

ONLINE (ÇEVİRİM İÇİ) ARABULUCULUK: ARABULUCULARIN SOSYAL MEDYA KULLANMA DENEYİMİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA*

Erol İLHAN**, Sultan BAYRAM***

Gönderim Tarihi: 26.03.2021 - Kabul Tarihi: 30.09.2021

İlhan, E. ve Bayram, S. (2021). Online (çevrim içi) arabuluculuk: Arabulucuların sosyal medya kullanma deneyimi üzerine bir çalışma. *Etkileşim*, 8, 64-88. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.138

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Bu çalışmada internet üzerinden iletişimin yükselen yönüne ve covid pandemisi ile evlere kapanan insanlar için online iletişimin vazgeçilmez olduğuna vurgu yapılmıştır. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözenin sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu herkes tarafından kabul görmüştür. Covid pandemisi sürecinde Türkiye'deki arabulucular da dünyadaki benzerleri gibi online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmışlardır. Bu durum çevre dostu online arabuluculuk yönteminin hem kolay erişilebilir hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Çalışmada, kişilerarası çatışmaların çözümünde rol alan arabulucu ve müzakerecilerin oluşturduğu *Facebook* topluluk sayfaları üzerinden yapılan paylaşımlar, içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Buna paralel olarak, arabulucuların sürece, sosyal medyadaki paylaşımlara ve kadın arabulucuların rolüne ilişkin bakış açıları nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, arabulucuların *Facebook* üzerinden etkileşimde bulunarak, hareketsiz sosyalleştikleri diğer yandan arabuluculuk sürecinde kadının rol almasının, görüşme ortamını yumuşattığı, çözüme ve uygulanabilir anlaşmalara varma olasılığını da artırdığı görülmüştür. Ayrıca Covid-19 salgını ile evlere kapanan birey ve gruplar için online (çevrim içi) iletişimin vazgeçilmez olduğu açık bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: uyuşmazlık çözümü, arabuluculuk, *Facebook*, hareketsiz sosyalleşme, çevrim içi arabuluculuk.

* Bu çalışma Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı'nda 2019'da tamamlanan "Sosyal etkileşimde yeni medyanın rolü: Arabulucuların *Facebook* topluluk sayfaları kullanımı üzerine bir araştırma" başlıklı tezden türetilmiştir.

** Doçent Doktor, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, erol.ilhan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9428-4611

*** Avukat-Arabulucu, Yüksek Lisans Mezunu, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, sultanbayram3@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8338-0851

ONLINE MEDIATION: A STUDY ON EXPERIENCE OF MEDIATOR'S USE OF SOCIAL MEDIA*

Erol İLHAN**, Sultan BAYRAM***

Received: 26.03.2021 - Accepted: 30.09.2021

İlhan, E. ve Bayram, S. (2021). Online (çevrim içi) arabuluculuk: Arabulucuların sosyal medya kullanma deneyimi üzerine bir çalışma. *Etkileşim*, 8, 64-88. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.138

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

In this study, it is emphasized that the communication over internet is surging and online communication is inevitable for people who were under lockdown due to Covid-19 pandemic. Today, it is widely accepted that mediation is a sustainable, efficient and cost-effective way to resolve conflicts and other disputes. During the Covid-19 pandemic, mediators in Turkey have made a quick shift to online mediation, as their counterparts in the world. This situation has indicated that the environmentally friendly online mediation method can also be both easily accessible and highly effective. In this study, the posts on mediators' and negotiators' Facebook community pages taking part in the resolution of disputes were analyzed by content analysis technique. In this line, the mediators' perspective on the process, social media postings and the role of female mediators were analyzed through the interview technique. As a result of the study, it is seen that the mediators are socializing through interaction via Facebook without any movement and the women's involvement in the mediation process softened the negotiation environment and increased the possibility of reaching a solution and applicable agreements. In addition, it has clearly emerged that online communication is indispensable for individuals and groups who are confined to their homes due to the Covid-19 pandemic.

Keywords: disagreement resolution, mediation, Facebook, still socialization, online mediation.

* This study is derived from the thesis titled "The role of new media in social interaction: A research on using Facebook community pages" completed in 2019 at Department of Journalism of Ankara Hacı Bayram Veli University Institute of Graduate Programs.

** Associate Professor/PhD, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, erol.ilhan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9428-4611

*** Lawyer-Mediator, Postgraduate, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, sultanbayram3@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8338-0851

Giriş

Yeni medya, kullanıcılarına bilgisayar, tablet ve mobil telefonlar üzerinden gerçekleşen bir iletişim olanağı sunmaktadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleşen bu iletişim süreci “hareketsiz toplumsallaşma” (Binark vd. 2007: 161) olarak adlandırılmaktadır. Yaşanan bu deneyim sanal olsa da gerçeklikten bağımsız değildir. Bireyler, eğlenmek, bilgi edinmek, deneyim paylaşımında bulunmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

Çeşitli araştırmalar, bireylerin sosyal medya ortamında kendisine benzeyen, ortak bir dil kullanabildikleri ve çoğunlukla çevrim dışı yaşamda ilişkide oldukları bireyler ve gruplarla bir araya geldiğini göstermektedir. Yeni medya ortamında bireylerin yoğun olarak kendilerine benzer alışkanlıklara, görüş, duygu ve düşüncelere sahip bireylere ulaşarak benlik sunumunda buldukları (Goffman, 2009: 85) görülmektedir. Mosco’ya (2009: 24) göre bireyler sosyal medya aracılığıyla benlik sunumunu ekonomik kaygılarla toplumsal kontrol ve hayatta kalma çabası için yapmaktadırlar. Dijck (2016: 176-177) ise benlik sunumunun bunlara ek olarak tek taraflı popülerlik ve hırs için yapıldığını ifade etmektedir.

Yeni olarak isimlendirilen bilgisayar temelli iletişim toplumsal etkileşimin mekânsal ve zamansal sınırlarını yıkarak, kullanıcılarına daha katılımcı bir yaşam olanağı sunmaktadır (Timisi, 2003: 139). İnternet ve çevrim içi sanal iletişim ve etkileşim arabulucuların hayatını kolaylaştıran önemli uygulamalardan biridir. Çevrim içi dünyada içerik üretimi yapan toplulukların amacı, kullanıcıların sahip oldukları içeriklerin birbirleriyle paylaşılmasını sağlamaktır (Özata, 2013: 86). Arabulucular da *Facebook* üzerinden birbirleriyle sürekli etkileşim halinde bilgi ve döküman paylaşımında bulunmaktadır. Yine Covid pandemisi sürecinde Türkiye’nin dört bir tarafındaki yaklaşık 15.000 arabulucu uzman arabuluculuk eğitimlerine online olarak katılmıştır. Pandemi koşullarında yüze yüze gerçekleştirilemeyen arabuluculuk toplantıları, telekonferans, *WhatsApp* ve *Zoom* üzerinden yapılarak; neredeyse her şeyin durduğu bu dönemde arabuluculuk görüşmelerinin aksamadan yürütülmesi sağlanmıştır.

Araştırmada örneklem olarak seçilen arabulucuların kurduğu *Arabulucu, Arabulucu ve Uzlaştırma, Global Mediators Network (GMN) Türkiye ve Türkiye Arabulucular Platformu* gibi grupların *Facebook* topluluk sayfalarındaki paylaşımları içerik analizi tekniğiyle incelenerek, söz konusu paylaşımların bu gruplarda yer alan bireylerin sosyalleşmelerine etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Arabulucu, uyumsuzluk tarafları arasında iletişimi sağlayarak onların kendi kararlarını vermelerine yardımcı olan uzman üçüncü kişidir. Arabuluculuk Türkiye için yeni bir mesleki alandır. Türkiye’deki arabulucular henüz bir birlik veya oda yapılanması altında örgütlenememişlerdir. Arabulucular bu eksikliği sosyal medya aracılığıyla, özellikle *Facebook* ve *WhatsApp* üzerinden birbirleriyle iletişimde/etkileşimde bulunarak gidermeye çalışmaktadırlar.

Arabulucular *Facebook* sayfalarında paylaşımlar yaparak, birbirlerini çeşitli toplantı ve eğitimlerden haberdar etmektedirler. Bu paylaşımların amacı, top-

lantı ve eğitimlere en yüksek seviyede katılımı sağlamak, arabulucuların bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmaları ve kendi alanlarında yetkinleşmelerine katkı sunmaktır. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; toplantılar, eğitimler, mevzuattaki güncel gelişmeler, yargı kararları, Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın (ADB) duyuruları ile ilgili gelişmeleri kolayca takip edebilmektedirler. Kısacası arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabuluculuk alanındaki gelişmelerden anında haberdar olmakta, internetin hipermentinsellik özelliğinden faydalanarak haberin kaynağına linklerle ulaşarak daha fazla bilgiye kısa sürede ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

Araştırmada örneklem olarak, müzakere, arabuluculuk ve uzlaştırma alanında çalışan süreç yöneticilerinin, oluşturduğu *Facebook* topluluk sayfalarındaki 1 Aralık 2018 - 30 Nisan 2019 tarihleri arasındaki paylaşımlar kodlama cetvelinde yer alan çözümlene yönergesine göre kodlanmıştır. Bu tarihlerin seçilmesi tesadüfi değildir. Arabuluculuk, önce 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu ile ihtiyari olarak hayatımıza girmiştir. Ardından dava şartı (zorunlu arabuluculuk) 1 Ocak 2018 tarihinden itibaren işçi-işveren uyuşmazlığında, 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren de konusu bir miktar paranın ödenmesi olan ticari uyuşmazlıklar ve son olarak da 28 Temmuz 2020 tarihli 7251 Sayılı Kanun ile tüketici uyuşmazlıkları da dava şartı arabuluculuk kapsamına alınmıştır. Arabulucuların mevzuattaki bu yeni düzenlemelere hazırlıklı olmaları için, Arabuluculuk Daire Başkanlığı ve arabulucular tarafından incelemeye konu edilen bu beş aylık süreçte, gerek arabuluculara yönelik, gerekse uyuşmazlık taraflarına yönelik pek çok eğitim, toplantı ve seminerler düzenlenmiştir. Bu süreçte yapılan bilgilendirme toplantıları grup yöneticisi konumundaki arabulucular tarafından sosyal medya aracılığıyla, özellikle *Facebook* üzerinden bazen canlı olarak arabuluculara anında ulaştırılmıştır. Arabulucular evlerinde, iş yerlerinde bilgisayar ve mobil telefonlardan bu toplantıları takip ederek, hareketsiz toplumsallaşma deneyimini yaşamışlardır.

Topluluk *Facebook* sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, fotoğraf ve video dosyalarının görüldüğü bir alana sahiptir. İncelemeye konu edilen *Facebook* sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Araştırmada ana konu başlığı hukuk olup alt konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir.

İnternete ilişkin akademik araştırmaların, internet ara yüzünde veri toplama karşılaşılan sorunlar sebebiyle, genelde nicel değil, nitel yöntemlere dayandığı görülmektedir. (Kim ve Weaver, 2002'den akt. Narin, 2015: 138). Çevrim içi anketler internet temelli nicel çalışmalara kolaylık sağlasa da örneklem seçimi, kodlama, birimselleştirilmenin güç olması, hipermentinsellik ve internet içeriklerinin çok çabuk değişmesi nedeniyle bu alanda çalışmayı zorlaştırmak-

tadır. Yine içerik analizine konu edilen internet metinlerini saklamak, kopyalamak başlı başına bir sorundur. Ayrıca kullanıcıların üre-tüketici (*prosumer*) (Laughey, 2010: 66-67) konumunda olmaları, kullanıcı türevli içeriklerle (*user created content*) web sayfasında içeriğin değişimi, yeniden inşası, veri toplanması ve içerik analizini güçleştirmektedir.

İçerik analizi tekniği bir metin içerisinde geçen karakteristiklerin ne sıklıkla tekrar ettiğine, hangi tutumla sunulduğuna dair mesajların biçimsel özelliğini saptamak amacıyla kullanılmaktadır. İçerik analizi açık içeriklerin çözümlenmesini sağlayan sistematik bir araştırma tekniğidir. Bir yandan nicel anlamda bilgi verir, diğer yandan nitel çözümlene tekniği yanı sıra nitel çözümlenmeye olanak verir.

Arabuluculukla ilgili seçilen dört farklı *Facebook* topluluk sayfasında 1 Aralık 2018 - 30 Nisan 2019 tarihleri arasında yayımlanan içerikler üzerinde, kodlama cetveli kullanılarak şu sorulardan hareketle analiz yapılmıştır: Hangi *Facebook* sayfası daha aktiftir? İçerikler reklam içermekte midir? İçeriklerde linklere (dâhili ve harici) yer verilmekte midir? Sayfada üretilen içeriklerin cinsiyete göre dağılımı nasıldır? Farklı *Facebook* sayfalarında hep aynı içerikler mi dolaymaktadır? Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın duyuruları sayfalarda daha mı fazla oranda paylaşılmaktadır?

Araştırma aynı zamanda örneklem kapsamına alınan kişilerle yapılan görüşmelerle de desteklenmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme formuna, alanda çalışan arabuluculardan oluşan 10 katılımcının verdiği yanıtlar değerlendirmeye tabi tutulmuş, arabulucuların süreç ve sosyal medyadaki paylaşımlara ilişkin bakış açıları, yetkinlikleri ve kadın arabulucuların rolü ile ilgili durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırma, bu konuda yapılmış daha önceki çalışmalardan farklı olarak, hukuk disiplini dışında, arabulucularla ilgili yeni medyada yapılan ilk çalışmadır. Çalışmada ülkemizde faaliyet gösteren arabulucuların kurdukları *Facebook* topluluk sayfalarını ne derece etkin kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna ek olarak arabuluculuk ve cinsiyet arasındaki ilişki, özellikle kadınların arabuluculuk sürecindeki performansları, bu durumun sürece ve sonuca etkisi ile ilgili bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu konuda Türkiye'de bu güne kadar yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Amerika'daki araştırmalardan elde edilen veriler ile bu çalışmadan elde edilen veriler karşılaştırılmıştır.

Uyuşmazlık Çözümünde İletişimin Önemi ve Sosyal Medyada Etkileşim

Gelişen teknoloji ile iletişim kurma biçimimiz de değişmiştir. Başta bilgisayar olmak üzere, farklı teknolojilerin günlük hayatımızın her alanında kullanılmaya başlandığı 21. yüzyılda, iletişim kurmak için teknolojinin araçlarına ihtiyaç duymaktayız. Bu yeni iletişim biçimi çevrim içi iletişim (*online communication*) olarak tanımlanmaktadır. Çevrim içi iletişim, çeşitli küresel ya da bilgisayarlar arası ağları kullanarak, insanların yer ve zaman sınırı olmaksızın, ev veya iş yer-

lerinde birbirleriyle iletişim kurmak, görsel veya işitsel veri dosyalarını transfer etmelerine olanak sağlamaktadır. Çevrim içi iletişim sosyal ilişkilerimizi de değiştirmiştir. Eskiden fiziksel olarak bir arada gerçekleştirilen sosyal etkileşim artık sanal ortamda da gerçekleşmektedir. Uzaktan iletişim kurulmasına izin veren yapısı nedeniyle çevrim içi iletişim tercih edilmektedir. *Facebook, Instagram, Twitter, Myspace* gibi sanal ortamlar, kişilerarası etkileşimi sağlamaktadır (Jenkins, 2006: 24-290).

Etkileşim kavramı, yeni medyayı, geleneksel medyadan ayıran en temel özelliktir. Yeni medyanın sahip olduğu etkileşim özelliği, kullanıcı bireyleri pasif alıcı durumundan uzaklaştırarak daha aktif bir konuma yönlendirmiştir. Geleneksel medyada izleyici, okuyucu, dinleyici olarak tanımlanan bireyler yeni medyada kullanıcı (üre-tüketici) olarak tanımlanmaktadır (Laughey, 2010: 66-67).

Çatışma/uyuşmazlık hayatın her alanında yer almaktadır. Uyuşmazlıkları iletişim ve etkileşimde bulunarak çözmek mümkündür. Uyuşmazlık, çatışma çözüm alanının belirleyicisi olan "iletişim, herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımladığı bir insan etkinliğidir. İletişim yüze yüz konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir vs. listeye sonsuz sayıda ekleme yapılabilir" (Fiske, 1996: 15).

İnsan sosyal bir varlıktır. İletişim insan olmanın ön koşuludur. Blumer'e göre insan, sembollerle, öğrendikleriyle iletişim kurar ve en yaygın sembol sistemi dildir. Dilsel semboller, insanların karşılıklı anlaşma yoluyla önem ya da anlam verdiği rastgele sesler ve fiziksel jestleri ifade etmektedir (akt. Berg ve Lume, 2015: 26-27). İletişim insanla başlayıp devam eden ve insan var oldukça farklılaşsa da devam edecek olan bir süreçtir (Küçük, 2015: 4).

Şiddetsiz iletişim sözcüğünü Gandi'nin "şiddetsizlik" (*nonviolence*) sözünden esinlenerek "şiddetten arındığında yüreğimizde doğal olarak var olan şefkat hali" anlamında kullandığını belirten Rosenberg (2003: 18), "hayatı daha güzel kılmak için ne yapabiliriz" sorusuna yanıt bulmak için yola çıktığını; "şiddetsiz iletişimin, zorlayıcı şartlar altında bile insanca davranma yeteneğimizi güçlendirecek dil ve iletişim becerileri üzerine kurulu" olduğunu belirtir. Lazar'a (2001: 49) göre de iletişim bir süreçtir, ne düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin, iletişimin her düzeyinde ortaklaşma ve paylaşım vardır.

Arabulucu için, iletişim, etkileşim, kültür ilişkisi önemlidir ve yetkin bir arabulucunun bu farkındalığa sahip olması beklenmektedir. Günümüzde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de, arabuluculuk uyuşmazlıkların çözümünde tercih edilen, arabulucunun rehberliğinde tarafların birbiriyle eşit ve karşılıklı iletişimini önceleyen, dostane bir uyuşmazlık çözüm yöntemidir. Arabuluculuk klasik mahkeme yargılamasına göre hızlı, ekonomik, tarafların iradesinin ve etkileşimin ön planda olduğu bir süreçtir. Klasik arabuluculuk sisteminde, arabulucu bağımsız ve tarafsız, iletişim ve müzakere konusunda yetkin, uzman üçüncü kişi olarak tarafları bir masa etrafında bir araya getirerek, yüz yüze ile-

tişim kurmaları ve kendi yaratıcı çözümlerini bulmaları için onlara eşlik eden kolaylaştırıcı rolündedir. Arabuluculuğun esnek ve taraf iradesiyle şekillenen bir süreç olması, arabuluculuk görüşmelerinin kayıt altına alınmasının zorunlu olmaması, ortaya çıkacak anlaşmanın taraflar isterlerse kağıda dökülmek zorunda olunmaması, Covid pandemisi öncesinde de online arabuluculuğun tüm dünyada yaygın kullanımını mümkün kılmıştır. Salgın ile birlikte online arabuluculuk daha da tercih edilir olmuştur.

Yükselen Değer Olarak Online Arabuluculuk

Dijital çağda online arabuluculuk pek çok ülkede kullanılmaktadır. Covid-19 pandemisi ile tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de online arabuluculuk yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Online arabuluculukta standart yüz yüze arabuluculuktan farklı olarak taraflar arasındaki iletişim, teknoloji tarafından desteklenir. Taraflar konum ve mekândan bağımsız olarak evlerinin veya kendi iş yerlerinin konforunda arabuluculuk toplantılarına katılabilirler. Tarafların, danışmanların (vekillerinin) ve arabulucunun birbirine çok uzak lokasyonlarda bulunması sorunu, online arabuluculukta kolaylıkla aşılabilmektedir.

Yine Covid pandemisi döneminde *Zoom* programı üzerinden arabuluculara yönelik uzmanlık eğitimleri gerçekleştirilmiştir. Farklı illerdeki pek çok arabulucu, kendilerine uzak şehirlerdeki üniversitelerden ve uygulama eğitimi veren arabuluculardan online eğitimler almışlardır. Arabulucular bilgisayar temelli iletişimle toplumsal etkileşimin mekânsal ve zamansal sınırlarını yıkarak etkileşimde bulunmuşlardır.

Sosyal medya ortamında Türkiye’deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın pek çok yerindeki arabulucularla, topluluklarla karşılıklı etkileşimde bulunmaktadır. Bu durum Türkiye’deki arabulucuların vizyonunun gelişmesine de katkı sunmaktadır. Arabuluculuk Topluluğu tüm dünyanın karşı karşıya olduğu küresel iklim sorununa katkı sunmak için harekete geçmiştir. “Yeşil Tahkim Taahhüdünü” (*Take the Green Pledge*) kabul eden ve dünya çapında örgütlenen Arabuluculuk Topluluğu (WOMACC, ty.), iklim değişikliği sorununa, arabuluculuk yoluyla nasıl katkı sunulacağını tartışmaya başlamıştır.

Covid pandemisi sürecinde dünyadaki birçok arabulucu online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmıştır. Bu durum çevre dostu arabuluculuk yollarının hem kolay erişilebilir, hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Arabuluculuk Topluluğu bugüne kadar 40’den fazla ülkede 300 arabulucunun imzaladığı taahhüdü 5 Kasım 2021 tarihinde yapacağı online etkinliğe kadar 1.000 imzacıya çıkarmayı hedeflemektedir. Bu taahhüt, her bir arabulucunun yürüttüğü arabuluculuğun iklim üzerindeki etkisini azaltmak için, Covid pandemisi sırasında ve sonrasında atabileceği somut adımları özetlemektedir. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözümlenmeye sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu kanıtlanmıştır. Online arabuluculuk ise arabuluculuğun çevre dostu yönüne dikkat çekmektedir.

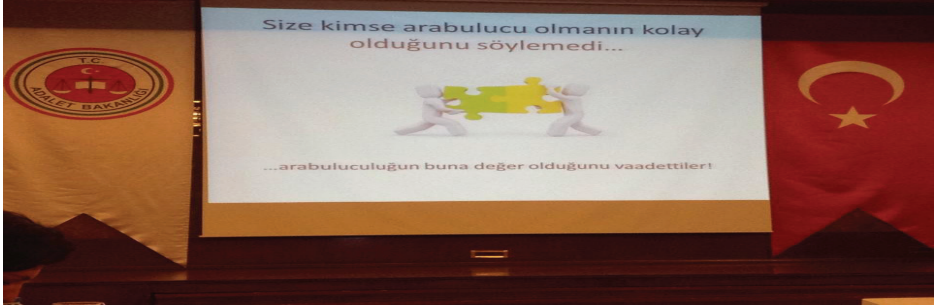
Arabulucuların Kurduğu Facebook Topluluk Sayfalarına İlişkin İçerik Analizi

Araştırmada örneklem olarak alınan *Arabulucu*, *Arabuluculuk* ve *Uzlaştırma*, *GMN Türkiye* ve *Türkiye Arabulucular Platformu* Facebook topluluk sayfalarındaki paylaşımlardan analiz formundaki başlıklara göre elde edilen veriler değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Öncelikle her sayfanın genel görünümü ile ilgili aktarım yapılmıştır. Araştırmanın amacı, ülkemizde faaliyet gösteren arabulucuların kurdukları Facebook sayfalarını ne derece etkin kullandıklarının değerlendirilmesidir. Örneklem olarak alınan Facebook topluluk sayfaları alfabetik sıraya göre aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

Görsel 1. Arabulucu Facebook topluluk sayfası kapak resmi



Görsel 2. Arabulucu ve Uzlaştırma Facebook topluluk sayfası kapak resmi



Görsel 3. GMN Türkiye Facebook topluluk sayfası kapak resmi



Görsel 4. Türkiye Arabulucular Platformu Facebook topluluk sayfası kapak resmi



Facebook sayfalarının karşılaştırmalı analizi

Araştırma kapsamında incelenen toplam içerik sayısı 227'dir. Bu içeriklerin Facebook sayfalarına göre dağılımı, aşağıdaki çizelgede karşılaştırılmaktadır.

Tablo 1. Facebook sayfalarındaki paylaşımların dağılımı.

Facebook sayfası	Sayı	Yüzde
Arabulucu	105	44,30
Arabulucu ve Uzlaştırma	49	24,89
GMN Türkiye	30	12,65
Türkiye Arabulucular Platformu	43	18,14
Toplam	227	100

Tablo 1'de çalışma kapsamında incelenen dört Facebook sayfasında 01.12.2018- 30.04.2019 tarihleri arasında toplam 227 içerik paylaşılmıştır. İncelenen Facebook sayfalarından en fazla içerik Arabulucu sayfasında (105 içerik, %44,30) paylaşılmıştır. Daha sonra sırasıyla; Arabulucu ve Uzlaştırma (49 içerik, %24,89), Türkiye Arabulucular Platformu (43 içerik, %18,14) ve GMN Türkiye (30 içerik, %12,65) sayfalarında paylaşımlar yapılmıştır.

Tablo 2. Facebook sayfalarının üye sayısı.

Sayfa	Üye Sayısı	Yüzde
Arabulucu	5578	%58,43
Arabulucu ve Uzlaştırma	2376	%24,89
Gmn Türkiye	653	% 6,84
Türkiye Arabulucu. Platformu	939	% 9,83
Toplam	9546	%100

Tablo 2'de görüldüğü gibi Arabulucu sayfası en kalabalık (5578 üye, %58,43) sayfadır. Bu sayfayı sırasıyla, Arabulucu ve Uzlaştırma (2376 üye, %24,89), Tür-

kiye Arabulucu Platformu (939 üye, %9,83) ve GMN Türkiye (653 üye, % 6,84) takip etmektedir.

Tablo 3. Facebook sayfalarında paylaşım yapan kadın ve erkek sayısı.

İçeriği Paylaşan	Sayı	Yüzde
Kadın	148	65,19
Erkek	79	34,80
Toplam	227	100

Facebook sayfalarında paylaşım yapan kadınların sayısı (148, %65,19) erkeklerin sayısının (79, %34,80) yaklaşık iki katıdır. Buradan hareketle Facebook sayfalarında paylaşım yapan kadınların daha ağırlıkta ve aktif olduğu söylenebilir.

Facebook sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, resim ve video dosyalarının görüldüğü bir alana sahiptir. Facebook sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Arabulucuların kurduğu Facebook topluluk sayfaları incelemeye konu edildiğinden hukuk ana başlık olarak kabul edilmiştir. Konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir. Değerlendirme yapılırken her paylaşım analiz edilmiş olup, en az bir konu ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 4. Facebook sayfalarında en fazla paylaşılan konular.

Konular	Paylaşım sayısı
Eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşım	67
Toplantı-panel-sempozyum	63
ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları	23
İnternet Haberi	20
Reklam	40
Diğer	14
Toplam	227

Facebook sayfalarında en çok paylaşılan içeriklerin konu başlıklarının karşılaştırıldığı yukarıdaki çizelgede, en çok işlenen konunun eğitim (67, %29,51)

olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla toplantı-panel-sempozyum (63, %27,75), reklam (40, %17,62), ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları (23, %8,37), internet haberleri (20, %8,1) ile diğer (14, %6,16) başlıkların takip ettiği görülmektedir. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; hukuki dokümanlar, toplantılar ve eğitimler hakkındaki bilgi aktarımıyla diğer arabulucularla direkt olarak iletişim kurmayı hedeflemektedirler. Ayrıca arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla, arabuluculuk alanındaki gelişmelerden hızla haberdar olmakta, bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

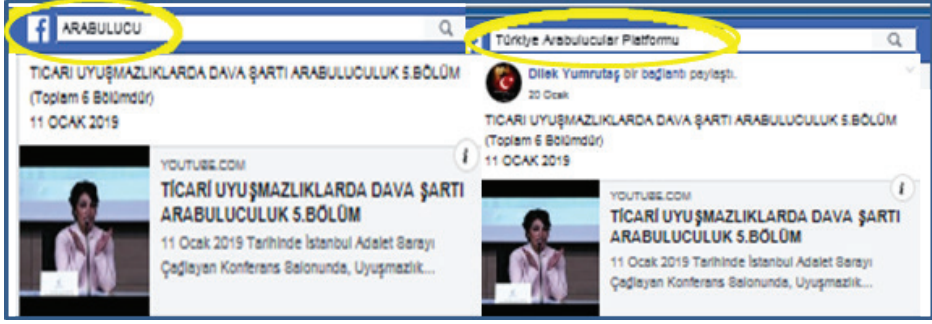
Günümüzde internet önemli bir reklam aracı haline gelmiştir. Çok sayıda araştırmada; çevrim içi dünyada yer alan reklamların, geleneksel medyada yer alan reklamlara göre daha fazla hatırlandığı ifade edilmektedir. Yine internet ortamında asıl paylaşılan konu başlığı ile reklam ayırımının giderek bulanıklaşmasına ilişkin çalışmaların literatürde yer aldığı, reklamın haberin içeriğinde ya da haberin konuşulduğu bölümde karşımıza çıktığına ilişkin (Becker ve Olsen'den akt. Narin, 2015: 135) bulgulara rastlandığı tespit edilmiştir. Aşağıdaki çizelgede incelemeye konu edilen *Facebook* sayfalarındaki reklam içeriklerine ilişkin dağılım verilmektedir:

Tablo 5. *Facebook* sayfalarında paylaşılan reklamların dağılımı.

Facebook Sayfası	Sınava Hazırlı Kitabı	Arabuluculuk Eğitimi	Müzakere Süpervizyon	Toplam
<i>Arabulucu</i>	4	9	-	13
<i>Arabulucu ve Uzlaştırma</i>	6	8	-	14
<i>GMN Türkiye</i>	-	2	7	9
<i>Türkiye Arabulucu Platformu</i>	2	2	-	4
Toplam	12	21	7	40

Facebook sayfalarındaki reklam içeriklerinin paylaşım sayıları Tablo 5'teki gibidir. Reklamların içeriği; sınava hazırlık kitabı, arabuluculuk eğitimi ve müzakere/süpervizyon başlıklarından oluşmaktadır. En fazla paylaşımın *Arabulucu* sitesinde yapıldığı, onu *Arabulucu ve Uzlaştırma* ve *GMN Türkiye*'nin takip ettiği görülmektedir. *Türkiye Arabulucular Platformu*'nda ise diğer üç siteye göre daha az sayıda reklam içerikli paylaşım yapıldığı saptanmıştır.

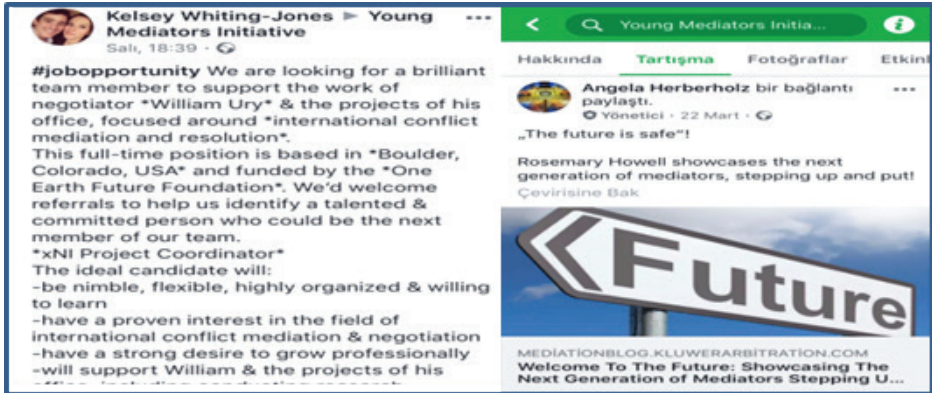
Görsel 5. Farklı Facebook sayfalarında aynı içeriklerin paylaşımı



Görsel 5'teki içerik, aynı tarihte *Arabulucu* ve *Türkiye Arabulucular Platformu* Facebook sayfalarında da paylaşılmıştır. Bu araştırma kapsamında soruları yanıtlayan katılımcıların da belirttiği gibi, Facebook sayfalarındaki paylaşımlar zaman zaman birbirinin tekrarı niteliğinde olup, bunun sayfalardaki hareketliliği sağlamak amacıyla yapıldığı düşünülmektedir.

Arabulucu sayfasında paylaşımların yarısından fazlasının (51, %48,57) grup yöneticileri tarafından yapıldığı görülmektedir. *Arabulucu* ve *Uzlaştırma* sayfasında yönetici Ergüler'in paylaşımları (35, %71,42) toplam paylaşımların (49) yaklaşık dörtte üçünü oluşturmaktadır. *Türkiye Arabulucular Platformunda* sayfa yöneticisi Yumrutaş'ın paylaşımları (33, %75,74) toplam (43) paylaşımın dörtte üçünden fazlasını kapsamaktadır. *GMN Türkiye'deki* paylaşımların tümünün sayfa yöneticisi tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu durum sayfadaki paylaşımların, sayfa yöneticileri tarafından hareketliliği sağlamak amacıyla yapıldığı savını doğrulamaktadır. Çalışma kapsamında incelenen Facebook topluluk sayfalarının üyeleri olan arabulucuların daha çok izleyici konumunda kaldıkları ve beklenen düzeyde içerik üretmedikleri görülmüştür.

Görsel 6. Uluslararası arabulucuların kurduğu Facebook topluluk sayfası örneği: *Young Mediators Initiative (YMI)*



İncelemeye konu edilen dört *Facebook* topluluk sayfasından sadece *GMN Türkiye* sayfasının hedef kitlesinin Türkiye coğrafyası ile sınırlı olmadığı, uluslararası arabulucu ve müzakarecilere hitap ettiği görülmüştür. *GMN Türkiye Facebook* sayfasında yöneticinin zaman zaman arabuluculuk ve müzakere ile ilgili yazdığı makaleleri de paylaştığı görülmektedir (Güner, 2019). Türkiye ve uluslararası arabulucular *Facebook* topluluk sayfalarını kıyaslamak amacıyla *International Mediation Institute* (IMI) tarafından oluşturulan, sayfa yöneticiliğini Angela Herberholz'un yaptığı *Young Mediators Initiative* (YMI) *Facebook* grup sayfası da incelenmiştir. Herkese açık olan bu grupta dünyanın dört bir yanındaki 943 arabulucunun birbiriyle etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Bu sayfadaki paylaşımların makale ağırlıklı olduğu ve harici link kullanımı ile makale yazarının sayfasına okuyucuyu yönlendirdiği görülmektedir.

Deneyimli arabulucuların ilgili, alana yeni giren arabuluculara mentörlük yaptıkları gözlenmiştir. Harvard İlkeli Müzakere Okulunun kurucusu Roger Fisher ile birlikte dünyanın en çok okunan *Evet Boyun Eğmeden Anlaşmaya Varmak* kitabının yazarı, William Ury ofisinin projelerini desteklemek için, iyi bir takım üyesi proje koordinatörü aradıklarına dair iş ilanının bu sayfada yayımlandığı görülmektedir. Sayfanın yeni üyesi eğer isterse kendi arabuluculuk deneyimini, çektiği kısa bir video ile grup üyeleriyle paylaşmaktadır. Sayfanın uzandığı linklerde online kütüphane hizmeti sunulmakta, uluslararası yarışmalar, eğitimler ve organizasyonlar bu siteden duyurulmaktadır (Young Mediator, 2019).

Çalışma kapsamında incelenen Türkiyeli arabulucuların kurduğu *Facebook* topluluk sayfalarından oldukça farklı olan bu sayfada; sayfa yöneticisi ve üyelerinin karşılıklı etkileşim halinde oldukları görülmektedir. Uluslararası arena da dünyanın dört bir yanındaki arabulucular zaman ve mekân sınırı olmaksızın bu sayfa aracılığıyla birbirlerinin çalışmalarından haberdar olmaktadır. Bu paylaşımların online dünyayla sınırlı kalmadığı, pek çok uluslararası yarışma, toplantı, eğitim düzenlendiği tespit edilmiştir. Örneğin 14-20 Ekim Arabuluculuk Haftası etkinlikleri kapsamında arabulucuların fiziksel olarak bir araya geldikleri ve küresel çapta sosyalleştikleri gözlenmektedir.

Katılımcıların arabuluculuk süreci ile ilgili tespit ve değerlendirmeleri

Bu araştırmada aynı zamanda derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile alanda çalışan 10 katılımcının, sürece, sosyal medyadaki paylaşımlara ve kadının arabuluculuk sürecindeki rolüne ilişkin bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır¹.

Görüşme formu *WhatsApp* veya e-mail yoluyla 14 kadın ve 7 erkek olmak üzere toplam 21 kişiye gönderilmiştir. Ancak, 1 erkek, 9 kadın, toplam 10 katılımcı soru formunu yanıtlamıştır. 10 katılımcının, yarı yapılandırılmış görüşme

1 Çalışmanın etik kurul onayı E-11054618-302.08.01-37301 sayı numarası ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan alınmıştır.

formuna kişisel durumları ile ilgili verdikleri yanıtlar tablo haline getirilmiştir.

Tablo 6. Katılımcılara ilişkin bilgiler

Kendini Tanımlama Biçimi	Cinsiyet	Mesleki Tecrübe	Yaş	Eğitim
K1 Avukat/Arabulucu	Kadın	27 yıl	52	Lisans
K2 Arabulucu	Erkek	18 yıl		Yüksek Lisans
K3 Avukat-Arabulucu Eğitimci –Yazar	Kadın	10 yıl	31	Lisansüstü
K4 Avukat-Arabulucu	Kadın	33 yıl	54	Üniversite
K5 Avukat-Arabulucu	Kadın	25 yıl	49	Lisans (Hukuk Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstrisi)
K6 Avukat-Arabulucu	Kadın	25 yıl	48	Üniversite
K7 Avukat	Kadın	31 yıl		Üniversite
K8 Avukat-Arabulucu-Eğitimci	Kadın	27 yıl	49	Yüksek Lisans
K9 Avukat/Arabulucu	Kadın	Avukatlıkta 30	53	Üniversite
K10 Avukat-Arabulucu	Kadın	20 yıl	45	Üniversite

Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin adalete erişime etkisi

Moore'a (2016: 69) göre, dünyada arabuluculuk uygulamaları değişim ihtiyacından doğmuştur. Türkiye'de ise uyuşmazlıkların çözüme kavuşturulması, esas olarak devlete ait bir görev olarak kabul edilmektedir. K1 bu durumu şöyle ifade etmektedir:

Bir hukuki ilişkinin tarafları arasında bir anlaşmazlık çıktığında başvurulacak birinci ve asıl yolun devlet mahkemeleri olduğu taraflarca kabul edilmektedir. Bu durum "mahkemelerin aşırı iş yükü ile karşı karşıya kalmalarına, yargılamanın uzun sürmesine neden olmaktadır. Adil yargılanma hakkının bir unsuru olan makul sürede yargılama ilkesine aykırılık teşkil etmektedir. İşte bu nedenlerle, devlet yargısına alternatif oluşturan tahkim yargısının dışında, uyuşmazlıkların çözümünde kısaca Alternative Dispute Resolution (ADR) olarak anılan alternatif uyuşmazlık

çözüm yöntemleri tercih edilmeye başlanmıştır. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları bağımsız, tarafsız ve objektif bir üçüncü kişinin, aralarında uyuşmazlık bulunan tarafları bir araya getirerek, ortaklaşa bir çözüm bulmaları konusunda iletişim kurmalarını sağladığı ve aralarındaki uyuşmazlığı ya kendi kendilerine çözmeleri için onlara yardımcı olduğu ya da somut olayın özelliklerine göre taraflarla fikir birliğine varabilecekleri çözüm önerileri sunduğu, tamamen gönüllülük esasına göre işlerlik kazanan ve devlet mahkemelerinde gerçekleşen yargılamaya göre seçimli bir yol olarak uygulama alanı bulan uyuşmazlık çözüm yollarının bütünüdür.

K1 bu ifadeleri kullanarak, arabuluculuk sürecini ana hatları ile açıklamıştır. Görünen o ki ADR'nin tanımı ile ilgili fikir birliği olsa da Türkiye'de ve dünyada ADR ve arabuluculuğun tercih edilme nedenleri arasında ciddi bir fark vardır. Arabuluculuk gelişen, değişen dünyanın ihtiyacı olarak kabul görmüş ve desteklenmiştir. Türkiye'de ise taraflar geç gelen adaletten şikâyetçi olsalar da değişim talep etmemişlerdir. Devlet 2012 yılında Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu'nu (HAUK) çıkartarak, Türk toplumu arabuluculuk ve uzlaşma kültürü ile tanıştırmıştır. Katılımcılar alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin kazanımları ve tercih edilmesi gerektiği konusunda hemfikirdirler.

Bir yaşam becerisi: Uyuşmazlık yönetimi ve çözüm yöntemi

Katılımcıların hepsi çatışma/uyuşmazlık yönetimi sürecinin öğrenilebilen bir süreç olduğunu belirtmişlerdir. K10 devamla:

(...) uyuşmazlık/çatışma yönetimi kesinlikle öğrenilebilir bir süreçtir. Öfke kontrolü, etkili dinleme, çatışma çözme teknikleri ile ilgili eğitim alan kişiler çatışma çözmeye başarılı olabilirler. Fakat bu eğitim zaman ve emek gerektirir. Şiddet nasıl öğrenilebilen bir davranışsa barış ve uzlaşma da öğrenilebilen bir davranıştır.

derken, K2'ye göre uyuşmazlık çözüm sürecinin yönetimi "altyapıda algoritma alt yapısı ve yaratıcılık ister". K3, akran arabuluculuğunun bunun için iyi bir örnek olduğunu ve davranışın tekrarlandıkça benimseneceğini ifade etmektedir. K4, bilimsel çalışmalardan yararlanarak kişinin çatışma sürecini yönetecek yetkinliğe ulaşacağını, K5 "eğitim ve deneyimin önemli" olduğuna dikkat çekmektedir. K8 de çatışma analizi ve yönetimi konusunda ders veren bir eğitmen olarak insanoğlunun içinde bu yeteneğin olduğuna tanıklık ettiğini belirtmektedir. K7'ye göre "kişisel yetenekler de etkilidir", K9'a göre ise bu süreç "bitmeyen, devam eden öğrenme halidir." (Boulding'den akt. Akyıldız, 2018 : 255) de çatışma yönetimini öğrenilebilir bir gelişim süreci olarak kabul eder. Çatışma yönetiminin iki ayağı vardır: Yıkıcı çatışma süreçlerinin kontrolü ve kılığın ekonomik, politik ve sosyal gelişmeler ile azaltılması. Bir çocuğun büyürken kullandığı kaba gücün yerini fikri çatışmalara bırakması gibi, toplumda da bireysel silahsızlanma ve düellonun ortadan kalkması, dövüşerek sorunları çözmenin tüm toplumlarda yok olması gibi sosyal öğrenmenin daha centilence bir yöne evrildiğini belirtmektedir. Çatışma yönetiminin diğer ayağında tarafların algıları, değer sistemleri ve davranış biçimleri önemli faktörlerdir. Ciddi çıkar çatışmaları olan durumlarda taraflar birbirlerini doğru algılamaya

çalıştığında, çatışma kontrol altına alınabilmektedir. Birbirine dostça yaklaşan taraflar birbirlerini anlamaya ve birbirlerine daha az zarar vermeye eğilimlidir (Akyıldız, 2018: 255).

Alanda çalışan araştırmacıların ve katılımcıların da belirttiği gibi akran arabuluculuk eğitimleri ile çatışmalarını barışçıl yöntemlerle çözmeyi erkenden öğrenen öğrenciler, bunları yaşam becerisine dönüştürecekler ve ileride de kullanabileceklerdir. Ortaokul ve lise düzeyinde uygulanan akran arabuluculuk eğitimleri ile çatışmalarını birbirleriyle konuşarak çözmeyi öğrenen bugünün gençleri yarının yetişkinlerinin, bu süreci içselleştirecekleri ve sorunlarını konuşarak çözmeyi tercih eden barışçıl bir toplumun temelini atacakları umut edilmektedir.

Kendi kararını verme özgürlüğü: sorumluluk alma

Tüm görüşmeciler, "herkes kendisini etkileyecek kararlara katılmak ister" önermesine katıldıklarını belirtmişlerdir. K1 ve K4 diğerlerinden farklı olarak bu konudaki çekincelerini benzer sözcüklerle ifade etmişlerdir:

Toplumda alışılmış olan ve süregelen bir otorite ve otoriteye uyma durumu varsa, kolaycılığı tercih eden kişiler bu döngünün içinden çıkmak istemeyebilir. Bir toplumda kişisel ve bireysel gelişim talebi arttıkça ve insanlar kendi problemleriyle yüzleşip kararlarını vermenin ve kararlarına uymanın sorumluluğunu almak istedikçe alternatif uyumsuzluk çözüm yolları giderek artan bir ivmede tercih edilecektir, demektedirler.

K3 ise:

Artık şirketler de, kişiler de maksimum fayda minimum bütçe ile en kısa zamanda sonuca ulaşmak istiyorlar. Elbette bunu yaparken amaç kendi kararlarını kendi ihtiyaçları doğrultusunda vermektir. Alternatif uyumsuzluk çözüm yöntemleri bu konuda oldukça etkilidir. Bir günde bir uyumsuzluğu çözmek varken yıllarca süren ve gerilimi tırmandıran davalara artık kimse katlanmak istememektedir.

şeklinde görüş bildirerek, şirketler için bu önermenin önemine vurgu yapmıştır. K6:

Her birey kendisiyle ilgili sorunları ve kendi ihtiyaçlarını en iyi kendisi bilebileceğinden, bu sorunların çözümünde de kendi iradesinin belirleyici olmasını istemektedir. İnsan doğasında bulunan özgürlük ruhu zorlamalara karşı her zaman temkinli yaklaşmayı öngörmektedir. Teknoloji çağında dünyanın en uzak noktasındaki gelişmelerden insanlar bir tuşla haberdar olmaktadır. Bu durum insanların hak ve yükümlülükleriyle ilgili olarak başkalarının zorla kabul ettireceği kararlardan ziyade alternatif uyumsuzluk çözüm yöntemlerini tercih etmelerine neden olmaktadır.

diyerek, dijital iletişim çağında alternatif uyumsuzluk çözüm yöntemlerinin önemine dikkat çekmiştir. K8, eğitmen olarak edindiği deneyimi bizimle paylaşarak, "insanın, değişime açık, ancak değiştirilmeye kapalı" olduğunu belirtmektedir. K9, kararın sürdürülebilirliği için, kişinin kendi kararını vermiş olmasının önemli olduğunu belirtmektedir. Aksi takdirde bu durumun başka

bir çatışmaya da yol açabileceğini ifade etmektedir. *K10*, bir özleminden bahsedencesine, “demokratik toplum kültürü geliştikçe ve kişisel ve toplumsal ekonomik refah seviyesi yükseldikçe kişilerin uyuşmazlıklarını kendi buldukları çözümlerle sonlandırmak isteyeceklerini düşündüğünü” söylemektedir.

Arabulucuların sosyal medyada etkileşimi

Sosyal medyadaki bu paylaşımlar hem yeni bir meslek olan arabuluculuk için, hem de toplumsal farkındalığı artırmak için önemlidir. Ancak katılımcıların da vurguladığı gibi sosyal medyadaki paylaşımlar, metin ve makale derinliğinden yoksun olup, daha çok başlık şeklindedir. Eğitim ve toplantı duyuruları reklam içermektedir. Katılımcılar, Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın duyuru ve paylaşımlarını değerli bulup takdir etmektedirler.

Katılımcılar sosyal medya paylaşımlarını takip ettiklerini, *K1* ise arabuluculuğu destekleyenler kadar arabuluculuğa karşı çıkan ve çoğunluğu avukatlardan oluşan bir grubun olduğunu ve bunu görmenin kendisi için çok üzücü olduğunu belirtmektedir. *K5*, eleştirel bir dille şu ifadeye aktarmaktadır:

Sosyal ve görsel medyada bu konuda çok paylaşım var ama içi boş paylaşımlar daha çok. Paylaşımdan çok reklam kokan ve ego tatmini sağlayan paylaşımlar, seminerler, konferanslar, merkez ve arabulucuların kendi reklamlarını yapmasından, egolarını tatmin etmekten öteye gitmiyor. Bu konuda Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın çalışmalarını övgüye değer buluyorum. Dergilere ağırlık verilmeli, ama reklam kokmayan dergilere... Son zamanlarda bir dergi çıkarıldı. Bu heyecan verici bir gelişme (Öncü Arabulucu Dergisi).

K8, paylaşımları yurtdışı örnekleri ile mukayese ettiğinde genel olarak başarılı bulmadığını, ifade etmektedir. *K9* “yeni düşünceler oluşturan, ilham veren türden paylaşımları faydalı bulduğunu, ancak çok sayıda tekrar eden ifadeler” olduğunu belirtmektedir.

Küreselleşen dünyada, Türkiye'deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın dört bir yanındaki arabulucularla etkileşim halindedir. Sosyal medya sayesinde dünyanın dört bir yanındaki arabulucular birbirlerinin yaptıklarından haberdar olmakta, bu da herkesin birbirini gözetlediği bir küresel köyle karşı karşıya olduğumuz sonucuna doğru bizi götürmektedir (McLuhan, 2001).

Arabuluculuk sürecinde kadının rolü

Arabulucunun kadın olması, *K3*'e göre kadın bakış açısı ve kolaylaştırıcılığıyla çoğu zaman tarafları rahatlatır, tehdit algısı oluşturmaz. Bu da tarafların, sorunu çözmeye odaklanmaları için büyük bir fırsattır. *K4*, kadınla barışı aynı karede gördüğünü şöyle ifade etmektedir:

Kanaatimce bir yerde barış önemseniyorsa kadın orada mutlaka etkindir. Zira kadının barışa daha yatkın olduğu kanaatindeyim. Kadın kendinin farkına vardığı andan itibaren toplumda anne-babası, kardeşleri, eşi-hayat arkadaşı, çocukları, iş ve sosyal

çevresi gibi etkileşimde olduğu her grupta denge unsuru olmak üzere kodlanmakta ve bence zaten doğası da buna uygun. Çünkü anne içgüdüğü ile koruma ve kollama, mutlu olma ve mutlu etme gibi güdüleri baskın. Bu nedenle barışçıl yöntemlerin etkin uygulanmasında kadına çok iş düşmektedir.

K6 da, K4'e paralel görüş bildirmekle birlikte bu durumun olumsuz taraflarına da dikkat çekmektedir:

Genelleme yapmak istemem; kadınların genel olarak iletişim kurma konusunda daha istekli, tarafların duygu durumunu ya da beklentilerini takip etme konusunda belki annelik içgüdüğünün verdiği bir özellikle daha farkında olabileceklerini düşünüyorum. Bu durumun dezavantajlarına da dikkat çekmek isterim, kadın arabulucunun çatışma anındaki tepkiler konusunda biraz daha uzlaşmacı bir yaklaşım sergileme ihtimali daha yüksek olduğundan tarafların yüzde yüz kazanacakları olasılıkları gözden kaçırmaları da mümkün olabilir. İletişimi yumuşatma konusunda faydalı olabilir, ihtiyaçları ve duyguları tespit konusunda da daha rahat diyalogu destekleyebilir.

K10 ise görüşlerini:

(...) çatışmaların barışçıl yöntemlerle çözümünde kadının rolü önemlidir. Kadın ruhunun inceliği, uzlaşmacı kimliği ve sosyal olayları analiz kabiliyeti kadınların arabuluculukta daha başarılı olabileceği sonucuna bizi götürebilir. Kadın bakış açısı, kadınların toplumsal statü ve rollerinin farkına vararak pozitif ayrımcılık yapılması, yasal mevzuatın kadın lehine yorumlanmasını sağlayacaktır. Nihai amacı toplumsal cinsiyet eşitliği olan pozitif ayrımcılık, yani kadın bakış açısı toplumsal gelişmişlik düzeyini artırıcı, çağdaş ve özgüveni yüksek bir toplum haline gelmemize yardımcı olabilecektir.

şeklinde ifade etmektedir.

Sonuç

Araştırma kapsamında incelenen *Facebook* topluluk sayfalarındaki içeriklerden elde edilen bulgulara göre, arabulucuların ortak bir dil (hukuk) kullandıkları ve ortak bir amaç etrafında birleştikleri bireyler ve gruplarla sosyal medya üzerinden iletişimde/etkileşimde buldukları tespit edilmiştir.

Küreselleşen dünyada, Türkiye'deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın dört bir yanındaki arabulucularla da etkileşim halindedirler. Sosyal medya sayesinde dünyanın dört bir yanındaki arabulucular birbirlerinin yaptıklarından haberdar olmakta, bu durum bizi herkesin birbirini gözetlediği bir küresel köyle karşı karşıya olduğumuz sonucuna götürmektedir.

Örneklem olarak alınan dört *Facebook* topluluk sayfasında araştırmaya konu edilen beş aylık zaman diliminde toplam 227 paylaşım yapıldığı saptanmıştır. Bu sayfalardan ilki olan *Arabulucu* sayfasında 105 (%44,33), *Arabuluculuk ve Uzlaştırma* sayfasında 49 (%24,89), *Türkiye Arabulucular Platformu* sayfasında 43 (%18,14) ve *GMN Türkiye*'de ise 30 (%12,65) paylaşım yapılmıştır. Tüm sayfalarda paylaşım yapan kadın sayısı (148, %65,19) erkek sayısınının (79,

%34,80) yaklaşık iki katıdır.

Facebook sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, resim ve video dosyalarının görüldüğü bir alana sahiptir. *Facebook* sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Ana konu başlığı hukuk olup alt konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB (Arabuluculuk Daire Başkanlığı) duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir. En fazla paylaşılan konu başlığı eğitimidir (67, %29,51). Onu toplantılara ilişkin paylaşımlar (63, %27,75) takip etmektedir.

Arabulucular *Facebook* sayfalarında paylaşımlar yaparak toplantı ve eğitimlerden birbirlerini haberdar etmektedirler. Bu paylaşımların amacı, toplantı ve eğitimlere en yüksek seviyede katılımı sağlamak, arabulucuların bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmaları ve yetkinleşmelerine katkı sunmaktır. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; toplantılar, eğitimler, mevzuattaki son güncel gelişmeler, yargı kararları, ADB'nin son duyuruları ile ilgili gelişmeleri kolayca takip edebilmektedirler. Kısacası arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabuluculuk alanındaki gelişmelerden anında haberdar olmakta, internetin hipermetinsellik özelliğinden faydalanarak haberin kaynağına linklerle ulaşarak daha fazla bilgiye kısa sürede ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

Örneklem dâhilinde incelenen arabuluculuk *Facebook* sayfalarında daha çok eğitim ve toplantı ile ilgili paylaşımların yapıldığı, toplantılara ilişkin videoların zaman zaman canlı yayınlara arabulucuların erişimine sunulduğu görülmüştür. Bunu arabuluculukla ilgili mevzuattaki değişiklikler (23, %8,37) ve internet haberleri (20, %8,1) ile ilgili paylaşımlar takip etmektedir. Aynı zamanda katılımcıların da ifade ettiği gibi, yeni bir meslek mensubu olan arabulucular, bu konudaki bilgi ve deneyim eksikliğini gidermek için eğitimlere katılmakta, kendilerini bireysel olarak yetkinleştirmeye çalışmaktadırlar. Katılımcı arabulucular hem meslekte yetkinleşmek için hem de uzlaşma kültürü konusunda farkındalık yarattığını düşündükleri için *Facebook* sayfalarındaki paylaşımları merakla belediklerini ve ilgiyle takip ettiklerini belirtmişlerdir. Fakat katılımcılara göre, incelemeye konu edilen *Facebook* sayfasındaki paylaşımlar genelde birbirinin benzeri, makale derinliğinden yoksun, başlıktan ibaret olup, reklam amacıyla yapıldığı izlenimi vermektedir. İçerik analizine göre de aynı içeriklerin tekrar tekrar paylaşıldığı tespit edilmiştir. Diğer yandan bu paylaşımlar sayesinde her bir arabulucu uygulamada tereddütte düştüğü konularla ilgili sorularına sosyal medya üzerinden anında yanıt bulabilmektedir. Bu durum arabuluculuk uygulamalarında yeknesaklığa yol açmaktadır.

İncelenen tüm sayfalardaki reklam içeren paylaşım sayısı 40'tır (%17,18). *Facebook* topluluk sayfalarında arabuluculuk temel eğitimleri, uzmanlık eğitimleri, müzakere başlıklı eğitimlerle ilgili paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiş-

tir. Eğitim ile reklamın iç içe geçtiği ve paylaşımın eğitim mi yoksa reklam mı olduğu konusunun tartışmalı olduğu görülmektedir. *Facebook* sayfalarındaki eğitimle ilgili paylaşımların, eğitim içeriği görünümündeki reklam olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte diğer sayfalardan farklı olarak *Türkiye Arabulucular Platformu* sayfasında enerji hukukundan, sigorta, lojistik, fikri mülkiyet, müzakere vb. pratiğe yönelik atölye çalışmalarına ilişkin pek çok ücretsiz toplantı ve eğitim duyurusu yapıldığı görülmüştür. Bu etkinlikler ücretli olmayıp, bilgi ve deneyim paylaşımına yönelik aktarımlar olarak kabul edilmiş, reklam olarak değerlendirilmemiştir.

Toplantı ve eğitimler genellikle İstanbul (63, %27,75) ve Ankara'da (35, %15,41) yoğunlaşmaktadır. *GMN Türkiye*'nin hedef kitlesinin Türkiye coğrafyası ile sınırlı olmadığı, bunun yerine uluslararası arabulucu ve müzakerecilerle hitap ettiği görülmüştür.

Facebook sayfalarında link paylaşımlarının yaygın olduğu tespit edilmiştir. Ana sayfada ayrıntılı bilgiye daha az yer verilmekte olup, dâhili linkle daha kapsamlı bilgiye ulaşılması sağlanmaktadır. Harici link çoğunlukla etkinliği yapan dernek ya da merkezin sayfasına (35, %32,40) okuyucuyu yönlendirmektedir. Paylaşımların kaynağı çoğunlukla birden fazla kişi olup, arabulucu, eğitmen, bürokrat ve/veya siyasetçilerdir.

Facebook sayfalarında sıklıkla kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımında buldukları saptanmıştır. Fotoğraf ve video içeren paylaşımlar iletilen mesajları daha ilgi çekici bir hale dönüştürerek kullanıcılara mesajın daha hızlı iletilmesini sağlamaktadır. *Facebook* sayfaları arasında en çok fotoğraf ve videoya yer veren sayfanın *Arabulucu* (47, %28,31) olduğu gözlenmiştir. Sadece bir farkla *Türkiye Arabulucu Platformu* (46, %27,71) en çok görsel içerik üreten ikinci *Facebook* sayfası olarak dikkat çekmiştir. *Arabulucu ve Uzlaştırma* sayfası (43, %25,90) bu anlamda üçüncü sırada yer alırken *GMN Türkiye* sayfası son sırada (30, %18,07) kalmıştır.

Facebook topluluk sayfaları arasında en çok beğeni alan paylaşım, ticari uyuşmazlıklarda arabuluculuğun dava şartı olarak kabul edildiğine ilişkin 06.12.2018 tarihli *Arabulucu* sayfasında yapılan paylaşımdır (155 beğeni). En çok tıklanan video ise 11.01.2019 tarihli *Türkiye Arabulucular Platformu*'nun videosu olup, 1909 kez izlenmiştir. Ticari uyuşmazlıkta arabuluculuğun dava şartı olarak kabul edilmesinin ardından İstanbul Adliye Sarayında yapılan panel *Facebook*'tan canlı yayınlara paylaşılmıştır. Uygulamada yer alan Türkiye'nin dört bir yanındaki arabulucular aynı anda evlerinde, iş yerlerinde bu etkinliği izlemişlerdir. Bu durumun hareketsiz toplumsallaşmaya iyi bir örnek oluşturduğu, düşünülmektedir.

Arabulucu sayfasının uzlaştırma ve arabuluculukla ilgili popüler internet haberlerini ve mevzuat değişikliklerini genelde ilk paylaşan *Facebook* sayfası olduğu tespit edilmiştir. *Arabulucu* sayfasında özellikle arabuluculuk ve uzlaştırma ile ilgili ünlülerin isimlerinin geçtiği internet haberleri ile ilgili paylaşım-

ların yapıldığı gözlenmektedir. Bu sayfada arabuluculuğa karşı olan ve sosyal medyayı ya da internet haberlerini bu amaçla kullananlara ilişkin paylaşımların da yapıldığı gözlenmiştir. Sayfa yöneticisi Demir'e göre arabuluculuğa saldıranlar bilmediklerinden ya da yanlış bildiklerinden ön yargılı yaklaşmaktadırlar. Demir'in bu tespiti yarı yapılandırılmış soru formuna yanıt veren katılımcılar tarafından da benzer ifadelerle dile getirilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen dört *Facebook* topluluk sayfasında sayfa yöneticileri dışındaki eğitimlerde rol alan arabulucular ve müzakerecilerden oluşan sayıları 50 ile 100 arasında değişen grup üyelerinin, *Facebook*'un yer bildirimini uygulamasını kullanarak rol aldıkları eğitimlerden kareler paylaşarak, alandaki kimliklerini (benlik sunumu) sosyal medya aracılığıyla sundukları görülmektedir. *Facebook* sayfalarında içerikleri üreten kişilerin genelde aynı olduğu tespit edilmiştir. *Facebook* sayfa yöneticilerinin arabuluculuk alanında baştan beri görülen ve bu konuda emek veren kişiler olduğu gözlemlenmiştir. Gerçek dünyada da genelde bu kişilerin arabuluculukla ilgili toplantı, panel ya da eğitimlerde rol aldıkları tespit edilmiştir.

Facebook topluluk sayfalarının üyelerinin çoğunluğunun sayfaları etkin bir şekilde kullanmadıkları ve izleyici konumunda kaldıkları tespit edilmiştir. Sayfalardaki paylaşımlar yoğun olarak sayfa yöneticileri tarafından gerçekleştirilmiştir. Topluluk sayfa kullanıcılarının *Facebook* aracılığıyla etkileşim halinde oldukları, hareketsiz toplumsallaştıkları düşünülmüş olsa da araştırma sonuçları bu varsayımı doğrulamamıştır. Bu konuda kıyaslama yapmak için incelenen uluslararası topluluk sayfası olan *Young Mediators Initiative*'de (YMI) hareketsiz toplumsallaşma örneğinin daha belirgin şekilde gerçekleştiği görülmektedir. YMI'de arabulucuların iletişim için sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandığı gözlemlenmektedir. Deneyimli arabulucuların genç arabuluculara mentorluk yaptıkları, özellikle gençlere yönelik uluslararası pek çok yarışma düzenlendiği, üniversitelerin genç arabuluculara yönelik ücretsiz veya ücretli eğitim programları düzenledikleri, sayfada iş ilanlarına yer verdikleri görülmektedir.

Araştırmaya konu edilen beş aylık zaman dilimi içerisinde tespit edilen 227 içerikten 148'ini (%65,19) kadınlar paylaşmıştır. 653 üyesi olan *GMN Türkiye*'nin 488, 939 üyesi olan *Türkiye Arabulucular Platformu*'nun 319 üyesi kadındır. *GMN Türkiye* sayfasında müzakere topluluğu eğitimleri için kadınlara burs verilebileceği, güçlü ve girişimci kadın kimliğinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. ADB sayfası istatistiklerindeki 2013 yılı sınavını kazanan arabulucuların yaklaşık yarısı (%50) kadındır. Ancak kadınların karar mekanizmalarında yeterince yer almadıkları gözlenmektedir.

Çalışma kapsamında kadın katılımcılardan elde edilen bulgular, Amerika'da kadınların arabuluculuk sürecindeki rolü ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarıyla uyusmaktadır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre kadınlar ve erkeklerin uzlaştırmadaki başarısı aynı olup, tek fark kadınların biraz daha etkili olduğuna ilişkindir. Farkın istatistiksel olarak çok önemli olmadığı, ancak araştırmaya göre kadınların daha bağlayıcı sonuçlara ulaşmayı başardıkları tespit edilmiştir. Yine *Cobb Arabuluculuk* tarafından 2006-2007 yılları arasında yürütülen zorun-

lu 'Alternatif Anlaşmazlık Çözümü' programında 578 arabuluculuk davasının 300'ünde kadınların arabuluculuk yaptıkları, %62 başarı elde ettikleri; erkeklerin ise 278 davadaki başarısının %42,4 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaların ve bu çalışmanın neticesine göre arabuluculuk sürecinde kadının varlığı ortamı yumuşatmakta, tarafların masada kalmalarına, çözüme ve uygulanabilir anlaşmalara varma olasılığının artmasına vesile olmaktadır.

Araştırmada arabulucuların sosyal medya üzerinden hareketsiz toplumsallaştığı kabul edilse de, fiziksel olarak gerçek dünyada bir araya gelemeyen arabulucuların kendi örgütlü yapılarını kurmalarının çok da mümkün olmadığı gözlenmektedir. Bulgulara göre arabulucuların sosyal medya üzerinden toplumsallaştığı kabul edilse de fiziksel olarak bir araya gelmedikleri sürece ortak eylemde bulunma olasılıklarının zayıf olduğu düşünülmektedir.

Hem *Facebook* topluluk sayfalarının incelenmesinden elde edilen bulgular, hem de nitel soru formunu yanıtlayan arabuluculara göre; arabuluculuk mesleğinin tanınmasının yapılması, hak ve yükümlüklerinin yasal güvenceye kavuşması için yakın zamanda mesleki örgütlenmeye gidilmesi bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Son iki yıl içinde arabulucu dernekleri ve arabuluculuk merkezleri çalıştaylarını düzenleyen arabulucuların bu ihtiyacın farkında oldukları ve bunun için harekete geçtikleri tespit edilmiştir.

Son olarak Türkiye'de özellikle kadına ve çocuğa yönelik şiddetin tırmandığı günümüzde şiddetsiz iletişimi, barış dilini kullanarak sorunlarımızı çözmeyi öğrenmek bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Üniversite ve Barolar gibi toplumsal değişimde misyon yüklenmesi gereken kurumların, sadece arabuluculuk eğitimlerinde yer almasının yeterli olmadığı görülmektedir. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde kurulmuş olan Anlaşmazlık Çözümü Araştırma ve Uygulama Merkezinin (AÇMER), akran arabuluculuk projelerinden, İngilizce Anlaşmazlık Çözümü Yüksek Lisans Programına kadar anlaşmazlık çözümü ile ilgili pek çok çalışmayı hayata geçirerek, bu alandaki önemli bir boşluğu doldurduğu görülmektedir. Ankara Arabulucular Derneği, İzmir Arabulucular Derneği, Arabulucu Gönüllüleri Derneği ve son olarak AKRANDER'in ortaokul ve liselerde uygulanmasına destek oldukları akran arabuluculuk projeleri ile uzlaşma kültürünün toplumda yaygınlaşmasında etkin bir şekilde rol aldıkları görülmektedir.

Toplumsal uzlaşının yaygınlaşması, sorunları konuşarak, müzakere ederek çözüme kültürünün yerleşmesi için sadece Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı ve arabulucuların bireysel çabalarının yeterli olmadığı görülmektedir. Önemli olan tüm tarafların sürece dâhil olması üniversiteler, Türkiye Barolar Birliği ve baroların, arabulucu olmayan avukatların hem arabulucularla, hem Arabuluculuk Daire Başkanlığı ile iş birliği yapmaları gerekmektedir. ADR ve arabuluculuğun nihai amacı bireyin adalete erişimini kolaylaştırmak, memnuniyeti sağlamaktır. Bu işbirliklerinin arabuluculukla ilgili toplumsal farkındalığın artmasına ve uzlaşma kültürünün yaygınlaşmasına katkı sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmada internet üzerinden iletişimin yükselen yönüne de vurgu yapılırken, Covid-19 salgını ile evlere kapanan insanlar için online iletişimin ne kadar vazgeçilmez olduğu ortaya çıkmıştır. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözmenin sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu görülmüştür. Salgın sürecinde Türkiye'deki arabulucular da dünyadaki benzerleri gibi online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmışlardır. Bu durum çevre dostu arabuluculuk yollarının hem kolay erişilebilir, hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Günümüzde küresel ısınmanın yarattığı sonuçları acı bir şekilde yangınlar ve sel felaketleri ile tecrübe eden dünyamız için küçük bir katkı da olsa online arabuluculuğun çevre dostu yönünü ön plana çıkararak, online arabuluculuğun kullanılmasını teşvik etmek daha da önem kazanmaktadır.

Kaynakça

- Akyıldız, N. (2018). Ek olarak: Elise Boulding: Barış kültürü ve aile çalışmaları. E. Büyükkakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (259-26). Ankara: Adres Yayınları.
- Arabulucu (2019). <https://www.facebook.com/groups/arabulucu/> (topluluk sayfası). 21 Mart 2019.
- Arabuluculuk ve Uzlaştırma - Talya Mediasyon (2019). <https://www.facebook.com/groups/400994849955387/> (topluluk sayfası). 29 Mart 2019.
- Avşar, Z. (2012). *Ombudsman/İyi yönetilen Türkiye için kamu hakemi*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Aydın, C. H. (2015). Çevrimiçi iletişim. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (138-155). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baym, N. K. ve Boyd, D. (2012). Socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 320-329.
- Berg, L. B. ve Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (H. Aydın, çev. ve ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Beriker, N. ve Bozkur, S. (2018). Daniel Druckman. E. Büyükkakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (319-334). Ankara: Adres Yayınları.
- Bilgin, K. R. (2018). Johan Galtung. E. Büyükkakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (175-207). Ankara: Adres Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan, S. G. (2007). Tekno günlüklerdeki çok(lu) sessiz yaşamlar: Yeni medyanın sessiz enstürmanları-Yeni orta sınıf gençlik. M. Binark (der.), *Yeni medya çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Ağ toplumunun yükselişi-Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dick, J. v. (2016). Senin gibi kullanıcılar mı? Kullanıcı türevli içerikteki failliği kuram-

- laştırmak (B. Ayaz, çev.). H. Hülür ve C. Yaşın (ed.), *Yeni medya kullanıcının yükselişi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Erol, M. (2018). *Türk hukukunda arabuluculuk teşkilatlanması*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Fisher, R. Ury, W. ve Patton, B. (2012). *Evet boyun eğmeden anlaşmaya varmak* (F. Güven Burakreis, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- GMN Türkiye (2019). <https://www.facebook.com/groups/gmnturkiye/> (topluluk sayfası). 21 Mart 2019.
- Goffman, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Güner, D. K. (2019). Mediation was not always an alternative. <https://www.imi-mediation.org/2019/06/05/mediation-was-not-always-an-alternative/>. 10 Haziran 2019.
- İldır, G. (2003). *Alternatif uyuşmazlık çözümü: Medeni yargıya alternatif yöntemler*. Ankara.
- İlhan, E. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2018). Türkiye’de YouTube yayıncılığı ve YouTuber olmak. *AHBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 47. <http://iletisim-dergisi.hacibayram.edu.tr>. 9 Mayıs 2019.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture-Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kekeç, E. K. (2016). *Arabuluculuk yoluyla uyuşmazlık çözümünde temel aşamalar ve taktikler*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Küçük, M. (2015). İletişim kavramı ve iletişim süreci. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (2-19). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları teoriler ve yaklaşımlar* (A. Toprak, çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lazar, J. (2001). *İletişim bilimi* (C. Arık, çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- McLuhan, M. (2001). *Gutenberg galaksisi* (G. Çağalı Güven, çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Moore, C. W. (2016). *Arabuluculuk süreci* (T. Kaçmaz ve A. Türnüklü, çev. ve ed.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Büyük Britanya: Sage Publication.
- Narin, F. B. (2015). *İnternet gazeteciliğinde hipermetinsellik Türkiye örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Oğuz, T. (2015). Grup iletişimi ve örgüt içi iletişim. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (94-115). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişimin kültürel işlevleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Özata, F. Z. (2013). Sosyal medya platformları. M. C. Öztürk (ed). *Dijital iletişim ve yeni medya* (76-99). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özbek, M. S. (2012). *Türk yargı sisteminde çok seçenekli adliyeler*. <http://www.arabulucu.com/makaleler>. 2 Mayıs 2017.
- (2013). *Alternatif uyumsuzluk çözümü*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Rosenberg, M. B. (2016). *Şiddetsiz iletişim* (L. H. Ergun, çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: Görülüyorum öyleyse varım!*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Türkiye Arabulucular Platformu (2019). <https://www.facebook.com/groups/282362145247596> (topluluk sayfası). (Erişim 21 Mart 2019).
- WOMACC (tarih yok). Take the green pledge. <https://womacc.org>.
- Young Mediator (2019). <https://www.facebook.com/groups/youngmediator/> (topluluk sayfası). 24 Mart 2019.

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onam formu imzalatılmıştır.

Etik Kurul Onayı: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 10/08/2021 tarih ve E-11054618-302.08.01-37301 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Yazar katkı oranları: Erol İlhan (%50), Sultan Bayram (%50).

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.

Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from Ankara Hacı Bayram Veli University Ethics Committee with report number E-11054618-302.08.01-37301 on 10/08/2021.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.

Financial support: No funding was received for this study.

Author contribution rate: Erol İlhan (50%), Sultan Bayram (50%).

