتابة سيناريو الأفلام التاريخية من خلال عينة من الأفلام الجزائرية الثورية: الأفيون والعصا، "نوة"، "الخارجون عن القانون"، "زبانة" دراسة تحليلية وصفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص السينما والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة، جامعة الجزائر)



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2021. 6(1): 41-45.



Covid- 19 and Hi-Tech Global Lonely Village

Şebnem GÜR SOY ULUSOY ¹

*Istanbul Gelişim Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu*

Abstract

Human-computer interaction has emerged with the addition of computers to communication processes. The concept of human computer interaction was first used in 1983 by Stuart K. Card in The Psychology of Human Computer Interaction (Card, 1986). Considering the concept of human interaction, the process of human interaction with humans has been almost minimized with the Covid-19 issue. Human communication is not only physically beneficial, but also essential for mental health. Julianne Holt-Lunstad, a professor of psychology and neuroscience at Brigham Young University, in an environment she co-authored, it is clear that loneliness and social isolation are twice as harmful to physical and mental health than obesity (Walker, 2020). However, as a result of all this, the way of communication tend towards evolutionary change and transformation. With the combination of today's technologies with pandemic processes, the future will evolve into a completely virtual and a global world where the masses continue their communication and interaction through the virtual world.

Keywords: Covid-19, global village, high technology, distance education, online education.

Covid-19 ve Yüksek Teknolojik Yalnızlaşan Köy

Özet

Bilgisayarların iletişim süreçlerine eklenmesi ile insan-bilgisayar etkileşimi ortaya çıkmıştır. İnsan bilgisayar etkileşimi kavramı ilk olarak 1983 yılında Stuart K. Card tarafından The Psychology of Human Computer Interaction (Card, 1986) 'da kullanılmıştır. İnsan etkileşimi kavramı düşünüldüğünde, insanlarla insan etkileşimi süreci Covid-19 sorunu ile neredeyse en aza indirildi. İnsan iletişimi sadece fiziksel olarak yararlı değil, aynı zamanda ruh sağlığı için de gereklidir. Brigham Young Üniversitesi'nde psikoloji ve sinirbilim profesörü olan Julianne Holt-Lunstad, ortak yazarı olduğu bir ortamda, yalnızlık ve sosyal izolasyonun fiziksel ve zihinsel sağlığa obeziteden iki kat daha fazla zararlı olduğu açıktır (Walker, 2020). Bununla birlikte, tüm bunların bir sonucu olarak, iletişim biçimi evrimsel değişime ve dönüşüme yönelir. Günümüz teknolojilerinin pandemik süreçlerle birleşmesiyle gelecek, kitlelerin sanal dünya üzerinden iletişim ve etkileşimlerini sürdürdüğü tamamen sanal ve küresel bir dünyaya evrilecek.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, global köy, yüksek teknoloji, uzaktan eğitim, online eğitim.

© 2021 OMU

¹ Dr. Öğr. Üyesi, E-mail: sgorsoy@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3288-6857

1. Introduction

When Marshall McLuhan coined the Global Village concept, it was about the concept of a world connected by technology (McLuhan, 1992). This global village actually describes the isolation of people with technology. It appears as an escape from human loneliness, imprisoning himself in front of a computer and traveling in the real world with a virtual avatar. Covid-19 created this new world stuck between virtual and reality. No matter how small the virus is, the world and order it has created has revealed a huge reality. This new order will affect the audience trained in this order much more. This process, which started in December 2019, will cause much greater effects in the future. Trust, belief, learning, consciousness, knowledge and many other concepts have changed radically. The concept of intimacy, which forms the basis of humanity, has changed its meaning and has been replaced by virtual proximity. This new order actually represents a transition period. The apparent situation is that humanity will not be able to return to the period before Covid-19 that emerged in 2019 and that in the changing world order, intimacy, family, relationships, communication, education and many other concepts will be redefined.

Considering the history of humanity, it is seen that people have had to struggle with epidemic diseases from the moment they started to live in a community. "Microbes are the planet's busiest creators and destroyers," Andrew Nikiforuk describes in his book *The Fourth Horseman of the Apocalypse*. Without them, the world would become a static dump of dead animals, plants and humans" (Nikiforuk, 2018, p. 23).

In the last month of 2019, the virus, which emerged in the market where live animals are sold in Wuhan, China, where there is the Huanan Seafood and Livestock Wholesale Market, affected the whole world in a short time. Many different animal species were sold in the market, especially poultry, mice, bats and snakes were also available. In the beginning, only 7 people were detected in the epidemic, but after a while, one of them died. After a short while, scientists announced that this new type of virus was named Coronavirus, COVID-19 (Üstün, Özçiftçi, 2020, p.143). "The novel coronavirus (COVID-19) was declared a pandemic by the World Health Organization on March 11, 2020 (Cucinotta & Vanelli, 2020). As a result, many countries in the world instruct their citizens to stay at home, avoid very close physical contact, and take measures of social or physical distancing" (Zheng & Khan, and Hussain, 2020, p. 1). The rapidly spreading virus has soon begun to be known as a pandemic. It is defined as a pandemic because it is a disease that affects the whole world and causes mass deaths. The concepts of distance education and working from home have been a part of the lives of the masses in a short period of time (Aslan, 2020, p. 69). In this context, Marshall With the McLuhan's technological determinism and global village concepts have an important place in the new world order (Varol &Varol, 2019, p. 137). Coronavirus era, technology has become an indispensable part of life and individual technological life has become a part of mass culture. According to the latest research on coronavirus, the entire society (100%) states that they are aware of the coronavirus (Çoker, 2020).

2. Education Independent of Time and Place: Hi-Tech Tsunami

The Covid-19 pandemic appears to trigger a long-awaited technological tsunami effect. Therefore, the adaptation process was affected by this tsunami. When looked around the world, it is seen in the 2000s that technological change and transformation started to be reflected in education processes. However, the perception that education will continue with students who fill the classroom and the classroom has undergone a great change with the Covid-19 pandemic process. It has been observed that the classroom and the school are not just a place with a roof and an environment full of students. People produce remedies when needed. As Marshall McLuhan stated that technology is the extension of human beings, human beings seek solutions with technology for the parts they lack. When a person's McLuhan suggests that there is a link between technology and imagination. Imagination is the only way to see the world that embraces us own limbs are insufficient. He seeks a solution with technology. If it were not for imagination, humanity would not be able to invent anything until now (Çelik Varol & Varol, 2019, p. 139).

It emerged in this troubled period when people were restricted from living together in an educational environment outside of time and space, and brought about a social education reform. The main message sent by Internet technologies at the moment is that the education system has turned into an education system where independent of time and space, as David Harvey said in his argument for buildings independent of time and space.

The influence of science and technology in modern times has continued not by fixing but by transforming, causing the emergence of new and different social patterns. This new situation is the postmodern situation itself, which is simply defined as sustainable modernity in social sciences. David Harvey defines this situation with time and space compression (Çağan, 2007, p. 143). Harvey talks about the changes occurring in the objective qualities of space and time with the concept of time-space compression. The term "congestion" refers to the increase in the speed of life and the disappearance of spatial barriers in the capitalist process. Time speed actually describes the speed offered by the Internet (Harvey, 2003).

Considering the possibilities offered by technology, especially in the context of online education, its positive and negative sides can be listed.

3. Research

21 of the technology has been transferred to the exchanged also without communicating. It seems that it has something to do with people's technology adaptation and communication processes and digital contact information. In technology education, the most preferred education online will now be graduates. Online education is the most easily adaptable students. Online education has also introduced the concept of higher education equipment. In many education and training programs, the online processing process has started to be carried out much more easily.

In the research, education center in education was asked in different classes of universities. It is planned to make an estimation about whether the student motivation will be increased in terms of the acquisition of technology. This was interviewed with the person at the university in Istanbul. The development of high technology will increase and increase the increase of its dissemination along with the Covid-19 process.

The results are stated in terms of comparisons regarding the common points of the participants.

The questions posed to university students were formed from the theoretical framework of the research and were determined as follows.

1. What are your thoughts on high-tech education practices at university level?
2. What are your views on the effects of online education and distance education applications at the university on the motivation of the students towards the course?
3. What are your views on the effects of online education and distance education applications at the university on the success of the student towards the course?
4. What are your views on the continuation of the online education processes, which started to be implemented in higher education with the Covid-19 process, after the pandemic?

Participant 1: Age 22, 3rd year student, Female

I am of the opinion that technology-based courses applied at the university are actively beneficial for students. Especially since it allows the lessons to be watched whenever we want, it also makes it easy to follow. In particular, we can do the application work instantly on the computer with our teacher. I think that it increased my motivation towards the course and increased success. I hope that after the pandemic period is over, online education applications will continue in many of our courses. Online education is very advantageous in terms of saving time.

Participant 2: Age 23, Year 4 student, Female

Considering the use of technology in lessons, we can say that online education has created a field beyond technology. Thanks to online education, we can continue to study in a comfortable environment at home. In terms of motivation, sometimes attending the class may not be as enjoyable as face-to-face education. In this sense, there were times when I actually forced myself to go in front of the computer. However, especially the lessons we practice made me much more motivated with the computer. In terms of success, my grades started to be higher during the online education process. I think that online education applications will continue even if it is not as intense.

Participant 3: Age 22, Year 4 student, Male

I think that the transition to online education or distance education applications is very fast. Some of my friends were able to start their business life much earlier thanks to online education. Now it has become much easier to work and study at the same time. I think that online education will continue in the next period. Even universities that offer only online education can be opened. Thanks to online education, there are no courses that I do not attend. I can watch reruns later. In this way, I think that both motivation and success increase.

Participant 4: Age 19, Year 1 student, Male

Having online education from home is a very good practice, but taking education from home constantly hinders people from socializing. This also lowers motivation. Being in the classroom with our friends, attending classes and socializing is not possible in online education. However, I think it has an aspect that increases student success. The grade point average of many of my friends increased during this period. I am of the opinion that the online education processes will go much further in the future.

Participant 5: Age 21, Year 2 student, Male

Being able to study from home or attend classes from anywhere creates a situation that makes our life much easier and the learning process easier. I think that it is a situation that increases motivation that people are not dependent on a building or place for learning. However, I do not think that online education will continue. In online education, it is not very clear who listens or follows how many lessons. However, in face-to-face education, many people did not

listen to the lesson even though they were in the classroom. Although online education continues, it will not continue with this intensity. However, online education increases success because we can watch the lessons as much as we want. We can reach our teachers whenever we want. We can reach many of them, or rather, there are some that we still cannot reach.

Participant 6: Age 20, Year 3 student, Female

Online education has changed many things in my life, but the main thing is Covid-19. My personal opinion is that we have difficulties in motivation and focusing on the lesson due to the pandemic, but some of our teachers managed this process very well. In particular, they gave motivating speeches in their classes. In terms of success, I think that everyone's level of success in online education has increased in general, but the success rate of those who did not attend the course was low. I think that online education will continue, but it will not be as intense as it is now.

Participant 7: Age 21, Year 4 student, Female

Distance education allowed me to stay with my family. I was able to complete the last two years of university from my hometown without going to school. The biggest benefit of online education is the advantage it provides to those who cannot go to the university they won because their family does not send them abroad. In this sense, I think that it is necessary to offer students a choice for online education, especially in the coming period and after the pandemic. I think it is beneficial in terms of being successful, but I think that face-to-face training is more motivating in terms of motivation.

Participant 8: Age 18, 1st grader, Male

Online education, which has entered our lives with Covid-19, is the way of education of the future. I think there is no need to teach in such crowded classrooms anymore. Everyone can watch the lessons from their home, wherever they want. I think this is a great convenience, at the same time, we can work and follow the lessons at the same time. I think all this is a great convenience. In this sense, in terms of motivation, I can sometimes say that instead of participating in online training, I will watch the replay later. But I also think it increases success. Our teachers repeat the lessons more often, which is beneficial in this sense. The only problem is internet outages. If the technological infrastructure is improved, online education will be much more preferred.

Participant 9: Age 24, Year 4 student, Female

I think that the intensive use of technology in education offers us many opportunities as young people. Since we only went to school to socialize, we can say that we are now looking for other pursuits. I think that online education is the education of the future. I even think that virtual classroom environments will be created with avatar characters. However, I think that so many online processes will negatively affect people's health and motivation. I think that the benefits and harms of online education should be well thought out and planned accordingly.

Participant 10: Age 23, 3rd grader, Female

Thanks to the classes I attend online, there are no classes that I missed or missed anymore. Usually my biggest problem was being late for classes, but I can join online classes right away. In this sense, I think that online education is a great opportunity in terms of time. Sometimes I am more willing to participate in online education than I show about going to the classroom. However, online education can be problematic in terms of success, especially when there is a lack of connection to listen and follow the lessons. However, in general, I am satisfied with online education and I want this form of education to continue.

4. Result of the research

As a result of the research, 6 of the students participating in the research are female and 4 male participants. It is seen that female participants stated that they are satisfied with online education because it provides education opportunities in their hometowns. The number of people who stated that online education processes cause problems especially in motivation is seen as 9 out of 10 people. 10 participants state that online education increases student success. They state that they think that online education processes will shape the education system of the future. A single participant states that online education will develop in the future and people will receive training in virtual classrooms by including their own avatars in the education process. They state that online education saves time on the road to reach school, as it allows participation in the lesson from home. They state that they are satisfied with the online education process as it allows them to both work and continue their education. It is seen that online education processes are generally welcomed by students, but this application has been made due to the pandemic Covid-19 process and they expect the situation to return to normal. However, it is also seen that they are of the opinion that some of their courses will continue online in the next term. In general, it is seen that students are more motivated in face-to-face education in terms of motivation, but student success is higher in online education.

5. Conclusion

Eric Fromm describes the inevitability of social and technological change when he says that "the only constant is change itself." Humanity changes technology and technology changes humanity. The future society is evolving into a less emotionally connected, intense virtual communicating world. This world order has the potential to reveal a structure that can cause the masses to become lonely and unhappy. It is seen that David Harvey mentions a world in which everything is volatile and almost exhausted while defining postmodernism in his work *The State of Post Modernity*. With Covid-19 and online education, we can state that he got his share of this postmodernist discourse in his education.

Online education has increased the speed of education in every aspect. However, this brought about an environment of inequality in the education process. Not all students have the technology and technological equipment equally. The importance of ensuring equality of technological equipment in social welfare and mass education processes has emerged with the online education process. With the online education, the masses are especially distant from human interaction. Considering all these points, it is seen that online education will shape the future of education, but there are many deficiencies in terms of society and technology.

It is seen that the change of technology and the active application of online education in higher education institutions together with Covid-19 have a positive effect on students. However, it is also seen that students abstain from the continuation of this process. Especially in terms of motivation, it is seen that online education reduces the motivation process but increases the level of success. In the future, it can be foreseen that online education will also take place for the education forms of higher education institutions. In the light of technological changes, it can be predicted that online education applications will continue to change and increase. Online education processes and individualized education may cause social isolation. However, this situation will be the subject of further research.

References

- Aslan, R. (2020). Covid -19: Yeni Dönemin Nano Habercisi, *Ayrıntı Dergisi*, 8 (90): 69-74. Retrieved January 10, 2021, from <http://www.dergiyayrinti.com/index.php/ayr/article/view/1421>.
- Card, S. K. (1986). *The Psychology of Human Interaction* (1st ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Çoker, E. D. (2020). Koronavirüs Türkiye Toplumunda Nasıl Bir Etki Yarattı. Retrieved January 15, 2021, from <https://www.ipsos.com/tr-tr/koronavirus-turkiye-toplumunda-nasil-bir-etki-yaratti>.
- Harvey, D. (2003). *Postmodernliğin Durumu*, İstanbul, Metis Yayıncılık.
- McLuhan, M. & Powers, B. L. (1992). *The Global Village: Transformations In World Life And Media In The 21st Century* (Communication and Society), Oxford University Press.
- Nikiforuk, A. (2018). *Mahşerin Dördüncü Atlısı Salgın Hastalıklar Tarihi*. İstanbul, İletişim Yayınları.
- Üstün, Ç. & Özçiftçi, S. (2020). COVID-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: bir değerlendirme çalışması, *Anadolu Clin*, 25: 142-153. <https://doi.org/10.21673/anadoluklin.721864>.
- Walker, C. (2020). *The Importance of Human Interaction*, Pepperdine University. Retrieved January 16, 2021, from <https://pepperdine-graphic.com/the-importance-of-humaninteraction/#:~:text=%E2%80%9CI%20think%20that's%20an%20important,also%20imperative%20for%20mental%20health>.
- Varol, M. Ç. & Varol, E. (2019). Kavram Ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan'a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme, *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(1): 137-158. Retrieved January 18, 2021, from <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/744648>



Middle Black Sea Journal of Communication Studies

International Peer-Reviewed Journal

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



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2021. 6(1): 46-57.



Tüketici Ekstra Rol Davranışı ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Nitel Bir Araştırma

Sezen GARİP¹

Özet

Bu çalışmada, kargo işletmelerinden hizmet alan tüketicilerin ekstra rol davranışı ve algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişki tanımlanmak istenmiştir. Nitel araştırma geleneğine göre yapılandırılan bu çalışma, "kargo işletmelerinden hizmet alan tüketiciler, algıladıkları hizmet kalitesi doğrultusunda ekstra rol davranışını nasıl yansıtmaktadır" sorusuna yanıt aramıştır. Tüketicilerle yapılan görüşmeden elde edilen veriler niteliksel (tematik) ve betimsel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve sonuçlar tanımlanarak yorumlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, algılanan hizmet kalitesinin memnuniyete dönüşmesinde, hizmet karşılaştırması ile iletişim ve çalışan deneyiminin önemli bir rolünün olduğu ortaya çıkmıştır. Bu unsurların da, yönlendirme ve bilgi kaynağı, müşteri önerisi ve müşterinin empati kurması şeklindeki ekstra rol davranışlarını şekillendirdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketici ekstra rol davranışı, algılanan hizmet kalitesi, kargo işletmeleri.

A Qualitative Research to Define the Relationship Between Consumer Extra Role Behavior and Perceived Service Quality

Abstract

In this study, the relationship between the extra role behavior of consumers receiving services from cargo companies and the quality of service they perceived was defined. This study, which is structured according to the qualitative research tradition, sought the answer to the question "how do consumers from the cargo companies reflect their extra role behavior in line with the quality of service they perceive". The data obtained from the interview with the consumers were analyzed by qualitative (thematic) and descriptive content analysis method, and the results were defined and interpreted. According to the results of the analysis, it has been revealed that service comparison, communication, and employee experience play an important role in transforming the perceived service quality into satisfaction. In these elements, it has been observed that it shapes extra role behaviors such as orientation and information source, customer suggestion and customer empathy.

Keywords: Consumer extra role behavior, perceived service quality, cargo businesses.

© 2021 OMU

¹ Doktora Öğrencisi, E-mail: sezengarip24@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5488-8573

1. Giriş

Hizmetin soyut bir kavram olması ve tüketici nezdinde değişkenlik göstermesi işletmelerin en önemli handikaplarından birisi olmuştur. İşletmelerin tüketici ekstra rol davranışını kendi lehlerine çevirebilmeleri için kaliteli hizmet vermeye odaklanmaları artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Literatürde yer alan araştırmalarda, algılanan hizmet kalitesinin müşterinin memnuniyeti doğrultusunda tüketici ekstra rol davranışına dönüştüğü üzerinde durulmuştur (Anaza, 2014; Aşık, 2016; Bezirgan, 2015; Dassanayake ve Weerasiri, 2017; Ercsey, 2014; Spyridou, 2017).

Kargo işletmelerinden hizmet alan tüketiciler perspektifinden tüketici ekstra rol davranışı ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi nitel araştırma yöntemi ile ortaya çıkarmak bu araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Yapılan araştırma ile farklı sektörlerde yer alan işletmelerin tüketici odaklı stratejilerini yapılandırılmalarına hizmet edecek bulgulara ulaşılabileceği ön görülmektedir. Bu doğrultuda belirlenen kargo işletmeleri özelinde bu işletmelerden hizmet alan katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Algıladıkları hizmet kalitesine göre ekstra rol davranışını nasıl yansıttıkları tanımlanmıştır.

2. Tüketici Ekstra Rol Davranışı

Tüketici ekstra rol davranışı tüketiciler tarafından ürüne, hizmete, markaya karşı gösterilen gönüllü davranışları yansıtmaktadır (Groth, 2005). Ekstra rol davranışını Bettencourt (1997: 384) "firmanın hizmet kalitesini sağlama yeteneğini destekleyen müşterilerin yardımcı ve isteğe bağlı davranışları" olarak tanımlamaktadır. Hizmet literatüründe, tüketici ekstra rol davranışının farklı şekilde kavramsallaştırıldığı görülmektedir (Ahearne, Bhattacharya ve Gruen, 2005; Bove vd., 2009; Ford, 1995; Groth, 2005; Johnson ve Rapp, 2010). Yapılan bazı araştırmalarda tüketici ekstra rol davranışı; müşteri vatandaşlık davranışı (Groth, 2005; Yi ve Gong, 2013), tüketici örgütsel vatandaşlık davranışı (Bove vd., 2009), tüketici takdir etme davranışı (Ford, 1995), tüketici yardım etme davranışı (Johnson ve Rapp, 2010) şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Bu çalışmada ise, nihai tüketicinin davranışı düşünülerek, Ahearne ve diğerlerinin (2005) tanımladığı tüketici ekstra rol davranışı kavramının kullanılması uygun görülmüştür. Tüketici ekstra rol davranışı, tüketicinin hizmet aldığı kurumun faydasına yönelik gösterdiği davranıştır. Tüketim odaklı olmayan davranış olarak da tanımlanmaktadır (Vandyne, Cummings ve McLean, 1995). Tüketici karar verme sürecinin son aşaması, satın alma sonrası davranışların sergilenmesidir (Odabaşı ve Barış, 2011: 332). Tüketici ekstra rol davranışı da tüketicinin tüketim sonrasında sergilediği davranışlar olarak görülebilir. Kurumlar bu davranışların olabileceğini ön görürler fakat her zaman beklenen davranışlar değildir.

Spontane gelişen davranışlar olarak görülen tüketici ekstra rol davranışı, tüketicinin davranış sonunda kendi yararına herhangi bir beklentisi olmadan gönüllü olarak ortaya çıkmaktadır (Groth, 2005). Bu davranışları şu şekilde sıralamak mümkündür (Anderson, Fornell ve Mazvanchery, 2004; Bettencourt, 1997):

- Ürün veya hizmet hakkında olumlu tavsiyelerde bulunmak,
- Ek olarak verilen hizmetleri satın almak,
- Kurumun gerçekleştirdiği anket uygulamalarına gönüllü katılmak,
- Kurumun veya markanın rakiplerine karşı savunulması,
- Kurumu veya markayı diğer tüketicilere önermektir.

Sıralanmakta olan tüketici ekstra rol davranışları, kurumlara ve markalara değer katmaktadır (Groth, 2005; Bove vd., 2009; Yi ve Gong, 2008; Yi, Natarajan ve Gong, 2011). Yi ve Gong'un (2013) kurumların ve müşterilerin birlikte değer oluşturması üzerine odaklandıkları çalışmada, tüketici ekstra rol davranışı müşteri vatandaşlık davranışı olarak da görülmüştür. Çalışmada dört boyut üzerinde durulmuştur. Bu boyutlar; geribildirim, savunmak, yardım etmek, hoşgörüdür. Tüketicinin kuruma geri bildirimde bulunması, ürün veya hizmetlerin daha kaliteli bir hale gelmesini sağlamaktadır (Groth, 2005). Şöyle ki, tüketiciler tüketim sonrası ürün veya hizmetle ilgili bir tecrübeye sahip olmaktadır. Bu tecrübe sayesinde edindikleri bakış açısıyla kuruma olumlu yönde tavsiyelerde bulunmaktadır (Bettencourt, 1997). Tüketici tarafından kurumun savunulması ise, tüketicinin birincil ve ikincil kaynaklarına kurumu tavsiye etmesini ifade etmektedir (Groth, 2005). Ekstra rol davranışında tüketiciler, savunuculuğunu yaptıkları kuruma talep gösteren diğer tüketicilerin, hizmetlerle ilgili yaşadıkları sorunlarda yardımcı olma eğilimini de göstermektedir (Ercsey, 2016: 29-30). Benzer şekilde Rosenbaum ve Massiah (2007) da, tüketicilerin kendi deneyimlerini hatırlayarak, diğer tüketicilere yardımcı olmak istediklerini belirtmektedir. Hoşgörü boyutu ise, tüketicinin satın aldığı hizmetin beklentilerini karşılamamasına rağmen sabırlı bir şekilde davranmasını ifade etmektedir (Lengnick-Hall, 1996). Diğer bir deyişle, tüketici kuruma veya markaya karşı herhangi bir olumsuz tutum içerisine girmemektedir. Hoşgörülü davranarak beklentilerini dile getirmektedir.

Yi ve Gong'un (2013) boyutlandığı tüketici ekstra rol davranışının sergilenmesi, tüketicinin enformasyon kaynağı olduğunu da göstermektedir. Enformasyon kaynağı olarak hareket eden tüketicinin, olumlu ağızdan ağıza iletişim ile diğer tüketicileri de hizmeti kullanmaya teşvik ettiği söylenebilir. Tüketici ekstra rol davranışının sergilenmesi, hizmetlerin

tanıtımına katkı sağlamakla kalmayıp, kurumun itibarına da olumlu bir etkisinin olduğu görülmektedir. Kuruma karşı sadakati de arttırmaktadır. Bettencourt (1997) ve Groth (2005) da, tüketicinin ekstra rol davranışının olumlu yönde gerçekleştirilen bir reklamcılık örneği olduğunu belirtmektedirler. Aynı zamanda yüksek standartlardaki hizmet kalitesinin değerlendirilmesine katkıda bulunarak, tüketici sadakatının bir göstergesi olduğunu vurgulamaktadırlar.

Tüketicinin ekstra rol davranışı ile tüketici sadakatının oluşması için öncelikle kurumun hizmet kalitesini değerlendirmesi gerektiği görülmektedir. Diğer bir deyişle, tüketici algıladığı hizmet kalitesi doğrultusunda ekstra rol davranışını gösterebilmektedir.

3. Algılanan Hizmet Kalitesi

Hizmet kavramı, satın alınan somut bir ürün olmaktan ziyade sürekli farklılaşan, tüketicinin belleğinde kalıcı olmayan soyut bir olgudur. (Banar ve Ekgil, 2010). Spyridou'a (2017) göre, hizmet kavramı, satıcının müşterisiyle olan işlem etkileşimi sırasındaki faaliyetleri ve tüketicinin gereksinimlerini karşılamak için gereken faaliyetlerin bir sonucudur. Literatür değerlendirildiğinde; hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesi kavramlarına yönelik tanımların olduğu görülmektedir (Akbaba ve Kılınc, 2001; Devebakan, 2005; Ha ve Jang, 2009; Jensen ve Hansen, 2007; Khan, 2010; Parasuraman, Zeithalm ve Berry, 1988). Devebakan (2005: 9) hizmet kalitesini; işletmenin tüketicinin isteklerini gerçekleştirilme ya da daha üst seviyede cevap verme yeteneği olarak görmektedir. Ha ve Jang'a (2009: 521) göre ise; tüketicinin hizmete mükemmellik derecesini atfederek yargılamasını ifade etmektedir. Kısacası, hizmet kalitesi tüketicilerin satın aldığı hizmet vasıtasıyla biriktirdikleri memnuniyetle doğrudan ilişkilidir (Jensen ve Hansen, 2007). Dolayısıyla tüketicinin kalitenin standardını belirlediği söylenebilir.

"Algılanan hizmet kalitesi; hizmetin üstünlüğü ile ilgili genel yargı ya da tutumdur" (Parasuraman vd., 1988: 17). Tüketiciler işletmelerin hizmet kalitesini, kendi istedikleri gerçekten karşılandığında algılamaktadır (Ho vd., 2013; Fotiadis ve Vassiliadis, 2016). Khan (2010: 165) da, algılanan hizmet kalitesini tüketici talebi ve algılanan hizmetin gösterdiği işlevselliğin karşılaştırılmasıyla ortaya çıkan sonuç olduğunu vurgulamaktadır. Tanımlamalardan anlaşılacağı üzere, tüketicilerin beklentileri oldukça önemlidir. İşletmelerin bu beklentileri karşılaması ve tüketicinin zihninde yer edinmek için gerekli çabaları göstermesi gerekmektedir. Bu çabalar içerisinde, algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesi ön plana çıkmaktadır.

İşletmeler açısından algılanan hizmet kalitesini ölçümlemek oldukça önemlidir. Çünkü işletme hedef kitesinin talebini karşılayabilmek için, tüketicinin hizmet kalitesini nasıl algıladığını bilmek istemektedir. (Yılmaz, Filiz ve Yaprak, 2007: 300). Kısacası işletmeler algılanan hizmet kalitesini ölçümleyerek, hedef kitlelerinin isteklerini daha kolay tanımlamaktadır. Böylelikle hedefledikleri tüketici profiline göre hizmet kalitesini artırma girişimlerini hızlandırmaktadır. Hizmet kalitesini arttıran işletmelerin çoğalması, tüketicinin değerlendirme kriterlerini de şekillendirmektedir. Bazı yazarlara göre, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi kolay bir iş değildir. Şöyle ki, tüketiciler sadece ortaya çıkan hizmeti salt olarak değerlendirmemektedirler. Süreç içerisinde hizmetin nasıl sunulduğunu da gözlemlemektedirler (Parasuraman, Zeithalm ve Berry, 1985: 42). Nitekim tüketicilerin kişisel, sosyolojik ve psikolojik farklılıkları, algılanan hizmet kalitesini de farklılaştırmaktadır. Bu duruma hizmet kalitesinin karmaşık bir yapıda şekillenmesi de eklenince, işletmelerin işi daha da zorlaşmaktadır (Bezirgan, 2015: 146).

Literatürde, hizmet sunan işletmeler için bazı hizmet kalitesi boyutlarından bahsedildiği görülmektedir (Cronin ve Taylor, 1992; Parasuraman vd., 1988; Zeithalm, Parasuraman ve Berry, 1990). Bu hizmet kalitesi boyutları, algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılan Parasuraman ve diğerlerinin (1988) SERVQUAL ile Cronin ve Taylor'ın (1992) SERVPERF ölçüm aracı yer almaktadır. Ölçüm aracı yer alan boyutlar; fiziksel/somut varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, güven verme ve empati (Zeithalm vd., 1990) şeklinde sıralanmaktadır. Fiziksel boyutlar somut varlıklar olarak da adlandırılmaktadır. Tüketicinin satın aldığı hizmette yararlanılan araç ve gereçler, kıyafetler, mekan ve teknolojik malzemeler fiziksel boyut içerisinde yer almaktadır. Güvenirlikten kasıt ise, sunulan hizmetin eksiksiz, doğru ve gecikmeden tüketicinin isteklerini gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Heveslilik boyutu, işletmedeki çalışanların hizmeti sunmayı istemede gönüllü olarak davranmasını anlatmaktadır. Güven verme boyutu ise, işletme çalışanlarının sunulan hizmet hakkında yeterli enformasyona sahip olmasını ve bu enformasyonu tüketiciye olabildiğince kibar bir şekilde aktarmasını belirtmektedir. İşletme çalışanının tüketiciye kaliteli bir hizmet sunması için tüketiciyi anlaması gerekmektedir. Bu şekilde tüketicinin isteklerine daha kolay ve en kısa sürede cevap verebilir. Tüm bu unsurlarda empati boyutunu oluşturmaktadır.

4. Tüketici Ekstra Rol Davranışı ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırmalar

Algılanan hizmet kalitesine göre tüketicinin ekstra rol davranışını gerçekleştirilmesi, aslında tüketicinin memnuniyetini göstermektedir. Chen'e (2008) göre tüketicinin hizmeti algılaması, tüketmesi ve sonrasında değerlendirmesinden dolayı, algılanan hizmet kalitesinin yerine bazen tüketici memnuniyeti kavramı kullanılmaktadır. Jensen ve Hansen (2007) de, tüketicinin algıladığı hizmetin sonucunda elde ettiği kazanımların memnuniyetle ilişkili olduğunu belirtmektedir. Nitekim Aşık (2016) da, otel işletmeleri üzerinde yaptığı araştırmasında, tüketici memnuniyeti ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi sorgulamıştır. Parasuraman ve diğerlerinin (1988) SERVQUAL ölçüm yöntemini kullanan araştırması

algılanan hizmet kalitesinin, tüketicinin memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Özellikle güvenilirlik kavramının tüketiciler tarafından daha çok algılandığı görülmüştür. Sosyal tesisler üzerine yapılan bir başka çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Aynı zamanda çalışmada fiziksel ve sosyal aidiyetin kısmi aracılık etkisinin olduğu görülmüştür. (Bezirgan, 2015). Paralel bir sonuç Haddad, Al-Dmour ve Al-Zu'bi'nin (2012), Ürdün'deki telekomünikasyon şirketleri üzerinde yaptıkları çalışmada da ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada tüketicilerin demografik özelliklerinin önemli bir rolünün olduğu vurgulanmıştır. Aşık'ın (2016) araştırmasında olduğu gibi bu çalışmada da tüketiciler üzerinde güvenilirlik kavramı daha çok etkili olmuştur. Yapılan çalışmalarda çoğunlukla, algılanan hizmet kalitesinin tüketicinin memnuniyeti üzerindeki etkisine odaklandığı görülmektedir. Bu çalışmalardan birine de Dassanayake ve Weerasari (2017) imza atmıştır. Yazarlar Sri Lanka'da bir hastanenin algılanan hizmet kalitesinin tüketici memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir. Örnekleme dahil olan tüketiciler için algılanan hizmet kalitesinde güven vermenin önemli olduğu görülürken, fiziksel/somut varlıkların dikkat çekmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tüketici tarafından algılanan hizmet kalitesinin, tüketici memnuniyetiyle ilişkilendirilmesinin tüketici ekstra rol davranışını ortaya çıkardığı söylenebilir. Bu görüşe örnek olarak Nwamaka A. Anaza'nın makalesi (2014) "Personality Antecedents of Customer Citizenship Behaviors in Online Shopping Situations" verilebilir. Araştırmacı makalesinde, tüketicinin memnuniyeti sonucunda ekstra rol davranışının şekillenmesini çevrimiçi alışveriş bağlamında incelemiştir. Bu incelemede tüketicinin psikolojik sürecini de dahil etmiş ve empatik kaygıları olan tüketicilerin, hizmet veren işletmelerden daha fazla memnun oldukları görülmüştür. Aynı zamanda diğer çevrimiçi tüketicilere yardım etme konusunda eğilim göstermişlerdir. Tüketici ekstra rol davranışı boyutlarında biri olan yardım etme boyutunun (Yi ve Gong, 2013) bu çalışmada oldukça önemli olduğu görülmektedir.

Ekstra rol davranışını gerçekleştirmek isteyen tüketicinin hizmet aldığı işletmeyi tekrar ziyaret etme niyetinde olduğu görülmektedir. Spyridou (2017) Asya restoranları üzerinde çalıştığı araştırmasında, algılanan hizmet kalitesi ile tüketici tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki üzerine odaklanmıştır. Araştırmanın bulgularında, algılanan hizmet kalitesinin boyutlarının genel tüketici memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde oldukça önemli olduğu görülmüştür. Bu bulguların tüketici değerini yarattığı söylenebilir. Yapılan bazı araştırmalarda da ekstra rol davranışının, tüketici değerini yarattığı belirtilmektedir (Ercsey, 2016; Yi ve Gong, 2013). Bu araştırmalardan biri Ida Ercsey'in (2016) "Customer Participation: Mandatory or Voluntary Behaviour?" adlı makalesidir. Yazar nicel araştırma geleneğine göre yapılandırıldığı makalesinde, ortak tüketici değeri oluşturmanın sadece işletme-tüketici etkileşimi yoluyla olmadığını görmüştür. Aynı zamanda tüketiciden tüketiciye etkileşim yoluyla değer oluşturulmasına işaret etmektedir. Tüketiciden tüketiciye etkileşim de ekstra rol davranışının bir göstergesidir.

Genel olarak araştırma kapsamında değerlendirilen çalışmalarda, algılanan hizmet kalitesinin müşterinin memnuniyetiyle doğrudan ilişkili olduğu görülmüştür. Bu memnuniyetin etkisiyle tüketicinin tekrar ziyaret etme niyetinin ortaya çıktığı belirtilmiştir. Bu süreç içerisinde de ekstra rol davranışının gerçekleşmesi ön görülen bir sonuç olmuştur. Tüketicinin işletmenin ortamından etkilenmesi, güven duyması, çalışanlarından memnun olması bakış açısını da değiştirmektedir. Değişen bakış açısıyla tüketici işletmeye geribildirimde bulunmakta, işletmeyi rakip işletmelere karşı savunmakta, eksik gördüğü konularda yardım edebilmektedir.

Sözü edilen araştırmalardan hareketle, bu çalışma, ölçümlenmeye çalışılan konunun derinlemesine analiz edilmesi gerektiği düşüncesiyle, tüketici ekstra rol davranışı ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi keşfetmek, tanımlamak üzerine kurulmuştur.

5. Araştırma

5.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde farklı sektörlerde yer alan hizmet işletmelerinin, tüketiciyi kazanabilmeleri sundukları hizmetin kalitesi doğrultusunda gerçekleşmektedir. Çünkü tüketiciler algıladıkları hizmet kalitesini değerlendirerek ekstra rol davranışını sergilemektedir. Tüketicinin ekstra rol davranışı ise işletmenin, motivasyonunu, müşteri sayısını, itibarını ve kazancını arttırmaktadır. Araştırma kapsamında, kargo işletmelerinden hizmet alan tüketiciler seçilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı; tüketici odaklı hizmet veren kurumların kâr elde edebilmek ve pazarda tutunabilmek adına doğru stratejiler oluşturmalarına yardımcı olabilecek temaları ortaya çıkarmaktır. Ekstra rol davranışı ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki kargo işletmelerinden hizmet alan tüketicilerin bakış açısından ele alınmak istenmiştir. Araştırma amacı kapsamında araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir:

Araştırma Sorusu: Kargo işletmelerinden hizmet alan tüketiciler, algıladıkları hizmet kalitesi doğrultusunda ekstra rol davranışını nasıl yansıtmaktadır?

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar; bireyler arasındaki ilişkileri, çeşitli faaliyetlerin, durumların ya da olguların niteliğinin derinlemesine incelendiği çalışmalardır (Fraenkel ve Wallen, 2006). Nitel araştırma

geleneği çerçevesinde yapılandırılan çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “İçerik analizi, insan davranışlarını ve doğasını belirleme üzerinde doğrudan olmayan yollarla çalışmaya imkân tanıyan bir tekniktir” (Büyüköztürk, 2017: 250).

5.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın amacı doğrultusunda amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örneklemede; bir çalışmada konu kapsamında veriyi kesin olarak sağlayabilecek nitelikteki bireyler, olaylar ve durumlar ölçüt olarak kullanılarak örnekleme birimi oluşturulmaktadır (Büyüköztürk, 2017: 92). Belirlenen ölçüt, katılımcıların kargo işletmelerinden hizmet almasıdır. Bir teknoloji haber sitesinin 2019 Ocak ayında yaptığı en iyi kargo işletmesi hangisidir araştırmasından yola çıkarak, ilk üçte yer alan kargo işletmesi örnekleme seçilmiştir (<https://forum.shiftdelete.net>, 2019). Bu üç kargo işletmesi X, Y ve Z şeklinde kodlanmıştır. Birinci sırada X, ikinci sırada Y ve üçüncü sırada Z şeklinde kodlanan kargo işletmesi bulunmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak bu işletmelerden hizmet alan diğer tüketicilere ulaşılmıştır. Kartopu örnekleme yönteminde; öncelikle konu kapsamında araştırmacı tarafından ilk katılımcıya ulaşılmaktadır. İlk katılımcıdan elde edilen bilgiler üzerine diğer katılımcılara ulaşılarak zincirleme olarak devam eden bir süreç ilerlemektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 44). Bu süreçte İzmir’de ikamet eden 3 kadın ve 3 erkek olmak üzere 6 tüketici örnekleme dahil edilmiştir.

5.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma örnekleme dahil olan katılımcıların, algıladıkları hizmet kalitesi doğrultusunda ekstra rol davranışını nasıl yansıttığını tanımlamak için, yüz yüze görüşme veri toplama tekniği kullanılmıştır. “Görüşme – mülakat, araştırma amacına uygun olarak hazırlanan soruların, görüşüne ihtiyaç duyulan kişiye araştırmacı tarafından sorularak cevap alınması sürecidir” (Ural ve Kılıç, 2013: 63).

5.5. Veri Toplama Aracı

Katılımcılarla yapılacak yüz yüze görüşmede, yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme; hem kesin sınırları olan hem de görüşülen kişiden konu hakkında detaylı bilgi alınmasına olanak tanıyan bir görüşme türüdür (Büyüköztürk, 2017: 154). Görüşme soruları hazırlanırken, Yi ve Gong’un (2013) tüketicinin ekstra rol davranışı ölçeği ile Parasuraman ve diğerlerinin (1988) SERVQUAL ile Cronin ve Taylor’ın (1992) SERVPERF ölçüm aracı referans alınmıştır. Görüşmeler 21.09.2019 – 19.10.2019 tarihleri arasında yapılmış olup 45-50 dakika arasında değişiklik göstermiştir. Katılımcılara konunun amacı, neden kendileriyle görüşme yapıldığı anlatılmıştır. Ses kaydı için izin alınmış ve araştırmacı tarafından detayların gözden kaçırılmaması için notlar da tutulmuştur. Elde edilen verilerin ne amaçla kullanılacağı katılımcılara belirtilmiştir. 4 katılımcıyla yapılan görüşme, katılımcının evinde gerçekleşmiş ve doğal ortamını yansıtmıştır. 2 katılımcıyla ise uyum sağladıkları bir ortamda görüşmeler yapılmıştır.

5.6. Veri Analizi

Katılımcılar ile yapılan görüşme sonucunda elde edilen veriler niteliksel (tematik) içerik analizi ve betimsel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Niteliksel (tematik) içerik analizinde, araştırmacı elde ettiği verileri anlam çerçevesi içinde kavramlara ve temalara ulaşmayı hedeflemektedir. Betimsel içerik analizinde ise, araştırmacı elde ettiği veriler üzerinde müdahalede bulunmaz ve verileri değiştirmeden okuyucuya sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Öncelikle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen ses kayıtları çözümlenmiştir. Elde edilen veri setine dayalı kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Kodlama işlemi manuel olarak araştırmacı tarafından herhangi bir bilgisayar programı kullanılmadan gerçekleştirilmiştir. Birbiriyle ilişkili olan kodlar kategorilere ve temalara dönüştürülmüştür. Diğer bir deyişle, niteliksel (tematik) içerik analizi yapılmıştır. Betimsel içerik analizinde de elde edilen kategoriler ve temalar katılımcıların görüşleriyle desteklenerek bulgular bölümünde sunulmuştur. İzmir’de ikamet eden 6 katılımcı ile yapılan görüşmede, katılımcılar cinsiyetlerine göre (Kadın=K, Erkek=E) kodlanmıştır. Analiz sonucunda Tablo 1’deki kategorilere ve temalara ulaşılmıştır.

Kategoriler	Temalar
*Olumsuz Tavsiye Verme *Olumlu Tavsiye Verme *Müşteriden Müşteriye Destek Verilmesi	Tema 1: Yönlendirme ve Bilgi Kaynağı
*Olumsuz Hizmet Yargısı *Olumlu Hizmet Düşüncesi	Tema 2: Hizmet Karşılaştırması
*Dürüstlük *Hatayı Kabul Etme *Güvensizlik Sorunu	Tema 3: Güven Kriteri

*Olumsuz İletişim Deneyimi Paylaşma *Olumlu İletişim Deneyimi Paylaşma *Olumsuz Çalışan Deneyimi Paylaşma	Tema 4: İletişim ve Çalışan Deneyimi
*Müşterinin Mekan Önerisi *İşletmeye Çalışan Önerisi *Eğitim ve Teknolojik Destek Önerisi *Hızlı Hizmet Verme Önerisi	Tema 5: Müşteri Önerisi
*Müşteri ve Çalışana Yönelik Empatik Düşünme *Çalışanla Empati Kurma	Tema 6: Müşterinin Empati Kurması

Tablo-1: Elde Edilen Kategoriler ve Temalar

6. Bulgular

6.1. Yönlendirme ve Bilgi Kaynağı Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 1'in işaret ettiği nokta, müşterinin yaşadığı hizmet deneyimi doğrultusunda diğer müşterilere tavsiye ve destek vererek bir bilgi kaynağı olduğu yönündedir. Aynı zamanda bir yönlendirme misyonu üstlendiğini göstermektedir. Bu temayı destekleyen katılımcılardan K1:

"Sanırım X ve Y kargoyu önerebilirim. Z'yi pek tutmuyorum" ... "X ve Y bu kargolarla pek bir sorun yaşamadım. Sanki diğerine göre kargomu daha hızlı getiriyorlar"

olumlu tavsiye verirken benzer şekilde E1:

"Y kargoyu tavsiye ederdim herhalde. Hem gelen kargolarımda hem de gönderdiğim kargolarda hiçbir sorun yaşamadım"

diyerek olumlu tavsiyesini ifade etmiştir. E2 ise:

"Z'yi tavsiye etmem. Diğerlerini de etmem ama Z'ye göre daha iyiler işte yani biraz kötünün iyisi gibiler. Etmeyorum yalancılar çünkü. Kaç kere aynı şeyi yaptılar. Şimdi diğer kargolar da bazen gecikiyorlar tamam ama öyle adres bulamam gibi bir şeyleri olmadı"

olumsuz tavsiye vermiştir. Aynı şekilde K2 de:

"X'i tavsiye etmek istemem" ... "Normalde hiç böyle bir şey yaşamamıştım sipariş verdiğim ürünü 3 güne yakın bir süre bekledim. Kargom aslında öğlen gelmiş ama bana akşam şube kapanacağı saatlerde mesaj atıyorlar. Direkt kargom saat kaçta geliyorsa o saatte mesaj atsınlar, neden uzatıyorlar anlamıyorum. Boşuna insanları mağdur ediyorlar"

olumsuz tavsiyesini ifade etmiştir. Olumlu ve olumsuz tavsiyeler ile diğer müşteriler farklı işletmelere yönelebilmektedir. Bu durumda Tema 2'ye işaret etmektedir.

6.2. Hizmet Karşılaştırması Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 2 müşterinin hizmet karşılaştırması üzerinedir. Edindiği tavsiyelere göre müşteri de olumlu veya olumsuz hizmet yargısı oluşturmaktadır. Bu temayı destekleyen katılımcılardan K1:

... "X'in kargo gelmeden önce geliş tarihini mesaj ile göndermesi çok güzel oluyor. Diğerlerinde tam tarih vermiyorlar. Şubeye kargo geldiği zaman mesai saatleri arasında dağıtılacaktır deniyor belki bugün belki de yarın dağıtılacak belli değil yani"

olumlu işletme yargısına göre işletmeler arasında yaptığı karşılaştırmayı anlatmaktadır. Benzer şekilde E1 de:

"Bende X kargoyu kullanırım genelde bu sefer bir yakınım şey dedi Y ile gönder dedi bu sefer öyle yaptım. Hafta içi olmasına rağmen 5 günde gitti kargom. İzmir'den sonuçta Türkiye'nin öbür ucuna gitti hem de sorunsuz. Bu da beni memnun etti. O yüzden gönül rahatlığıyla kargomu emanet ederim yakınlarıma da emanet etmesini söylerim"

aldığı tavsiye doğrultusunda yönlendirilmiştir. Müşterinin olumlu hizmet düşüncesiyle hizmet karşılaştırması yapıp farklı bir hizmet deneyimi yaşamaya karar verdiği görülmektedir.

6.3. Güven Kriteri Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 3 olan güven kriteri müşterilerin oldukça önemsendiği; dürüstlük, hatayı kabul etme ve güvensizlik sorununa işaret etmektedir. Bu temayı destekleyen katılımcılardan E2:

“Z'nin şubesinden 3 gün olmuştur kargomu göndermediler. Neymiş efendim adres eksikmiş, yetersizmiş bulamamışlar. Ya koskoca siteyi nasıl bulamıyorlar anlamıyorum. Kamera kayıtları var baktım yok ne gelen var ne giden yalan söylüyorlar. Bir kere yalan söylemesinler”

dürüst olunması beklentisini belirtirken, E3:

“Yaşadığım sorunun bir daha tekrarlanmayacağını bana garantisini vermelerini isterdim. Ya da sorunun kendilerinin tarafından kaynaklandığını kabul etmelerini isterdim ve özür dilemelerini tabi ki”

işletme tarafından yapılan hatanın kabul edilmesini beklediğini belirtmiştir. K1 ise:

“Ama sıralama yapsam herhalde güven konusunda ilk sıraya X'i, sonra Y'yi en sona da Z'yi koyarım. ... Kalitesiz hareket etmelerinden, yalan söylemelerinden dolayı güvenmiyorum”

güvensizlik sorununa işaret etmektedir.

6.4. İletişim ve Çalışan Deneyimi Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 4'ün işaret ettiği iletişim ve çalışan deneyimi, müşterinin işletmelerle yaşamış olduğu olumlu veya olumsuz iletişim sürecini yansıtmaktadır. Aynı şekilde işletme çalışanlarıyla birebir yaşamış olduğu olumlu ve olumsuz deneyimleri kapsamaktadır. Bu içerikleri destekleyen katılımcılardan K2:

“Nasıl konuşulacağını bilmiyorlar. Sonuçta müşteriyiz üstüne de haklıyız yani. Sanki biz haksızmışız gibi davranıyorlar. Çok sert konuşuyorlar. ... Hani teslim alcam falan çok sert davranmışlardı. Sanki bir şey daha sorsak bağırarak üstüme yürüyeceklerdi”

yaşadığı olumsuz iletişim ve işletme çalışanı deneyimini paylaşırken benzer şekilde E2:

“Sıkıntını derdini anlatmaya çalışıyorsun daha baştan dinlemiyorlar. Konuşurken de sanki siz hatalıymışsınız gibi konuşuyorlar. Müşteriyi nasıl elde tutarım nasıl memnun ederim gibi dertleri yok”

olumsuz iletişim deneyimini ifade etmiştir. Bu görüşlerden farklı olarak E3 ise:

“Normal bir iletişim kuruyorlar. Herhangi bir saygısızlıklarını görmedim. Çok da öyle muhattap olmadım ama genel olarak saygılılardı”

örnekleme dahil edilen işletmeler ile sorunsuz bir iletişim süreci yaşadığını belirtmiştir.

6.5. Müşteri Önerisi Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 5 olan müşteri önerisi müşterinin işletmelere; mekan, çalışan, eğitim, teknolojik destek ve hızlı hizmet verme kategorilerine işaret etmektedir. Bu temayı destekleyen katılımcılardan E2:

“Bir kere oturmaya yer yapardım. Müşteri yoldan geliyor dinlensin. Üst üste yığılmış kargoları müşterinin görmesini istemezdim. Duvarlara tablolar falan asardım işte kargoyla ilgili ya bilgilendirme broşürleri olabilir”

işletme mekanının değiştirilmesi önerisinde bulunmuştur. K2 ise:

“Şahsen bir kargo şirketi için önemli olan şey gelen kargoyu en kısa sürede alıcısına götürmek olmalı, en uzun sürede değil. Ben istiyorum ki kargom sorunsuz bir şekilde en kısa sürede elime ulaşsın”

hızlı hizmet verme üzerine öneride bulunmuştur. K1:

“Keşke çalışan alımında bir ön test gibi bir şey yapsalar. Ya da eğitim falan verseler”

eğitim konusuna dikkat çekerken E1:

“Şimdi çevremde sorun yaşayanları duyuyorum. Ben olsam işlerini doğru düzgün yapmalarını söylerim. Kendilerini geliştirsinler, teknolojiyi takip etsinler kendilerinde uygulansınlar. Müşteriyi daha fazla nasıl memnun edebileceklerini düşünsünler”

teknolojik destek almaları konusunda işletmelere öneride bulunmuştur.

6.6. Müşterinin Empati Kurması Temasına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Tema 6 olan müşterinin empati kurması, işletme çalışanının önemsendiğini göstermektedir. Bu önem doğrultusunda müşteri, çalışanın da sorunları olabileceği düşüncesini savunmaktadır. Bu düşüncüyü destekleyen katılımcılardan E1:

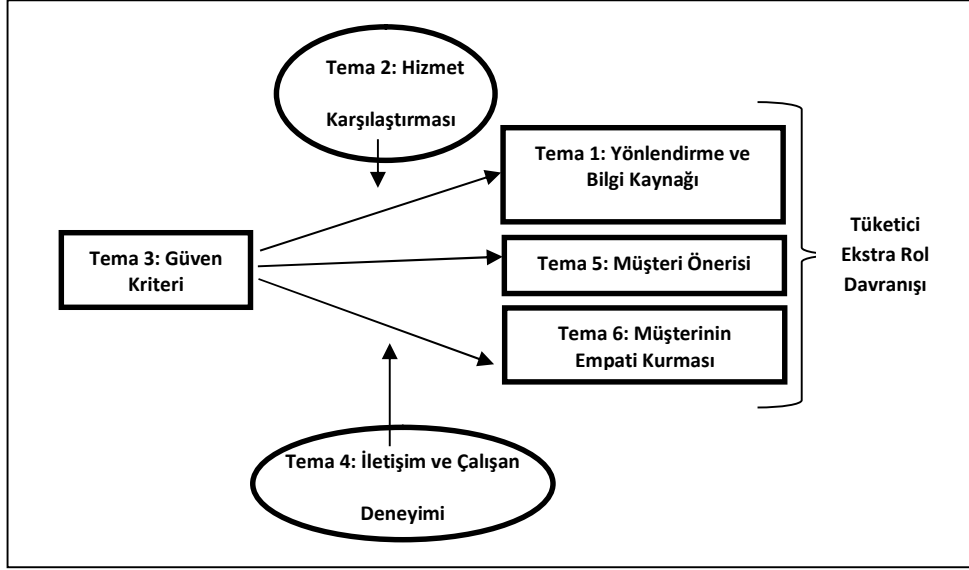
“Onlarda insan sonuçta ellerinden geleni yapıyorlar. Evet, benim istediğim gibi hizmet veriyorlar. Bazen bazı şeyleri görmemek lazım. Şimdi diyelim yolda trafik vardı adamlar geç kaldı ne yapabilirler. Hemen onlara yüklenmemek gerek. Zaten elinde sonunda kargo gelecek”

çalışana yönelik empatik düşüncesini belirtirken benzer şekilde E3:

“Bütün kargo firmaları gecikmeler yaşıyor. Kötü bir davranış sergilemedikleri sürece bir sıkıntı yok. Ne düşünüyüm insanız hepimiz bu tarz gecikmeler yaşayabiliriz”

çalışanla empati kurma noktasına dikkat çekmiştir.

Analiz sonucunda ortaya çıkan temalar Şekil 1’deki gibi sunulmaktadır.



Şekil-1: Temaların Şematik Sunumu

7. Tartışma ve Sonuç

Tüketicilerin algıladıkları hizmet kalitesi doğrultusunda, ekstra rol davranışını nasıl yansıttığını açıklamaya çalışan bu çalışmanın, araştırma sorusu çerçevesinde ulaşılan sonuçlar, literatürdeki diğer çalışmalar perspektifinde değerlendirilerek açıklanmaktadır. Konu kapsamında yapılan araştırmalarda nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu bu çalışmada yapılan nitel araştırma ile konunun derinlemesine analiz edilmesine önem verilmiş olup, literatürdeki diğer araştırmalar ile benzerlik gösteren sonuçlara ve farklılık gösterdiği noktalara değinilmiştir.

Çalışmanın ana eksenini algılanan hizmet kalitesinin, tüketici ekstra rol davranışını yansıttığı yönündedir. Bu doğrultuda yapılan niteliksel (tematik) içerik analizi sonucunda ortaya çıkan Tema 1, Tema 5 ve Tema 6 doğrudan tüketici ekstra rol davranışına işaret etmektedir. Tema 3 ise doğrudan algılanan hizmet kalitesini açıklamaktadır. Tema 2 ile Tema 4 ise Tema 1, Tema 5 ve Tema 6 ile olan örüntüsü sebebiyle çalışma kapsamında önemli görülmektedir. Örnekleme dahil olan tüketiciler nezdinde, algılanan hizmet kalitesinin; yönlendirme ve bilgi kaynağı, müşteri önerisi ile müşterinin empati kurması şeklinde tüketici ekstra rol davranışını oluşturduğu görülmektedir.

Yönlendirme ve bilgi kaynağı müşteriden müşteriye olan ürün ve hizmetler hakkındaki olumlu görüşleri ve yaşanan sorunlardaki desteği anlatmaktadır. Literatürde de belirtildiği gibi tüketici ekstra rol davranışlarından biri tüketicinin bir referans kaynağı olarak diğer tüketicileri bilgilendirmesi ve yaşadıkları zor durumlarda yardım etmesidir (Anderson vd., 2004; Ercsey, 2016; Rosenbaum ve Massiah, 2007; Yi ve Gong, 2013). Benzer bir sonuç Anaza'nın (2014) araştırmasında da görülmüştür. Araştırmada psikolojik etmenler doğrultusunda hareket eden tüketicinin, diğer tüketicilere yardım etme eğiliminde olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan başka bir araştırmada da, algılanan hizmet kalitesinin tüketicinin yönlendirme ve bilgi kaynağı olarak davranmasını etkilediği görülmüştür (Nguyen vd., 2014).

Gelibolu ve Kerse'nin (2018: 376) araştırmasında da algılanan hizmet kalitesi doğrultusunda tüketicinin yönlendirme ve bilgi kaynağı olarak görev yapabileceği saptanmıştır. Yönlendirme ve bilgi kaynağı görevini üstelenen tüketici, işletmenin ağızdan ağıza pazarlamasını da gerçekleştirmektedir.

Algılanan hizmet kalitesinde müşteri önerisinin tüketici ekstra rol davranışı olarak ortaya çıkması ise, müşterinin işletmeye geri bildirimde bulunmasını anlatmaktadır. Groth (2005) da tüketici ekstra rol davranışlarından birinin, tüketicinin kaliteli ürün ve hizmetle karşılaşmak için kuruma geri bildirimde bulunarak aslında müşterinin kuruma yardım etmesi olduğunu belirtmektedir. Algılanan hizmet kalitesi tüketici ekstra rol davranışını ortaya çıkartırken, tüketici ekstra rol davranışı da algılanan hizmet kalitesini artırmaktadır. Tüketicilerin işletmelere önerileri ile bir iş birliği ortaya çıkmaktadır (Keh ve Teo, 2001: 374-375). Yapılan bir araştırmada, işletmelerin oluşturdukları hizmet senaryoları ile müşteri odaklılık yaklaşımının algılanan hizmet kalitesini artırdığı tespit edilmiştir. Algılanan hizmet kalitesinin artması da tüketici ekstra rol davranışları arasında yer alan müşteri önerisini ortaya çıkarmıştır (Nguyen vd., 2014). Sofia ve Andres (2019) de araştırmalarında, tüketicilerin algıladıkları hizmet kalitesine göre geri bildirimde bulduklarını saptamışlardır. Bu geri bildirimler işletmeyi daha ileriye götürecek öneriler şeklindedir.

Ortaya çıkan diğer bir ekstra rol davranışı da müşterinin empati kurmasıdır. Müşterinin işletme çalışanıyla empati kurması olumlu bir sürecin ilerlediğinin göstergesidir. Bu durum aslında hoşgörü ortamının da oluştuğuna işaret etmektedir. İşletme açısından oldukça önemli görülen bu davranış, müşterinin satın aldığı hizmetin yeterli olmamasına rağmen sabırlı bir şekilde çalışanla kurduğu ilişkiyi ifade etmektedir (Lengnick-Hall, 1996; Yi ve Gong, 2013). Hoşgörünün oluşmasında, tüketici davranışının şekillenmesinde etkili olan psikolojik sürecin ve diğere bireylere karşı oluşan empatik kaygıların etkisinin olduğu görülmektedir (Anaza, 2014). Benzer şekilde Yarmacı ve Kefeli (2020) de çalışmalarında, algılanan hizmet kalitesinin faktörlerinden biri olan empatiyle tüketici ekstra rol davranışı arasında kuvvetli bir ilişkinin olduğunu vurgulamaktadır.

Konu kapsamında araştırmalar değerlendirildiğinde, algılanan hizmet kalitesi tüketicinin memnuniyeti ile ilişkilendirilmiştir (Aşık, 2016; Chen, 2008; Jensen ve Hansen, 2007). Bu çalışmada ise, bu memnuniyete etkisi olduğu düşünülen hizmet karşılaştırması ile iletişim ve çalışan deneyimi temaları ortaya çıkmıştır. Tüketici ekstra rol davranışlarının ortaya çıkmasında, iletişim ve çalışan deneyimi ile hizmet karşılaştırması yapılmasının örüntülü bir şekilde etkili olduğu söylenebilir. Bu iki unsuru işletmelerin göz ardı etmemesi gerekir. Çünkü hizmet karşılaştırması ve iletişim ve çalışan deneyimi olumlu ve olumsuz bir şekilde ortaya çıkabilir. Ratnayaka ve diğerleri (2019) çalışanların tüketicilerle kurduğu iletişimin, algılanan hizmet kalitesini etkilediğini belirtmektedirler. Kattara ve diğerleri (2008) de, yapmış oldukları araştırmada çalışanın olumlu veya olumsuz davranışının tüketicinin algıladığı hizmet kalitesiyle ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Olumlu davranış doğrultusunda tüketicinin genel memnuniyeti artmakta ve artan memnuniyet ile tüketici ekstra rol davranışına yönelmektedir.

Söz konusu çalışmada vurgulanması gereken diğer bir husus, ortaya çıkan ekstra rol davranışında, algılanan hizmet kalitesine doğrudan etkisi olduğu görülen müşterinin güven kriterleridir. Diğer bir deyişle, tüketicinin satın aldığı hizmete doğru, dürüst, hatasız ve eksiksiz bir şekilde sahip olmasını ifade etmektedir. Güvenirlik algılanan hizmette tüketicinin üzerinde durduğu hassas bir konudur. Bu çalışmada olduğu gibi yapılan bazı araştırmalarda da güvenirlik tüketicinin hizmette ilk algıladığı ve önem verdiği konu olmuştur (Aşık, 2016; Dassanayake ve Weerasiri, 2017; Haddad vd., 2012). Nitekim Yarmacı ve Kefeli'nin (2020: 3958) araştırmasında, algılanan hizmet kalitesi faktörlerinden güvenirliliğin tüketici ekstra rol davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı dikkat çekmektedir. Yine de tüketici açısından ürün ve hizmet kullanımında güvenirliliğin önemli bir etken olduğu söylenebilir. Yapılan bu çalışmada da görüldüğü üzere, tüketicinin işletmeye güvenmesi işletme hakkında diğer tüketicilere bilgi vermesine, çalışanlarıyla empati kurmasına ve işletmeyi önemseyerek önerilerde bulunmasına neden olmaktadır. Kısacası, tüketici ekstra rol davranışı sergilenmektedir.

Sonuç olarak, işletmelerin öncelikle algılanan kalite doğrultusunda müşterinin güvenini kazanması gerekmektedir. Bu sayede işletmeler tüketici ekstra rol davranışını olumlu yöne çevirebilirler. Böylelikle müşteri tarafından olumlu hizmet karşılaştırması gerçekleşebilir. Aynı şekilde işletmenin iletişim konusuna da önem vermesi gerekmektedir. İşletmelerin doğru iletişim stratejileri ve devam eden eğitim süreçleri ile çalışanlarını desteklemeleri önerilmektedir.

Yapılan çalışma özelinde, gelecekte örneklem sayısı artırılarak konu detaylandırılabilir. Aynı zamanda örneklem sayısı artışıyla birlikte, belirli aralıklarla aynı kişilerle görüşmeler tekrarlanabilir. Böylelikle algılanan hizmet kalitesinin yaşadığı değişim gözlemlenebilir. Bu değişimin de hangi tüketici ekstra rol davranışına neden olduğu ortaya çıkartılabilir. Gelecekte ise, farklı sektörler için yönelik algılanan hizmet kalitesi ile tüketici ekstra rol davranışı arasındaki ilişkinin tanımlanabilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmaların da nitel araştırma yöntemi geleneğinde yapılandırılması önerilmektedir. Konuya yönelik farklı temalar ve kavramlar ortaya çıkartılabilir. Bu temalar ve kavramlar da karma araştırma yöntemiyle nihai tüketici profiline genellenebilir. Algılanan hizmet kalitesi ve tüketici ekstra rol davranışı arasındaki ilişki müşterilerin demografik özellikleri doğrultusunda da incelenebilir. Farklı demografik özelliklere sahip tüketicilerin algılanan hizmet kalitesi faktörleri de değişkenlik gösterecektir. Dolayısıyla tüketici ekstra rol davranışları da farklılık gösterebilir. Bunun yanı sıra gelecekte yapılacak araştırmalarda, müşteriyle birlikte çalışanların görüşleri de alınmalıdır. Böylelikle literatürde müşteri ve çalışan ilişkileri kapsamında yeni modeller geliştirilebilir.

Kaynakça

- Ahearne, Michael, vd. (2005). "Antecedents and Consequences of Customer-Company Identification: Expanding The Role of Relationship Marketing." *Journal of Applied Psychology* 90: 574-585.
- A. Anaza, Nwamaka (2014). "Personality Antecedents of Customer Citizenship Behaviors in Online Shopping Situations." *Psychology and Marketing* 3(4): 251-263.
- W. Anderson, Eugene (2004). "Customer Satisfaction and Shareholder Value." *Journal of Marketing* 68(4): 172-185.
- A. Aşık, Nuran (2016). "Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma." *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9(47): 1161-1168.
- Banar, Kerim ve Ekergil, Vedat. (2010). "Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti İlişkisi Eskişehir Uygulaması." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10(1): 39-60.
- A. Bettencourt, Lance (1997). "Customer Voluntary Performance: Customers as Partners in Service Delivery." *Journal of Retailing* 73: 383-406.
- Bezirgan, Muammer (2015). "Algılanan Hizmet Kalitesi ile Memnuniyet Arasında Aidiyetin Aracı Etkisi: Sosyal Tesislere Yönelik Bir Araştırma." *International Review of Economics and Management* 3(2): 143-162.
- Bove, Liliana vd. (2009). "Service Worker in Encouraging Customer Organizational Citizenship Behaviors." *Journal of Business Research* 62: 698-705.
- Büyüköztürk, Şener (2017). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Chen, Ching-Fu (2008). "Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions For Air Passengers: Evidence From Taiwan, Department of Transportation & Communication Management Science." National Cheng Kung University.
- J. Cronin, Joseph ve A. Taylor, Steven (1992). "Measuring Service Quality: A Re-Examination and Extension." *Journal of Marketing* 56(3): 56-68.
- S. Dassanayake, Preeti ve Weerasiri, Sudath (2017). "The Impact of Perceived Service Quality on Customer Satisfaction in a Sri Lankan Veterinary Hospital." *Singapore Management Journal* 6(1): 83-98.
- Devebakan, Nevzat ve Aksaraylı, Mehmet (2003). "Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması." *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 5(1): 38-54.
- En İyi Kargo Şirketi Hangisi, <https://forum.shiftdelete.net/threads/en-iyi-kargo-sirketi-hangisi.614906/>. Erişim tarihi: 08.08.2019.

- Ercsey, Ida (2016). "Participation: Mandatory or Voluntary Behaviour?" *Club of Economics in Miskolc TMP* 12(1): 27-36.
- S.Z. Ford, Wendy (1995). "Evaluation of The Indirect Influence of Courteous Service on Customer Discretionary Behavior." *Health Communication Research* 22: 65-89.
- Fotiadis, Anestis ve Vassiliadis, Christos (2016). "Service Quality at Theme Parks." *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 17(2): 178-190.
- Fraenkel, Jack ve Wallen, Norman (2006). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Gelibolu, Levent ve Kerse, Yağmur (2018). "Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Müşteri Vatandaşlık Davranışına Etkisi." *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 19(1): 361-380.
- Groth, Markus. (2005). "Customers as Good Soldiers: Examining Citizenship Behaviors in Internet Service Deliveries." *Journal of Management* 31: 7-27.
- E. Haddad, Anood vd. (2012). "Perceived Service Quality and Customer Satisfaction: An Empirical Investigation of The Rebranded Telecommunication Companies in Jordan." *European Journal of Social Sciences* 34(1): 118-137.
- Ha, Jooyeon ve Jang, Soocheong (2010). "Effects of Service Quality and Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment." *International Journal of Hospitality Management* 29(3): 520-529.
- Ho, Li-Hsing vd. (2013). "Integration of Kano's Model and SERVQUAL for Enhancing Standard Hotel Customer Satisfaction.", *African Journal of Business Management* 7(23): 2257-2265.
- Jensen, Qystein ve K. Hansen, Victor (2007). "Consumer Values Among Restaurant Customers." *International Journal of Hospitality Management* 26(3): 603-622.
- Johnson, Wiggins ve Rapp, Adam (2010). "A More Comprehensive Understanding and Measure of Customer Helping Behavior." *Journal of Business Research*, 63: 787-792.
- Kattara, Hanan Saad vd. (2008). "The Impact of Employee Behaviour on Customers' Service Quality Perceptions and Overall Satisfaction." *Tourism and Hospitality Research* 8: 309-323.
- Keh, Hean Tat ve Teo, Chi Wei (2001). "Retail Customers as Partial Employees in Service Provision: A Conceptual Framework." *International Journal of Retail & Distribution Management* 29(8): 370-378.
- A. Khan, Muhammad (2010). "An Empirical Assessment of Service Quality of Cellular Mobile Telephone Operators in Pakistan." *Asian Social Science* 6(10): 164-177.
- Lengnick-Hall, Cynthia (1996). "Customer Contributions to Quality: A Different View of The Customer-Oriented Firm." *The Academy of Management Review* 21(3): 791-824.
- Nguyen, Helena, vd. (2014). "The Impact of Service Scripts on Customer Citizenship Behavior and The Moderating Role of Employee Customer Orientation." *Psychology and Marketing* 31(12): 1096-1109.
- Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan (2011). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat.
- Parasuraman, A Parsu vd. (1988). "Servqual: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of The Service Quality." *Journal of Retailing* 64(1): 12-40.
- Parasuraman, A Parsu vd. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *The Journal of Marketing* 41-50.
- Ratnayaka, R.M. vd. (2019). "Impact of Organizational Citizenship Behavior on Perceived Service Quality in Hotel Industry." *Journal of the University of Ruhuna* 7(1): 25-42.

- S. Rosenbaum, Mark ve Massiah, Carolyn (2007). "When Customers Receive Support From Other Customers: Exploring The Influence of Intercustomer Social Support on Customer Voluntary Performance." *Journal of Service Research* 9(3): 257–270.
- Sofia, Ferraz ve Andres, Veloso (2019). "Perceived Value of Customer Citizenship Behavior." *Proceedings of the European Marketing Academy* 48(9602).
- Spyridou, Anastasia (2017). "Perceived Service Quality and Customer Revisiting Intention: The Case of "All You Can Eat" Asian Restaurants in Southern Taiwan." *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing* 3(2): 30-38.
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay.
- Vandyne, Linn vd. (1995). "Extra-Role Behaviors-in Pursuit of Construct and Definitional Clarity (A Bridge Over Muddied Waters)." *Research in Organizational Behavior: An Annual Series of Analytical Essays and Critical Reviews* 17(17): 215-285.
- Yarmacı, Nihan ve Kefeli, Edanur (2020). "Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İstanbul Örneği." *İşletme Araştırmaları Dergisi* 12(4): 3947-3964.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yılmaz, Veysel vd. (2007). "Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(1): 299-316.
- Yi, Youjae ve Gong, Taeshik (2013). "Customer Value Co-Creation Behavior: Scale Development and Validation." *Journal of Business Research* 66: 1279-1284.
- Yi, Youjae ve Gong, Taeshik (2008). "If Employees "Go The Extra Mile", Do Customers Reciprocate with Similar Behaviour." *Psychology and Marketing* 25(10): 961-986.
- Yi, Youjae vd. (2011). "Customer Participation and Citizenship Behavioural Influences on Employee Performance, Satisfaction, Commitment, and Turnover Intention." *Journal of Business Research*, 64: 87–95.
- Zeithaml, Valeria vd. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations.*, New York: The Free Press Simon and Schuster Inc.