

Yasalarda Psikolojik Unsur Yaratılması ve Afiş Örnekleme

Muhammed Emin YILDIZ¹

Özet

Kuramsal hukuk alanı içerisinde yasaların etkinliği tartışması önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca bu tartışma, doğal hukuk ve pozitif hukuk kuramcılarını sıklıkla karşı karşıya getirmektedir. Bu çalışma yasaları ve yasaların alt metinlerini ele almaktadır. Yasaların ideal yasalar, başka bir ifadeyle adil ve etkin yasalar olup olmadığı problemini incelemekte ve yasa koyucunun bu iddiayı afişlerde nasıl dile getirdiğini araştırmaktadır. Bu amaçla, bu çalışma öncelikle Psikolojik Unsur ve Afiş kavramlarını tanımlayacak, Afiş örneklerini gösterecektir. Ardından siyasal iletişim ve hukuk felsefesi arasında bir köprü kuracak, psikolojik unsur ve yasanın uygulanabilirliği ilişkisi konusunda bir sonuca varacaktır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Unsur, Hukuk Felsefesi, Hukuk Sosyolojisi, İletişim

Creating Psychological Side in Laws and Banner Sampling

Abstract

The applicability of laws holds an important place in jurisprudence. Additionally, in this argumentation often confronts natural law's theorists and positive law's theorists. This paper handles laws and laws' subtexts. Examines that promise of "laws are fair and forceful" and this how this promise find voice in campaigns' banner or information's banners. To this end, firstly, this paper will determine "Psychological Side in Law" and "Banner", will demonstrate Banner's examples. After that, will construct a bridge between Political Communication and Jurisprudence, come to a conclusion about the law's applicability and "Psychological Side in Law".

Keywords: Psychological Side, Philosophy of Law, Sociology of Law, Communication

¹ Araştırma Görevlisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi A.B.D., av.m.eminyildiz@gmail.com

GİRİŞ

Toplum içinde yaşayan bireyler tarih boyunca birbirleriyle iletişim kurmanın yollarını aramıştır. İlkel komünal toplumlarda mağara duvarlarına av sahnesi çizilmesi bile bir tür iletişimsel kodlamadır. İnsanlığın bilgi birikiminin gelişmesine paralel olarak gelişen iletişim teknikleriyle beraber, insanların birbirleriyle kurdukları iletişim de çeşitlenmiştir. Geline nokta sadece insanlar arasında bir iletişimden değil, kurumlar ve yapılar ile insanlar arasındaki iletişimden de söz etmemiz mümkündür. Toplumsal yapılar denildiğinde ise akıllara ilk olarak devlet mekanizması gelmektedir. Toplumsal bir yapı olarak yasa diye tanımladığımız belirli kurallar ile hareket etmek zorunda olan devlet, bireylerle iletişim içerisinde olmak ister; bireylerden bilgi almak ve bireylere bilgi aktarmak gerekliliği hisseder. Hal böyle olunca da devlet mekanizması bireylerle iletişim geliştirebilmek adına çeşitli yöntemlerden yararlanır. Bu iletişim yöntemlerinden bir tanesi ve belki en eskilerinden bir tanesi de afişlerdir.

Bilindiği üzere afişler, toplumun genelinin görebileceği yerlere asılan, görsel ve yazılı unsurlardan oluşan bildirimlerdir. Roma imparatorluğu döneminde senatonun almış olduğu kararlar afiş büyüklüğündeki kağıtlara işlenerek kitlelerin görebileceği meydanlara asılmıştır. Dolayısıyla afişler bir iletişim aracı olarak yönetsel yapılar tarafından kullanılmaktadır. Salt siyasi ve politik amaçlarla kullanılmanın ötesinde kapitalist üretimin gelişmesiyle birlikte her ne kadar ticari afişler gelişim gösterse de, toplumlar için kritik öneme sahip olan siyasi afişler kadar dikkat çekici değildirler. Devlet mekanizmaları üretmiş olduğu yasaları ve alt metninde bulunan ideolojileri, kurgulamış oldukları kodlarla topluma aktarırlar ve afişler de iktidarın ideolojilerini aktarırken kullandıkları enstrümanlardandır. Otoriteden bireye bu aşağı yönlü iletişimin, yasaların etkinlik probleminin olan etkisi yadsınamaz bir gerçektir.

Bu çalışma hukuk felsefesi ve sosyolojisi literatüründe önemli bir tartışma konusu haline gelmiş yasanın etkinlik problemini, günümüzün etkili siyasal iletişim araçları olan afişler açısından ele almayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda literatür taraması yöntemi kullanılarak yasanın etkinlik problemi aktarılacak, sonrasında çeşitli afiş ve kampanya örnekleri üzerinden anlam bilim ve gösterge bilim yöntemleri kullanılarak incelemeler yapılacaktır. Etkinlik probleminin önemli bir tamamlayıcısı olduğu düşünülen Psikolojik Unsur kavramı bu bağlamda farklı bir bakış açısı ile ortaya konularak çalışma sonuçlandırılacaktır.

1. Teoride Afiş Ve Psikolojik Unsur

Yasa kavramının incelenmesinde en isabetli sistemin, H.L.A.Hart'ın da başvurduğu gibi düalist sistem ile incelenmesi olduğu söylenebilir. Bu kapsamda yasa maddi ve manevi yönleri ile ikili bit tasnife tabi tutulara incelenebilmektedir. Yasanın manevi yönüne tekabül eden psikolojik unsur kavramı ve bu kavramın somutlaşmasında büyük önem taşıyan, bir iletişim aracı olarak afişin kavramsal çerçevesi çizilmelidir.

1.1. Kavram

Kavramsal çerçeve çizilirken çalışmaya hakim iki unsur, iki ayrı başlık halinde ait oldukları alanların literatürlerinin taranması yöntemi ile incelenecektir. Hakim iki kavram Afiş ve Psikolojik Unsur kavramıdır. Bu iki kavrama sadık kalınarak inceleme “Politik İletişim Aracı Olarak Afiş” ve “Psikolojik Unsur Kavramı” başlıklarıyla yapılacaktır.

1.2. Politik İletişim Aracı Olarak Afiş

Afiş genel olarak kitlelerle haberleşme, onlardan cevap almaksızın onlara ulaşmamızı sağlayan bir iletişim aracı olarak tanımlanır (Asna, 1998, 122). Bir başka yaygın tanımda ise afiş, enformasyon vermek, reklam yapmak, politik propaganda iletmek gibi amaçlarla herkesin görebileceği yerlere asılan anlatı aracı olarak tanımlanmaktadır (Keskin, 2014, 15). Latince “*pancharta*” kavramından gelen afişler ilk defa plaket olarak 16. yüzyılda Hollandalıların İspanya ile olan savaşında Hollandalıların bağımsızlık mücadelesini desteklemek amacıyla kullanılmıştır. Reklam yapmak ve diğer ticari amaçlar ile sanatsal yapıtları tanıtmak amacıyla hazırlanan afişler dışında, bu çalışmanın konusu olan politik iletişim aracı olarak afişler ilk defa I.Dünya Savaşı yıllarında ortaya çıkmıştır. Özellikle müttefiklerin düşmanları için hazırladığı propaganda görsellerini, Weimar döneminde kullanılan seçim afişleri takip etmiştir. Fakat seçim afişleri ve psikolojik savaşın unsuru olarak kullanılan afişler bir yana, bazı afişler savaşın taraflarını veya seçimlerde seçmen iradesi etkilemek için değil, seçilmiş meşru bir iktidarın iş ve eylemlerini anlatmak ve toplumda bu iş ve eylemlere inanç unsuru yaratmak için de kullanılmıştır. Bu kullanımın en baskın örnekler ise Nasyonal Sosyalist Almanya’da Propaganda Bakanı Joseph Goebbels’in kullandığı afiş ve pankartlardır. Özellikle bu dönemde “WunderWaffe” yani mucizevi silah olarak adlandırılan propagandanın en önemli aracı, afişler olmuştur (Keskin, 2014, 16).

2. Psikolojik Unsur Kavramı

H.L.A.Hart yasayı tanımlarken Janus benzetmesi yapmaktadır (Wacks, 2015: 30). Janus Roma Mitolojisinde şehri gözetlemek için yüzlerinden birisinin sağa birisinin sola baktığı iki yüzü bulunan tanrıdır. Roma döneminde para üzerine işlenen bir figür olan Janus figürü, yaygın olarak bir şeyin iki boyutlu olduğunu anlatmak için kullanılır (Gürel ve Muter, t.y., 548-549). Söz konusu iki yüze sahip olma benzetmesinden hareket edecek olursak, bir yasanın yazılı olmayan, kodifike edilmemiş fakat varlığı bilinen, hissedilebilen, algısal olarak konumlandırılabilen tarafı psikolojik unsur olarak tanımlanabilir. Çalışmanın ileriki kısımlarında da görüleceği üzere birçok yazar farklı tanımlamalar yapsa ve psikolojik unsuru farklı kaynaklara dayandırsa da, yasada görünmeyen fakat hissedilebilen bu unusun varlığı birçok yazar tarafından kabul edilmiştir. Fakat bahsedileceği gibi bu unsur, kimi yazar için rasyonel akıl, kimi yazar için zorlayıcı unsur, kimi yazar için varlık ölçütü olarak temellendirilmiştir. Psikolojik Unsur isimlendirmesi hukuk felsefesi ve diğer teorik alanlarda çok sık kullanılmamasına rağmen, uluslararası hukukta bu tanımın kullanıldığı görülmektedir. Bağlayıcılık ve yaptırım ihdas etmemesi açısından ulusal düzeydeki yasalardan çok farklı olan bu hukuksal alanda, kodifike edilmemiş “Teamül Kurallar” adı altında bir takım kurallar yer almaktadır. Teamül kuralları üç unsurdan oluşmakta olup, bu unsurlardan birisi olan Psikolojik unsur devletlerin uluslararası alanda meydana gelen bir olayda yazılı olmasa dahi uygulanagelmış kurala yönelme isteğidir. Bu istek, Psikolojik Unsur Kavramı, şu şekilde tanımlanmaktadır;

(M)illetlerarası bir teamül hukuku oluşabilmesi için genel ve sürekli bir uygulama yeterli değildir. Teamülün psikolojik unsuru veya manevi unsuru, belirli bir olay karşısında belirli bir şekilde davranmanın hukukun gereği olarak zorunlu olduğu konusunda bir inancın varlığıdır. Bu unsura Latince olarak “*opnio jurissive necessitatis*” denir (Bozkurt vd, 2010: 89).

Görüleceği üzere yazılı olmasa dahi egemen devletleri teamül kurallarını uygulamaya iten bir inanç ve benimseme hali bulunmaktadır. İnanç ya da benimseme hali olarak adlandırılan psikolojik unsur kavramı yalnızca uluslararası hukuka özgülenmemiş, yukarıda aktarıldığı ve aşağıda da anlatılacağı üzere tüm hukuksal alanlar için farklı isimlerde kullanılmıştır. Yasaların yürürlük öncesi ve sonrası süreçlerinde inanç ve benimseme eğilimi yaratmayı amaçlayan afişlerin kullanılması ve bu süreçler içerisinde toplumda gözlemlenen protest eğilimler, Psikolojik Unsur açısından tamamlanamamış yasaların, yasaların hedef aldığı kitle tarafından

benimsenemeyeceği ve dolayısıyla yasaların ihtiva ettiği kuralların uygulanmasında zorluklar yaşanacağı iddiasını destekler nitelikte olacaktır. Bir kaç basit örnek verecek olursak;

Sağ tarafta verilen görsel(bkz.Şekil-1), Türkiye’de ulusal sınavları düzenlemekle görevli olan “Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi” adlı kurum tarafından ulusal sınavlarda öğrencilere



Şekil-1: ÖSYM tarafından öğrencilere verilen sınav materyali(kalem) görüntüsü

dağıtılan kaleme aittir. 2011 yılı sonrasında kurum nezdinde Türkiye’de sınav güvenliğinin artırılması adına köklü sınav sistem değişiklikleri yapılmış, sınavların güvenli hale getirildiği ilk defa 24 Mart 2013 yılında yapılan YGS(Yüksek Öğretime Geçiş Sınavı)’de dağıtılan görseldeki kalem ile aktarılmaya çalışılmıştır (Anadolu Ajansı, e.t.2013). Bu mesaj ile değişikliklere kaynaklık eden yasaların daha adil hale getirildiği bağlamında toplumda iknaya yönelik bilinç yaratılmak istenmiştir.



Şekil-2: Kadıköy Vergi Müdürlüğü binası üzerinde bulunan “Vergilendirilmiş Kazanç Kutsaldır” yazısı

Sol tarafta yer alan görsel (bkz.Şekil-2) ise İstanbul’da bulunan bir vergi müdürlüğü binasının, oldukça kalabalık bir meydana bakan cephesinde yer almaktadır. Türkiye’de yıllık gelir kümülatifi üzerinden oranlanarak hesaplanan gelir vergilerinde, vergiye kutsallık atfedilerek, muhafazakâr eğilimleri olan Türk toplumunda vergi yasalarına olan inandırıcılığın artırılması hedeflenmiştir. Her iki örnek görselde de görüleceği üzere yönetim aygıtı algıya ve bilince nüfuz etmeyi amaçlamaktadır. Bahsedilen bu

nüfuz etme çabası Psikolojik Unsurun ne olabileceği açısından bizlere fikir vermektedir.

2.1. Psikolojik Unsur Yaratılması

Psikolojik unsurun kavramsal çerçevesinin yanında bir diğer önemli husus çerçevenin içerisinde doldurulması adına, bu unsuru var eden yol ve yöntemlerin araştırılmasıdır. Bu kapsamda multi-disipliner bir bakış olması adına bu başlık altında yer aldığı üzere, siyasal iletişim açısından, sosyolojik iletişim açısından ve teknik iletişim açısından psikolojik unsurun yaratımı incelenecektir.

2.2. Siyasal İletişim Açısından Psikolojik Unsurun Yaratılması

Siyasal İletişim açısından psikolojik unsurun yaratılmasında, taranan literatürde üç baskın yöntem olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan birincisi yasanın yadsınması ya da yasaya uymamanın rasyonalitesinin oluşturulması yolu, bir diğeri sosyolojik kuram ve yöntemler kullanılarak yaratım, üçüncüsü ise halkla ilişkiler, reklamcılık gibi temel iletişim sistemlerini kullanılarak oluşturulan yaratımdır.

2.3. Yasaların Yadsınması Açısından Psikolojik Unsur

Psikolojik Unsur olarak tanımlanmış olan algı, rıza ya da inanç yaratılması ihtiyacının nereden doğduğunun irdelenmesi gerekir. Toplumun kendisinden icra etmesi veya etmemesi beklenen her türlü eyleme rıza gösterme eğiliminde olmadığı ileride bahsedilecek olan birkaç olayda da incelendiğinde düşünülebilir. İncelenecek olan olayların haricinde tarihsel süreç içerisinde yasalara ya da yasalarla temellendirilen politik bazı uygulamalara entelektüel başkaldırıları görülmüştür.

Etienne de La Boétie oldukça didaktik bir üslup ile yazdığı “Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev” adlı eserinde şu ifadeleri kullanmıştır;

(Ü)lke, kendi yararına bir şey yapmamak için varsın güçlülere katlanmasın; tek gerekli olan, kendi zararına olabilecek sıkıntılı bir işe kalkışmamasıdır. Demek ki, haklardır kendilerini teslim edenler, daha doğrusu kendilerini ezdirenler, çünkü kulluk etmeye son verdikleri an üstlerindeki bu yükten de kurtulmuş olacaktırlar. Kendi kendini kulluklaştıran, kendi kendinin boğazını kesen halk, özgürlük ve kulluk seçeceği karşısında bağımsızlığını terk edip boyunduruğu kabul etmiş ve bu kötü duruma razı olmak şöyle dursun, onu arzulamıştır (Boetie, 2016, 23).

Görülecektir ki Boétie protest olmayan bir halkı, kendi alanına müdahale eden müdahaleciye karşı ses çıkarmamakla, bu müdahaleyi onaylamakla hatta arzulamakla

suçlamaktadır. Henry David Thoreau ise “Doğal Yaşam ve Başkaldırı” adlı çalışmasında sivil itaatsizlik üzerine bir makale kaleme almış ve bu makalede;

(B)ir vatandaş bir an için ya da biraz olsun, vicdanını bir kenara bırakıp kanun koyuculara teslim olmalı mı? O zaman neden herkesin vicdanı var? Bence insanlığımız, yönetime tabi olmamızdan önce gelmelidir. Doğruya beslediğimiz saygıyı kanunlara da beslememiz istenemez (Thoreau, 2007, 359).

diyerek kanun koyucu ile vicdan arasında kalındığı durumlara dikkat çekmiştir. Özellikle doğal hukukun klasik önermesi olarak görülebilecek bu tartışmada, vicdanın önde olduğunu belirterek, doğru olarak tanımladığı olguyu kanunun önünde tutmuştur. Thoreau, vicdanı ya da doğruları ile kanun arasında kalındığı durumda vicdanın kanuna göre daha adil bir sonuca ulaştıracağını belirtmiştir.

Yasalara karşı direnme ya da başkaldırı davranışları sadece entelektüellerde ve toplumun herhangi bir kesiminde değil, hukuk poetikası içerisinde yer alan aktörlerden uygulayıcı konumundaki yargıçlarda da görülmektedir. 1946 yılında Alman Hukukçu Gustave Radbruch tarafından yazılan “Yasa Üstü Hukuk” adlı makalede, hakimin direnme hakkından bahsedilmiştir. Bu makalede Nazi ordusundan firar eden askerin yargılanması olayında hakim “*yasanın yargı diye isimlendirdiği şey her ne ise, o artık bu gün geçerli değildir.*” gerekçesine yer vererek hukuki pozitivizme karşı mücadelenin başladığını söylemiştir (Metin ve Heper, 2014, 87). Kinci muhbir (grudge informer) olarak anlatılan 1944 tarihinde Almanya’da meydana gelen, Nazi subayı olan kocasını aldatan ve ondan kurtulmak isteyen kadının kocasını ihbar ederek Hitler’e hakaret suçundan yargılanmasına sebebiyet verdiği olayda, Bamberg İstinaf Mahkemesi, Nazi dönemi yasalarını vicdan ve adalet hislerine aykırı bulduğu için dikkate almamış ve bir kimseyi yasaya aykırı şekilde özgürlüğünden mahrum bıraktığı için ihbarcı kadını suçlu bulmuştur (Metin ve Heper, 2014, 37-38). Görülmektedir ki istinaf mahkemesi biçimsel anlamda normatif kurallara uyan bir yasayı görmezden gelerek hüküm kurmuş ve direnme hakkını kullanmıştır. Mahkemenin direnme hakkı kullanması, yasaya uymama eğiliminin sadece hukuk entelektüeli ya da toplumun geneli tarafından değil, hâkim tarafından uygulanabileceğinin de göstergesidir.

Yasalara karşı direniş, bir yasayı adil bulmama inancı, uygulamaya ilişkin inanç unsurunun eksikliği, bazı dönemlerde daha yüksek ses ile dile getirilmiştir. Bir yasa var ise ve bu yasa egemen unsurun elinden çıkmış ise ve de kendisine uymayanları cezalandırıyor ise bu yasa uygulanır varsayımı oldukça çelişiktir. Zira yasaya uymayı tercih etmeyenler sadece

Boétie ve Thoreau gibi yazarlar değil, bir mahkemedir. Bu çelişkinin farkında olan ise sadece toplumun ses çıkaran veya çıkarmayan üyeleri değil, ciddi halkla ilişkiler çalışması(bundan sonra Public Relations kısaltması olan PR kısaltması ile anılacaktır.) çalışması yürüten yönetim aygıtlarıdır.

3. Sosyoloji ve İletişim Açısından Psikolojik Unsur

Sosyologların ve iletişim bilimcilerin üzerinde en çok durdukları konulardan birisi de toplumun bir bölümü veya tamamını bir eylemi yapmaya ya da yapmamaya nasıl ikna edilebileceği olmaktadır. Bazı yazarlar bu tartışmayı toplumsal yapı ve kültür inşası konuları üzerine yapmış oldukları çalışmalarda vermiştir. Bu çalışmalarda yazarlar inşa edilen yapının dizayn edilen kısımlarından birinin yasalar olduğunu belirtmiş, bazı yazarlar ise doğrudan yasanın normatif yapısının inşası üzerinde tartışmıştır.

Anthony Giddens'in zaman ve mekân üzerine odakladığı "Toplumsal Yapı" kuramına (Falkheimer, 2009, 241) halkla ilişkiler üzerinden yapılanmacı bir bakış getiren Zoraida R. Cozier ve Diane F. Witmer, yapılanmacı bakışta üç varsayıma dikkat çekmiştir. Yapılanmacı bir halkla ilişkiler eyleminde iletişimsel süreçlerden faydalanılarak karşılıklı bir gerçeğin inşa edilmesi, yalıtılmış bir üst işlev yerine tüm katmanlarda destek sürecinin var olması ve farklı sonuçları olan ideolojik iletişimin çözümlenmesi, bu bahsedilen üç varsayımı oluşturur (Falkheimer, 2009, 246-247). Her ne kadar açık açık bir yasanın oluşturulması süreci için bu varsayımlar olmalıdır denilmese de bahsettikleri yapılanma kavramının yasaları da kapsadığı açıktır. Zira yasaların bir toplumsal yapıyı inşa sürecinde ne ölçüde temel rol oynadığı dikkate alındığında, yapılanma sürecinde iddiayı destekleyecek olan anahtarlar; iletişim, karşılıklılık ve tüm katmanlara nüfus eden bir destek sürecidir ve bu üç ögenin politik iletişimci yazarlar tarafından savunulmasıdır.

Giddens ve yapılanma kuramcılarının bu düşüncelerinde yalnız olmadığını söylemek mümkündür. Max Weber tarafından çokça dile getirilen rasyonellik kuramının temelinde yatan düşünce, özellikle yasalar bağlamında ihtiyaç duyulan bir takım psikolojik gereklere işaret etmektedir. Bu gereklilik hali Weber'e göre bir yasanın ihtiyaç duyduğu iki öğeden birisidir. İhtiyaç duyulan öğelerden birincisi klasik pozitivist bir hukukçunun tartışmasız kabul ettiği normatif düzence yaratılma ve egemen unsurunu taşıma öğesidir. Normatif düzen içerisinde biçimsel kurallara uygun olarak yaratılmış olması ayrıca biçimsel kuralların kusursuz olduğuna

ve gemenliğin meşru olduğuna vatandaşlar tarafından inanılması durumunda yasanın geçerli olduğu kabul edilmelidir (Atiker, 2014, 162). Fakat Weber ile klasik pozitivistçileri ayıran nokta Weber'in realist motivasyon olarak ifade ettiği kısımdır.

Hukuk normlarının geçerliliği sadece biçimlere uygun olarak alınmış siyasi kararlara uygun olmasına bağlı değildir. Yasaların diyalog aracılığı ile temellendirilmeye, oydaşım aracılığı ile toplum tarafından tanınmaya ihtiyacı vardır (Atiker, 2014, 163). Weber'in bu düşüncesini rasyonel eylemden iletişimsel eyleme aktaran Jürgen Habermas ise tıpkı Weber'in yasa üretimi sürecinde oydaşım kavramı ile aradığını, kamuoyu yaratılması kavramı ile aramıştır. Habermas'a göre bir yasanın ihdas edilmesi sürecinde en rasyonel yaklaşım, toplumdaki evrenselliğe duyarlı kalarak yasaların da evrimsel olması, yasa ile toplum arasında kurulan bağ ve sosyolojik gerçeklerin yasaların üretiminde dikkate alınmasıdır. Bu arayışlar rasyonel yasanın ve aynı zamanda başarılı bir yasanın üretiminde çok önemlidir (Yükselbaba, 2012, 238-239). Niklas Luhmann ile Habermas tartışmasının temelinde yatan sebep de Luhmann'ın autopik ve kendi içerisinde kapalı bir yasa görüşüne karşı, Habermas'ın toplumla etkileşim sonucunda oluşturulmuş yasa görüşüdür (Yükselbaba, 2012, 382).

Görüleceği üzere hem Anthony Giddens tarafından kurgulanan yaratım, hem Max Weber tarafından öne sürülen rasyonel eylem ve oydaşım hem de Jürgen Habermas tarafından iletişimsel alana taşınan iletişimsel eylem ve kamuoyu, yasanın özünde biçimsel ya da normatif unsurları kabul etmekle birlikte bir başka unsurun varlığını da kabul etmiştir. Bu açıdan bakıldığında sosyoloji ve iletişim alanında ileri sürülen bu düşünceler, hukuk felsefesi içerisinde yer alan Psikolojik Unsur düşüncesinden çok uzakta değildir.

4. Teknik İletişim ve Halkla İlişkiler Açısından Psikolojik Unsur

Halkla İlişkiler ve Politik İletişim disiplinleri içerisinde önemli yer tutan birbirine yakın iki kavramdan bahsedecek olursak, bunlardan birincisi rıza imalatı diğeri ise algı yönetimi kavramıdır. Rıza İmalatı, Noam Chomsky ve Walter Lippmann tarafından

(D)evletlerin ve şirketlerin normalde insanların karşı çıkabileceği davranışlarına olumlu bakmalarının veya tepkisiz kalmalarının nasıl sağlandığını ele alan kavram, insanların istemedikleri şeyleri istiyormuş gibi hissetmelerini, ihtiyaç duymadıkları şeylere ihtiyaç duyduklarını sanmalarını ve kabul etmeyecekleri şeylere rıza göstermelerinin sağlamak (Herman ve Chomsky, 2012: 72)

olarak tanımlanmaktadır. Yine oldukça yakın bir kavram olan algı yönetimi, Yunan doğa felsefesi içerisinde

(H)akikat karşısında düşünce, öz karşısında biçim ikilemi ve duyumsama olarak tanımlanan algının, belirlenmiş politika strateji ve modellerin bireyler üzerinde yansımalarının yönetilmesi denetlenmesi, değiştirilmesi (Keskin, 2014: 23).

olarak tanımlanmaktadır. İnsanları istenilen yola ve düşünceye sevk etme eyleminin rıza imalatı ya da algı yönetimi olarak tanımlanması farketmeksizin, bu yöntemlerin hükümet ve askeri kurumlarda kullanılması kaçınılmazdır.

(S)iyasal iletişimin bir parçası olan, siyasi aktörler ve kurumlar arasındaki sembol ve mesaj alışverişi kullanılarak kamuoyu yaratılması ile genel kamusal sonuçlar elde edilmesi planlanan sistem (Reinemann, 2014: 250-251)

olarak tanımlanan siyasal halkla ilişkiler, sadece siyasal partiler tarafından değil, siyasal örgütler, devlet daireleri, çıkar grupları, düşünce kuruluşları gibi aktörler tarafından kullanılmaktadır. Haber, konu, etkinlik, kriz, değerlendirme ve dijital iletişim yönetimleri olmak üzere altı politik halkla ilişkiler yöntemi içerisinde özellikle “sorun yönetimi” yöntemi konuları ve ilgi alanları açısından oldukça dikkat çekicidir.

1976 yılında halkla ilişkiler danışmanı Howard Chase tarafından ortaya atılan sorun yönetimi, kurumların kamu ile iletişimini etkileyen kamu politikalarını önceden tahmin eden, tanımlayan, değerlendiren ve yanıtlayan proaktif bir süreçtir (Cutlip ve diğerleri, 2000, 17). Bu süreç, uygulayıcının dikkatini ilgili konuya yönelterek dinleme ve öğrenme faaliyetlerine başladığı farkındalık evresi, analizin yapıldığı ve fikirlerin oluşturulduğu keşif evresi, eldeki bulguların değerlendirildiği karar verme evresi, kararların uygulandığı uygulama evresi ve sürecin tamamlandığı tamamlama evresi olmak üzere beş evreden oluşmaktadır (Akım, 2010, 30). Sayılan evrelere ayrılan sorun yönetimi süreci, kamu politikaları açısından yaygın kullanılan bir halkla ilişkiler yöntemi olup, evreleri açısından yasa kampanyalarında aktif kullanıma uygun görünmektedir. Özellikle sorun yönetim sürecinin kullanıldığı olaylar, “kamuoyu rezonansı” olarak adlandırılmaktadır. Kamuoyu rezonansı, bireylerin birbirlerini kontrol altına almaya çalıştıkları, birbirlerini davranış açısından etkiledikleri olaylar olarak tanımlanmaktadır (Reinemann, 2014, 256). Yine Amerika Birleşik Devletleri’nde özellikle seçim kampanyalarında ve politik süreçlerde kullanılan gücün ve iktidarın korunması amacıyla uygulanan modele literatürde “Adaptionsmodell” yani uyarılama modeli denmektedir (Keskin, 2014, 211-212). Tüm bu evreler, yöntemler, modeller bölümün başında da belirtildiği üzere bir

algı ve rızanın imal edilmesi amacını gütmektedir. Halkla ilişkiler alanının bir aktörü olarak görülen devletin, bu denli sistematik PR çalışması yürütmesi, iktidarın algısal boyutta ciddi bir yaratım ihtiyacı duyduğuna işaret etmektedir.

5. Sosyoloji ve Siyasal İletişimden Hukuk Felsefesine Köprü

Psikolojik unsurun yaratılması açısından, Sosyoloji ve Siyasal İletişim alanlarından Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi alanına kurulacak olan köprünün bir ayağına sosyolojinin doğal hukuka yaklaşan bakışı yerleştirilebilir. Dolayısıyla bu temellendirme öncelikle Habitus kavramı üzerine oturabilir. 20.yy Sosyologlarından Pierre Bourdieu'nun tanımlamış olduğu Habitus kavramı içerisinde insan davranışlarının normatifleştirilmesine ilişkin eleştiriler getirilmiştir. Habitus tanımı oluşturulurken ve eleştiriler getirilirken, antropologların aşına olduğu saha deneyimi olan Cezayirli köylülerin dayanışması eyleminden faydalanılmıştır. Bu dayanışmayı oluşturan düzenin kodifiye edilmiş kurallardan değil duygu ve şerefe dayandığı belirtilmiştir. Toplumsal düzenlemelerin erişilemez bir ideal ya da kısıtlayıcı bir buyruk değil, bireylerin bilinçlerinde mevcut olan durum olduğunu söylenmiştir (Swartz, 2015: 144). Bourdieu'ya göre ,

(F)arklılıklar ve anlaşmazlıklar bir yargı mercii aracılığıyla çözüme kavuşturulmaz, akli ve biçimsel bir yargı yerine, her durumun özgül koşullarına göre hem yargıyı hem de cezayı dikte eden bir şeref ya da adalet duygusuyla halledilir (Bourdieu, 1965: 22).

Davranış ve eğilimler üzerine oturan kuralların toplum tarafından kabul edilerek uygulanmasının, kuralların kodifiye edilmiş olmasına ve normatifleştirilmiş olmasına bağlı olduğu ile açıklanmaya çalışılması çabası, “Ne kadar yasa o kadar adalet” yanılısamından çok da farklı değildir. Pierre Bourdieu tarafından Habitus içerisinde dile getirilen bu görüşün çok benzeri, Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi alanı içerisinde Niklas Luhmann ve Jürgen Habermas arasında yapılan tartışmanın merkezinde de yer almıştır.

John Austin'in klasik pozitif hukuk felsefesinde, genel kanaat ile oluşturulmuş olsa da bir yaptırım ile donatılmamış olmaması durumunda olan şeyin, yasa değil ancak yasaya yakın bir olgu olduğu ifade edilir. Yasa, onu oluşturan bireyin veya organın bir şeyin yapılması veya yapılmaması yönündeki isteğini ihtiva eder; bu isteğine uymayanın ise bir yaptırım olarak iliştilen kötülükten muzdarip olması gerektiğini söyler (Austin, 2015: 116). Öyle ki yasanın psikolojik unsuru olan bu bağlayıcılık ki Austin felsefesi içerisinde yaptırım yoluyla yasayı uygulanır kılma yöntemi olarak yer alır, örgütü yani devleti yaratan unsurdur. Yasalardaki

bağlayıcılık, onu oluşturanın egemenliğinden gelmektedir (Furtun, 1997: 18). Özetle Austin psikolojik unsur olarak ifade edilen kavramı, görünmeyen bir unsurun varlığını kabul eder ve yasalar için belirlediği üç ölçütten birisi olarak tanımlar (Işıқтаç, 2010: 238). Fakat Austin için bu unsur bağlayıcılık, yaptırımlama, yasanın uygulanmaması durumunda tehdit etme ve bu tehdittin inandırıcılığı gibi argümanlardan gelir. Nitekim Austin'in bu görüşü kendisinden sonra gelen pozitivistleri ve Nürnberg Mahkemelerini etkilemiştir (Yükselbaba, 2012: 381).

Foucault'un da hukuk ve yasalara olan bakışı içerisinde Austin'e yakın durduğu söylenebilir. Foucault'un Austin felsefesi ile ilgilendiğine dair bir tespit yapılamamış olsa da Foucault'un yasayı tanımlamakta, yasayı koyan iradenin egemen ve emredici tarafından çokça bahsettiği görülmektedir. Foucault Hukuksal ve Söylemsel iktidar modelini tanımlarken şu şekilde iki ifade kullanır;

(İ)ktidar konuşur ve bu kuraldır. İktidarın kansız biçimine yasa koyucunun işlevinde rastlanır; ve cinsellik karşısındaki eylemi tipi hukuksal söylemsel türden olacaktır.

(Y)asa hep kılıçtan söz eder (Koloş, 2015: 247).

Foucault'un yasanın kaynağına ilişkin çalışmalarında kılıçlar, emirler ve buyruklar olması, Austin gibi egemen ve yaptırımlama üzerinde durması, etkileşim ve iletişim gibi kavramlardan bahsetmemesi, yasalara pozitivist bir gözden baktığına işaret edebilir. İddia “Yasada psikolojik unsur denen bir unsurun var olduğu, bu unsurun salt anlamda egemenlik ve emredicilik olmadığı, ne kadar egemen olursa olsun devletin bir şekilde PR çalışması yapmak ihtiyacı hissettiği, zira salt egemenliğin özellikle günümüzde yavaş yavaş eski itibarını kaybettiği, psikolojik unsur için egemenliğin bazı örneklerde yeterli olamadığı” iddiasıdır. Psikolojik unsurun dayandığı nokta salt egemenlik noktasından, egemenlik ve etkileşim(inanç algısı yaratmak için yasanın hedefi olan kitle yani toplum ile iletişim kurularak sağlanması) noktasına evrilmektedir. Bu görüş daha önce de doktrinler tarafından şu şekillerde dile getirilmiştir;

Toplumsal destek/rıza, yönetilenlerin gözünde yönetenlerin ve onların uygulamalarının meşruiyet kaynağıdır. Yönetilenlerin yönetenlere uymaları ancak yönetenler meşru olduğu zaman bir görev halini alır. Bu nedenle olsa gerek, dayandıkları siyasi doktrin ne olursa olsun bütün yönetimler halkın onayının gerekliliğinin bilincinde olmuştur (Dönmezer, 1982: 377; Selçuk: 1999, 22; Vergin, 1996: 15; Macit, 2010: 17).

Anlatılan tüm bu fikirsel evrim, güncel sayılabilecek bir tartışmaya da öz açısından konu olmuştur. Tartışmanın taraflarından birisi olan Niklas Luhmann, hukukun kapalı bir sistem ihtiva ettiği iddiasını ileri sürmüştür. Bu iddiaya göre, hukuk “Autopik” yani içe kapalıdır, kendi kendini üretir. Dolayısıyla Luhmann’a göre sistem, bireylerin tercih ve inançlarından bağımsızdır. Autopoietik sistem eylemsel olarak da kapalıdır. Luhmann açık şekilde egemenlik veya yaptırım gibi bir unsurdan bahsetmemiş, doğrudan yasayı oluşturan olguyu, birey inanç ve eğilimlerinden soyutlamıştır (Yükselbaba, 2012: 382). Daha önce bahsedildiği üzere Habermas ise iletişimsel eylem kuramını ileri sürerek, yasalar için bir etkileşim ve uzlaşma sürecine vurgu yapmıştır. Habermas sistemin kapalı olmadığını hukukun kendisi dışındaki olgulara açık olduğunu, dış dünyanın değişkenliğini dikkate alarak, hukukun yenilenebilir bir sistem olması gerektiğini savunur. Luhmann’ın hukuku haklılaştırmaya ihtiyacı olmadığı söylemine karşı Habermas, iletişimi sadece kendi diline özgü şekilde gözlemleyen autopoietik sistemi eleştirmektedir (Yükselbaba, 2012: 384).

6. Uygulamada Afiş ve Psikolojik Unsur

Hayatın olağan akışı içerisinde meydana gelen değişiklikler ve ortaya çıkan her yeni ihtiyaç haliyle yasalarda da değişim ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Bu değişimler çoğu durumda toplumdaki ihtiyaca doğrudan cevap vermekte veya toplumda oluşan bir uygulama bilinci üzerine oturmakta veya da doğrudan toplumun yasa koyucunun egemen olduğu ve yaptırımlarla karşılaşabileceği bilinci üzerine oturmaktadır. Fakat çalışmada da iddia edildiği üzere, bazı yasal değişiklikler ne kadar ihtiyaca yönelik veya yasa koyucunun hissedilir egemenliği üzerine oturursa otursun; değişen yasa, uygulama alanı bulamamakta, toplumsal reaksiyonlarla karşılaşmaktadır. Bundan dolayı yasa koyucunun ve de yönetim aygıtının yazılı ve görsel iletişimi kullanmak yoluna başvurduğu gözlemlenmiştir. Bu yollara, ya yasaya karşı koyma davranışlarının ortaya çıkmasından sonra ya da bu davranışların ortaya çıkma potansiyeli fark edilerek yasanın uygulamasının öncesinde başvurulmaktadır. Kanaatim özellikle temel hak ve özgürlükler bağlamında kişilerin oldukça benimsediği haklara doğrudan nüfuz eden yasa değişimlerinin, vergi düzenlemelerinde mülkiyet hakkına veya kamu güvenliğine ilişkin yasalarda özel hayatın gizliliğine nüfuz etmesi gibi, protest davranışlarla karşılaştığıdır. Bu bölümde farklı hukuki ve siyasi kültürleri olan ülkelerden olay ve afiş örnekleri sunulacaktır.

7. Afiş Örnekleri ve Yasa Kampanyaları

Şüphesiz bölgelerin, ülkelerin, siyasi toplulukların farklı siyasal kimlikleri, bu kimlikleri etkileyen çeşitli insan faktörleri bulunmaktadır. Özellikle bu çalışma bağlamında, yasa, topluluk itaat gibi kavramlara bakışın bölgesel olarak değiştiği düşünüldüğünde, psikolojik unsurun yaratım örnekleri belirli ülkelere göre tasnif edilerek ve sınırlı kalınarak incelenecektir.

7.1. Amerika Birleşik Devletleri'nden Örnekler

İlk örnekler Kuzey Amerika bölgesinden seçilmiştir. Bunun sebebi Kuzey Amerika'da iletişim yöntemlerinde gelinen doyum noktası ve sivil toplumun güçlü örgütlenmesidir. Zira propaganda ve yasaya karşı örgütlenme hareketlerinin yoğun görülebileceği bir toplum kültürü olduğu söylenebilmektedir.

7.1.1. Obamacare Yasası(Amerikan Sağlık Reformu)

Amerika Birleşik Devletleri'nde uzun yıllardır tartışılan sağlık sistemi ve sağlık sigortası konularında yapılan sağlık düzenlemelerine OBAMACARE ismi verilmiştir. Asıl ismi "Patient Protection and Affordable Care Act (Hasta Koruma ve Ekonomik Sağlık Bakımı Yasası)" olan bu düzenleme, dönemin başkanı olan Barrack Obama'nın ismi ile anılmıştır. Bu düzenlemeye göre ebeveynler üzerinden sağlık sigortasından yararlanma yaşı 19'dan 26 yaşa çekilmiş, "pre-existins conditions" hastalar yani mevcut hastalıkları olan kişiler sağlık sigortası kapsamına alınmış, yıllık 250 bin dolardan fazla geliri olan kişilere ek vergiler ve sigorta prim ödemeleri getirilmiş, geliri 30 bin ve 80 bin dolar arasında değişen ailelere uyum primleri ödeme yükümlülüğü getirilmiştir. Ayrıca 2014 yılı itibariyle sisteme geçiş yapmayan kişiler için 95 dolar ya da gelir üzerinden %1 (hangisi büyük ise) ceza ödemesine ilişkin madde eklenmiştir. Bu düzenleme Amerikan federal bütçesine 900 milyar dolarlık bir yük getirmiştir (Amerika Bülteni, e.t.2018.)

Bu yasal düzenlemenin en dikkat çekici noktalarından birisi, liberal ekonomik düzenin öncülerinden olan bir ülkenin, sosyal devlet sigorta sistemine yakın bir düzenleme getirmesi, özellikle doğrudan vatandaşlardan para toplayarak oluşturacağı havuz ile sağlık hizmeti vermeyi amaçlamasıdır. Zira mevcutta hastalığı olan kişilere sigorta yapmayan bir özel sağlık sigortası sektörünün klasik amerikan pragmatikliğine karşın, mevcut hastalıkları olan kişileri sigorta kapsamına alması dikkat çekicidir. Liberal alışkanlıkları açık olan bir toplumda

vatandaşlardan para toplamak esası üzerine kurulu bu sağlık sisteminde, kampanya sırasında çeşitli PR çalışmaları yürütülmüştür.



Şekil-3-4-5: Obamacare yasası kampanya sürecinde kullanılan afiş ve logolar

Yukarıda görüleceği üzere(bkz.Şekil 3-4-5) yasa, dönemin Başkanı Barack Obama tarafından tanıtılmış, ayrıca yasanın tanıtımı için kullanılan logo başkan ile özdeşleşmiş olan seçim logosundan oluşmuştur. Barack Obama'nın seçildiği dönemdeki popülaritesi ve siyasi imajı, hem isim hem de logo ile yasal düzenlemeye yansıtılmıştır.



Şekil-6: Obamacare yasası öncesinde hazırlanan bir kampanya afişi

Üst tarafta görülen(bkz.Şekil-6) afiş ise sigorta kayıt merkezlerinde sıkça kullanılan A.B.D.'nin milli renklerinden oluşan kırmızı, beyaz ve mavi rengin sık kullanıldığı bir görseldir. Bu görselde ise logo ile birlikte "Insuring America(Amerika güvence altına alınıyor)" sloganı kullanılarak, uygulamanın genel ve kapsayıcı olması, tüm ülkeye yayılmış olduğu iddiası vurgulanmıştır.

7.1.2. The Patriot Act (Amerika Vatanseverlik Yasası)

11 Eylül saldırıları sonrasında yükselen Amerikan milliyetçiliğinin bir ürünü olan bu yasa, 26 Ekim 2001 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yürürlüğe girmiştir. Asıl adı "Provide Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism (Terörizme Müdahale ve Engellemek için Gerekli Uygun Araçların Sağlanması)" olan bu yasa, isminin kısaltmasının baş harfleri İngilizce "PATRIOT" yani vatansever sözcüğünü oluşturmaktadır. Vatanseverlik Yasası, Amerikan istihbarat ve güvenlik birimlerine, Amerikan vatandaşı olmayanları süresiz gözaltında tutma yetkisi, şüphelendikleri Amerikan vatandaşlarının ev ve işyerlerine izinsiz girme yetkisi, FBI'a mahkeme kararı olmaksızın e-mail, telefon ve her türlü

iletişimi dinleme kayıt yetkisi gibi temel hak ve özgürlükleri doğrudan kısıtlayıcı yetkiler vermiştir. Bu yasa ile güvenlik birimleri kütüphane kayıtlarına dahi ulaşabilmekte, bu kayıtları kamuoyu ile paylaşabilmektedir. Basit gibi görünse de bu kayıtların incelenmesi ve ifşa



Şekil-7: Vatanserverlik yasası resmi sitesinde yayımlanan afiş

edilmesi ifade özgürlüğüne aykırı bir tutumdur (Amerika Bülteni, e.t.2018).

Temel hak ve özgürlüklerin, özüne dokunulmaksızın sadece yasalar ve yasalarca yetkilendirilen mahkemelerce kısıtlanması olan temel hukuk ilkesi ile son derece ayrı düşen bu yasanın, özellikle göçmen ve müslüman kitleleri bulunan bir toplumda kabul ettirilmesi oldukça güçtür. Edward Snowden'ın itiraflarına da yansıdığı şekliyle, ciddi bir temel hak ve özgürlüklerin zedelenmesi tehlikesi yaratan bu yasa için yine Amerikan milli bayrağı üzerine "Preserving Life and Liberty(yaşamın ve özgürlüğün korunması)" yazan afişler(bkz.Şekil-7) kullanılmıştır. Özellikle yaşam ve özgürlük gibi Amerikan toplumu için kutsal olan değerlerin teminatının bu yasa olduğu vurgusu bu afişte kullanılmıştır.

8. Avrupa'dan Örnekler

Kuzey Amerika örneğinde olduğu gibi benzer bir sivil toplum örgütlenmesi Avrupa'da da mevcuttur. Yine Avrupa bölgesinde birçok ülkenin siyasal iletişim yöntemlerine baskın şekilde başvurduğu söylenebilir.

8.1. İtalya-Tessera del Tifoso(Taraftar Kartı) Düzenlemesi

Sporda şiddetle mücadele kapsamında İngiltere, Hollanda, Macaristan, Yunanistan gibi ülkelerde elektronik biletleme ve taraftarın tanınması amaçlanan taraftar kartları uygulaması başlatılmıştır. Bu ülkelerden özellikle İngiltere, sporda şiddet olaylarının fazlalığı ile dikkat çekmektedir. Fakat ne diğer ülkelerde ne de İngiltere'de hayata geçirilen elektronik biletleme uygulaması açısından toplumsal direniş ile karşılaşılma fakat Türkiye ve İtalya'da tersine, elektronik bilet uygulamaları direnişle karşılaşmıştır. Bu direnişle karşılaşılmasının en büyük nedenlerinden birisi ise taraftar dernekleri ile mutabakat yapılmadan çıkarılmış düzenlemeler

olmasıdır. İtalya’da 2009-2010 sezonunda çıkarılan bu uygulamanın adı “Tessera del Tifoso(taraftar kartı)”dır. Bir banka tarafından kredi kartı ve banka kartı opsiyonu ile sunulan bu kartlar olmadan, deplasman maçlarına katılım ve kombine bilet alımı engellenmiştir. Bu kartlar ile taraftarların kişisel bilgileri kartın alındığı banka tarafından emniyet birimleri ile paylaşılmıştır. Bu durum Ultras geleneğinden(her zaman her yerde takımın desteklenmesi gerektiğini söyleyen bir taraftar hareketi) gelen taraftar gruplarında ciddi rahatsızlıklar yaratmış ve büyük çaplı olaylara dönüşmesine yol açmıştır (Güney, e.t.2018).



Şekil-8: İtalya taraftar kartı tanıtım afişi

Görsel(bkz.Şekil-8) “vivi lo spettacolo in prima fila (taraftar kartı ile gösteriyi ön sırada yaşa)” sloganı ile İtalya’da taraftar kartı uygulamasını yaygınlaştırılmak için kullanılmıştır. Ultras gibi proaktif bir taraftar grubu üyelerinin kişisel bilgilerini depolama amacı ciddi protesto ile karşılaşmıştır.

Başarısız bir kampanya örneği olduğu söylenebilir zira bu uygulamaya karşı rakip takım taraftarlarının bir araya gelerek taraftar cepheleri oluşturduğu gözlemlenmiştir. Mevcut veriler ışığında bir önceki yıl maç başına 25 bin olan taraftar sayısı ortalaması uygulama ile birlikte 22 bin sayısına gerilemiştir.

9. Türkiye-Varlık Barışı Düzenlemeleri

Vergi düzenlemelerinin en dikkat çekici tarafı, bir kişiye sadece vatandaş olduğu için yükletilen ve doğrudan mülkiyet hakkına etki eden bir sorumluluk olmasıdır. Vergi bir bakıma bir topluluğun parçası olmanın bedeli olarak nitelendirilebilir. Amerikan Devrimi’nin bile pul vergisi isyanları ile özdeşleştirilir olması aslında vergi düzenlemelerinin toplum nezdinde ne denli ciddi olduğunun göstergesidir. Türkiye’de de toplum nezdinde ciddiye alınan düzenlemelerden birisi varlık barışı düzenlemeleridir.

Türkiye’de 19.08.2016 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 6736 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun ile yurtdışında olan varlıkların yurtiçine aktarılması, mevcut varlıkların ise kayıtlara intikal ettirilerek vergilendirilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. Varlık Barışı olarak adlandırılan bu uygulama ile mükelleflere bildirim yapılan varlıklarda vergi indirim sağlanacağı, sermayeye ilave edilmiş olmak şartıyla ticari defterlere kaydedilen varlıkların işletmelerden çekilmesi durumunda bu varlıkların gelir ve kurum vergisi tarhiyatına dahil edilmeyeceği, intikal ettirilecek varlıklar hakkında herhangi bir inceleme denetim ve cezai işlem yapılmayacağı düzenlenmiştir(Verginet, e.t.2018).



Şekil-9-10-11: Gelir İdaresi Başkanlığı vergi yapılandırması afişleri

Yukarıda(bkz.Şekil-9-10-11) Türkiye’de Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yürütülen Varlık Barışı düzenlemeleri hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi kampanyasında kullanılan afişler görülmektedir. Bu afişlerde Vergi toplayıcı otorite, sanal dünya içerisinde oldukça popüler olan “gülen yüz emoji” ile tasvir edilmiş, “Gelin Barışalım”, “Getirin Barışalım” sloganlarının yer aldığı bu afişler birçok kamusal alanda ve kamusal internet sitelerinde sergilenmiştir. Bu afişin ise en dikkat çekici tarafı vergi gibi doğrudan mülkiyet hakkına yönelen bir uygulamaya karşı tepkilerin olabildiğince hafifletilmesinin amaçlanmasıdır. Bu yüzden oldukça popüler bir sanal alem karakteri tercih edilmiş, boynuna Gelir İdaresi Başkanlığı logosu taşıyan bir kravat iliştilmiştir. Öğrenim kredilerine ilişkin yapılandırmada ise kullanılan yüz ifadesi mezuniyet kepi ile bütünleştirilmiştir. Bir diğer dikkat çekici özellik ise teorik kısımda bahsedilen egemenlik unsurunun afişlerde görülmesidir. Gelin barışalım sloganının tamamlamak gerekirse, bu slogan “gelmezseniz küseriz” olarak tamamlanabilir. Vergi toplayıcı otoritenin alt metinde vatandaşları vergi düzenlemelerine uymamaları ve varlıklarını kayıt altına almadıkları durumlarda küsmekle tehdit ettiği söylenebilir.

Varlık barışı düzenlemelerinde birinci hedef kitle, vergilendirmenin meşruiyetini sorgulayarak varlıklarını kayıt altına aldırılmayan kişiler ile vergilerini ödemeyen kitle; ikinci hedef kitlesi ise vergilerini zamanında ödemeyerek kendilerinin cezalandırıldığını düşünen kitledir. Her iki kitlenin protest davranışlar ve düzenlemelerden rahatsız olma potansiyelleri düşünüldüğünde, kampanyanın oldukça etken olduğu söylenebilir. Özellikle bu afiş kampanyasında otorite, egemenlik ve zorlayıcılık özelliğini de hatırlatma ihtiyacı duymuş ve bunu da başarılı şekilde yapmıştır.

SONUÇ

İddia edildiği üzere, yasada psikolojik unsur denen bir unsurun var olduğu, bu unsurun salt anlamda egemenlik ve emredicilik olmadığı, ne kadar egemen olursa olsun devletin bir şekilde PR çalışması yapmak ihtiyacı hissettiği, zira salt egemenliğin özellikle günümüzde yavaş yavaş eski itibarını kaybettiği, psikolojik unsur için egemenliğin bazı örneklerde yeterli olmadığı yukarıda bahsedilen olaylarda gözlemlenebilmektedir. Özetlendiği üzere Giddens-Cozier-Witmer'in yapılandırma kuramı, Weber'in rasyonel akıl tanımı, Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı açısından bakıldığında yasaların Psikolojik unsur olarak tanımladığımız inanç unsuruna ihtiyaç duyduğu belirtilmiştir. Bu inanç unsuru sadece kuramlarda bahsedilen bir kavram olmayıp, devletin PR uygulamalarında da açık şekilde görülmüştür. Egemenliği ve meşruluğu vatandaşları tarafından kabul edilmiş olmasına rağmen, afişler hazırlaması ve PR kampanyaları yürütmesi yasa koyucunun ve uygulayıcı aygıtın bir yasaı uygulatma konusunda salt egemenliğine güvenmediğini göstermektedir. Bu yolla yasa koyucu ve uygulama aygıtı, ya egemenliğini bir kez daha hatırlatmak ya da yasanın egemenlikten bağımsız olarak en doğru yasa olduğu bilincini vatandaşlarının zihninde yaratmayı amaçlamaktadır. Yasalarda psikolojik unsurun var olduğu reddedilemez olup; psikolojik unsurun dayandığı noktanın salt egemenlik noktasından, egemenlik ve etkileşim(inanç algısı yaratmak için yasanın hedefi olan kitle yani toplum ile iletişim kurularak sağlanması) noktasına evrildiği açıktır.

Elde edilen bulgular özetlenecek olursa öncelikle yasanın adil olduğu miti karşımıza çıkmıştır. Görüldüğü üzere hukuk felsefesi literatüründe birçok önemli kuramcının yasanın bir diğer yanı, yönü, tarafı olduğu yönünde ki görüşleri ön plana çıkmıştır. Bahsedilen diğer yön ise yaptırım, norm, kodifikasyon, biçimsellik gibi yasanın görünür hissedilir unsurları gibi görünür değil; inanç, etkinlik, itaat, sosyal olgu ve sosyolojik temellere uyumluluk gibi görünmeyen fakat hissedilir olan öğelerden oluşmuştur. Nitekim bu bakış açısı ile bakıldığında,

Sokratik bir gelenek olarak, soru başka bir soru olan “yasaya bilinçli uymama durumunun örnekleri var mıdır?” sorusunu doğurmuştur.

Örneklemlere dikkat edileceği üzere yasanın psikolojik unsuru, yasanın varlığı konusunda neredeyse bir tamamlayıcı unsur haline gelmiş, sözleşmecilere atfen psikolojik unsur, tarafların (yasa koyucu ve halk) bir araya oturduğu bir masa halini almıştır. Bu masada yapılan tartışmaların argümanlarını ise propagandaların oluşturduğu görülmüştür. Nitekim Amerikan sağlık reformunun doğruluğunun kabul ettirilmesi, bir siyasi figürün ve seçim argümanlarının doğruluğundan sadır hale getirilmiştir. Yine güven tesisi amaçlı bir başka yasa olan Vatanseverlik Yasası, Amerika’nın en kutsal varlığı olan “Liberty” yani özgürlüğün ontolojisinin teminatı halinde topluma sunulmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere “huzur, güven, özgürlük, mülkiyet, ulus olma bilinci ve bayrak gibi topluma ait birçok kutsalın ve vazgeçilmesin teminatı bu yasadır” önermesi, bir rıza ve ikna bilincinin yaratılmasında etkili olmuştur.

Durum Avrupa kıtası içinde farklı olmamıştır. Özellikle bir örnekte görüldüğü üzere sosyal olgu olarak toplumun ayrılmaz bir parçası olan futbol kültürü, holiganist ve klanist ayrımlar yaşayan bir topluluğu bile yasaya karşı durma bilinciyle aynı çatı altına toplayabilmiştir. Durum Türkiye için ise daha farklı seyretmiş, Türkiye’de politik iletişim son derece profesyonel kullanılmıştır. İmgelem olarak Devlet’in şedit ve zorlayıcı gücü, smile olarak simgelenerek kavgacı değil uzlaşıcı bir yöntem benimsenmiş ve bu uzlaşıcı yöntem el uzatma ile formülize edilerek desteklenmiştir.

Çalışmanın, gerek psikolojik unsurun kavram gerekse de örneklem kısmındaki bulgularına bakıldığında, hukuk, kanun, yasa, egemen, otorite anlayışının değiştiğini, eskisi gibi de olamayacağını söylemek mümkündür. Bir monarşi ürünü olarak “yasa otoritenin iradesidir” yargısı “yasa otoritelerin uzlaşmasıdır” noktasına evrilmektedir. Söylemek mümkündür ki psikolojik unsur bu gün şu haliyle bile yasanın etkinliği problemine derinlemesine nüfuz etmektedir ve tamamlayıcı bir unsur halindedir. Bu çalışması sonrasında ve geleceğin sosyal bilim literatüründe psikolojik unsurun buradaki gibi “tamamlayıcı” değil “yaratıcı” unsur olarak tanımlanacağı ihtimalinin oldukça kuvvetli bir ihtimal olarak karşımızda durduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akım, F. (2010), *Halkla İlişkilerde Stratejik Karar Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının Rollerini*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Asna, A. (1998), *Public Relations Temel Bilgiler*. İstanbul: Der Yayınları.
- Atiker, E. (2004). “Modern Toplumda Haklılaştırma (Meşruiyet) Sorunları” *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, 3.Dizi, 8.Sayı.
- Austin, J. (2015). *Hukukun Belirlenmiş Alanı*. (1.Bs). (Çev. Ü.Yükselbaba, S. Üye, U.Koloş). (1.Baskı) İSTANBUL: Tekin Yayınları.
- Boetie, E. (2016), *Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev*. Ankara: İmge Yayınları.
- Bourdieu P. (1965). *The Sentiment of Honour in Kabyle Society*. The ALGERIAN BOSTON: Beacon Press (Aktaran. Swartz, D. (2015). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi*. (3.Bs). (Çev. E.Gen) İSTANBUL: İletişim Yayınları.
- Bozkurt E., Kütükçü A., Poyraz Y. (2010). *Devletler Hukuku*. (6.Bs). Ankara: Yetkin Yayınları.
- Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. (2000). *Effective Public Relations*. (8th Ed). NEW JERSEY.
- Dönmezer, S. (1982). *Sosyoloji*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Falkheimer, J. (2009). *Halkla İlişkiler Üzerine Antony Giddens ve Halkla İlişkiler: Üçüncü Yoldan Bir Bakış*. (1.Bs). (Der. F.Keskin, P.Özdemir) ANKARA: Dipnot Yayınları.
- Furtun, A. (1997). *İngiliz Analitik Pozitivizmi, John Austin'in Hukuk ve Devlet Teorisi*. ANKARA: Seçkin Yayınevi.
- GÜREL, E., MUTER, C. “Psikomitolojik Terimler: Psikoloji Literatüründe Mitolojinin Kullanılması”. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:7.
- Herman, E. ve Chomsky, N. (2012). *Rıza İmalatı Kite Medyasının Ekonomi Politikası*. (2.Bs). İSTANBUL: BGST Yayınları.
- Işıktaç, Y. (2010). *Hukuk Felsefesi*. (3.Tıpkı Bs). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Keskin, F. (2014). *Politik İletişim Sözlüğü*. (1.Bs). Ankara: İmge Kitabevi.
- Koloş, U. (2015). *Foucault, İktidar ve Hukuk Modern Hukukun Sosyal Bilimi*. (1.Bs). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Macit, M. (2010). *Türkiye'de Toplumsal Değişim ve Siyaset*. İstanbul: Birey Yayınları.
- Metin, S., Heper, A. (2014). *Ceza Hukuku Felsefesine Katkı: Radbruch Formülü*. (1.Bs). İstanbul: Tekin Yayınları.
- Reinemann, C. (2014). *Political Communication*. Boston: De Gruyter Mouton.
- Selçuk, S. (1999). *Zorba Devletten Hukukun Üstünlüğüne*. (3.Bs). Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.

Swartz, D. (2015). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nun Sosyolojisi*. (3.Bs). (Çev. E.Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Thoreau, H.D. (2014). *Doğal Yaşam ve Başkaldırı Sivil İtaatsizlik Makalesi ve Walden Gölü*. (3.Bs). (Çev.S.Çiftçi). İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Wacks, R. (2015). *Hukuk Felsefesine Kısa Bir Giriş*. (6.Bs). (Çev.E.Arıkan). İstanbul: Tekin Yayınları.

Vergin, Nur. (1996). *Siyaset, İlgisizleşme ve Türkiye'de Temsil Sorunu. Türkiye Günlüğü*. Sayı:38.

Yükselbaba, Ü. (2012). *Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusal İlkesinden, İletişimsel Kamusal Geçiş*. (1.Bs). İstanbul: XII Levha Yayınları.

Elektronik Kaynaklar

6736 Sayılı Kanun'un Varlık Barışına İlişkin Hükümleri. (t.y.). Erişim: 05.01.2018, <http://www.verginet.net/dtt/11/Vergi-Sirkuleri-2016-87.aspx>

Anadolu Ajansı ile ÖSYM Sınav Hizmetleri Daire Başkanı Doç.Dr.Yasin BULDUKLU Röportajı. (t.y.). Erişim: 18.02.2019, <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/osym-kalem-ve-silgileri-yeniledi/276802>

Bir Ulusal Güvenlik Paketi: Patriot Act. (t.y.). Erişim: 05.01.2018, <http://amerikabulteni.com/2014/12/11/bir-ulusal-guvenlik-yasa-paketi-patriot-act/>

Güney, E. (t.y.). Sporda Şiddet ve E-Bilet Sorunsalı: Türkiye-İtalya Karşılaştırması. Erişim: 05.01.2018, <http://www.taraftarhaklari.org/sporda-siddet-ve-e-bilet-sorunsali-turkiye-italya-karsilastirmasi/>

ObamaCare Yasası Nedir? Amerikan Vatandaşlarına ne getiriyor?. (t.y.). Erişim: 04.01.2018 <http://amerikabulteni.com/2012/03/28/obamacare-nedir-tartisilan-saglik-sigortasi-reformu-amerikalilara-ne-getiriyor/>

Obama Health Care Summary. (t.y.). Erişim: 04.01.2018, <https://obamacarefacts.com/obamahealthcare-summary/>