

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hüseyin YAŞA

NEFRET SÖYLEMİ İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ:
EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2017

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hüseyin YAŞA

NEFRET SÖYLEMİ İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ:
EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Onur ÖKSÜZ

Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2017

T.C
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Hüseyin YAŞA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Yrd. Doç. Dr. İsmail Aysad GÜDEKLİ (İmza)

Üye (Danışmanı): Yrd. Doç. Dr. Onur ÖKSÜZ (İmza)

Üye: Yrd. Doç. Dr. Didem DENİZ (İmza)

Tez Başlığı: “Nefret Söylemi İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği”

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 25/12/2017

Mezuniyet Tarihi : 28/12/2017

(İmza)

Prof. Dr. İhsan BULUT

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Nefret Söylemi İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Hüseyin YAŞA





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	HÜSEYİN YAŞA
Öğrenci Numarası	20155251010
Enstitü Ana Bilim Dalı	Gazetecilik
Programı	Gazetecilik Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Yrd. Doç. Dr. Onur ÖKSÜZ
Tez Başlığı	Nefret Söylemi İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği
Turnitin Ödev Numarası	899485884 899485936

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 140 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 27/12/2017 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 8

alıntılar dahil % 15'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

...../...../.....

(imzası)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLOLAR LİSTESİ.....	v
GRAFİKLER LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
ÖZET.....	viii
SUMMARY.....	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM NEFRET SÖYLEMİ

1.1. Nefret Kavramı	4
1.2. Söylem Kavramı	5
1.3. Nefret Söylemi Kavramı	7
1.4. Nefret Söylemi İle İlgili Kavramlar	9
1.4.1. Önyargı	9
1.4.2. Ayrımcılık	10
1.4.3. Ötekilik	12
1.4.4. Kalıp Yargı (Stereotip)	13
1.4.5. Çok Kültürlülük	14
1.5. Nefret Söylemi Çeşitleri	15
1.5.1. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi	15
1.5.2. Irk Temelli Nefret Söylemi	15
1.5.3. Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi	17
1.5.4. Siyasal Nefret Söylemi	20
1.5.5. Yabancılarla ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi	21
1.5.6. Engellilere ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemi	21
1.6. Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu	22

1.7. Nefret Söylemi ve Nefret Suçları İlişkisi.....	24
1.8. Nefret Söylemi İnşasında Medyanın Rolü.....	27
1.8.1. Nefret Söylemi ve Geleneksel Medya	29
1.8.2. Nefret Söylemi ve Sosyal Medya	35
1.9. Nefret Suçlarına İlişkin Yapılan Uluslararası Düzenlemeler.....	37
1.10. Nefret Suçlarına İlişkin Yapılan Ulusal Düzenlemeler	40

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE ARAÇLARI

2.1. Sosyal Medya Kavramı, Tanımı ve Önemi	42
2.2. Sosyal Medyanın Tarihi ve Gelişimi	43
2.3. Sosyal Medyanın İşlevsel Özellikleri	45
2.3.1. Kimlik	45
2.3.2. Diyalog.....	46
2.3.3. Paylaşım.....	46
2.3.4. Mevcudiyet	47
2.3.5. İlişkiler	47
2.3.6. Tanınma/Popülerlik	48
2.3.7. Gruplar	48
2.4. Sosyal Medyanın Etkileri.....	49
2.5. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları.....	50
2.5.1. Avantajları	50
2.5.2. Dezavantajları	53
2.6. Sosyal Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar	55
2.7. Sosyal Medya Uygulamaları/Araçları	59
2.7.1. Sosyal Ağ Siteleri	60
2.7.2. İçerik Paylaşım Siteleri	63
2.7.3. Sosyal İmleme/Etiketleme Siteleri (Bookmarking)	65
2.7.4. Bloglar (Ağ Günceleri)	66
2.7.5. Mikrobloglar	69
2.7.6. Wikiler	71
2.7.7. Forumlar ve Sözlükler	72
2.7.8. Podcastler.....	74

2.7.9. RSS (Really Simple Syndication) Geri Beslemesi	75
2.7.10 Sanal Dünyalar.....	76

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

NEFRET SÖYLEMİ İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ: EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

3.1. Metodoloji.....	78
3.2. Araştırmanın Amacı.....	79
3.3. Araştırmanın Önemi.....	79
3.4. Sınırlılıklar.....	79
3.5. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem.....	80
3.6. Araştırma Soruları.....	80
3.7. Bulgular ve Yorum.....	81
 SONUÇ.....	 104
 KAYNAKÇA.....	 108
 EK 1 - Kodlama Cetveli.....	 121
 ÖZGEÇMİŞ.....	 125

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1. Sosyal Ağ.....	60
---------------------------	----



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Haberlerin Hangi Yayın Organında Ne Tür Nefret Söylemi Ürettiği.....	34
Tablo 1.2. 5 Bin Haberin Hedef Aldığı Grup Kategorileri ve Türleri.....	35
Tablo 1.3. Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'na Üye Ülkeler Bazında Nefret Suçları Düzenlemeler ve Kapsamları.....	38
Tablo 2.1. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar.....	57
Tablo 2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkları.....	58
Tablo 3.1. Entry'lerin Paylaşım Dili	81
Tablo 3.2. Entry'lerin Kelime Sayısı.....	81
Tablo 3.3. Entry'lerin İçeriği	82
Tablo 3.4. Entry'lerde Sözü Edilen Konu/Olay	84
Tablo 3.5. Entry'lerde Sözü Edilen Konu/Olay Deneyimlenmiş midir ?.....	85
Tablo 3.6. Kaygıların Temeli ve İlişkilendirildiği Konular.....	85
Tablo 3.7. Konu ile İlgili Yapılan Yorum Türleri	86
Tablo 3.8. Olumsuz Metin İçerikleri	87
Tablo 3.9. Yansız/Nötr Metin İçerikleri	89
Tablo 3.10. Entry'lerde Hedef Gösterilme Durumu.....	91
Tablo 3.11. Entry'lerde Hedef Gösterilenler	92
Tablo 3.12. Entryler'lerde Ayrımcılık	94
Tablo 3.13. Entryler'lerde Önyargı	95
Tablo 3.14. Entry'lerin Nefret Söylemi Kategorisi	97
Tablo 3.15. Entry'lerde Nefret Söylemi	98
Tablo 3.16. Entry'lerin Favorilere Eklenme Durumu	100
Tablo 3.17. Entryler'deki Favori Sayısı	102
Tablo 3.18. Entry'lerde Referans Gösterilme Durumu	103
Tablo 3.19. Aynı Yazarın Konu ile İlgili Başka Bir Entry'si var mı ?.....	104

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1. Hedef Gruplara Göre Nefret Söylemi	32
Grafik 1.2. Ulusal Basında Nefret Söylemi	32
Grafik 1.3. Yerel Basında Nefret Söylemi	33



KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
AIDS	Acquired Immune Deficiency Syndrome (Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu)
AİHM	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
AİHS	Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi
Bkz	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler
DİA	Devletin İdeolojik Aygıtları
FBI	Federal Bureau of Investigation (Federal Soruşturma Bürosu)
HIV	Human Immunodeficiency Virüs (İnsan Bağışıklık Yetmezliği Virüsü)
HTML	Hypertext Markup Language (Hipermetin İşaretleme Dili)
İHA	İhlas Haber Ajansı
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
KİA	Kitle İletişim Araçları
LGBTİ	Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans, İnterseks
M.	Madde
RSS	Rich Site Summary (Zengin İçerikli Site Özeti)
RTÜK	Radio ve Televizyon Üst Kurulu
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
T.C	Türkiye Cumhuriyeti
TCK	Türk Ceza Kanunu
TDK	Türk Dil Kurumu
XML	Extensible Markup Language (Genişleyebilir Anlamlandırma Dili)

ÖZET

Gündelik hayat içerisinde çeşitli nefret söylemlerinin yoğun olarak üretildiğini ve bu söylemlerin farklı mecralarda paylaşılması ile yeniden üretildiğini söyleyebiliriz. Sosyal medyanın gün geçtikçe önem kazanması ile birlikte sosyal medya platformlarında da nefret içerikli paylaşımların yapıldığı görülmektedir. İnteraktif bir yapıya sahip olan söz konusu araçlar yapısı dolayısı ile güncel konuların paylaşılmasına ve konu ile ilgili yorumların yapılmasına da olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada, sosyal medya ve nefret söylemi ilişkisini incelemek amacı ile sosyal medya araçlarından “sözlükler” içerisinde en çok kullanım alanına sahip Ekşi Sözlük’te üretilen ve dolaşıma sokulan nefret söylemleri ele alınmaktadır. Ekşi Sözlük bağlamında sosyal medyada giderek artan nefret söylemine dikkat çekerek, çalışmanın örnekleme olarak belirlenen “Suriyeli Sığınmacılar” başlığı altında kullanıcıların önyargıları, hoşnutsuzlukları ve tahammülsüzlüklerinin yanısıra bir arada yaşamayı yok eden, başkalarının haklarına müdahalede bulunmayı ve adaletsizlikleri teşvik eden yorumların hangi biçimlerde ifade edildiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Sözü edilen başlık altında yazılan 3200 entry’nin %10’u çalışmaya dahil edilerek şükela modu altındaki 320 entry içerik analizi yöntemiyle kategorize edilerek çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Nefret Söylemi, Sosyal Medya, Suriyeli Sığınmacılar, Ekşi Sözlük, İçerik Analizi.

SUMMARY
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE CONTENT OF HATE SPEECH:
EXAMPLE OF EKŞİ SÖZLÜK

In daily life, we can easily say that various discourses of hatred are produced intensively and that these discourses are reproduced by sharing in different circles. Increasing the importance of social media with hatred sharing is seen on social media too. Due to the structure of the vehicle, which has an interactive structure. By the way it also allows sharing of current topics and commentate on this subject. In this study, it's aimed to canvass the relation social media and the hatred speech which is produced in Ekşi Sözlük and circulating in the most usage field of "dictionaries" from social media tools are discussed under the "Syrian Refugee Seekers" which is defined as a sampling of the study the prejudices, dissatisfaction and intolerance of the lives of others, the intervention in rights of others and the ways in which interpretations encouraging injustice are expressed. %10 of the 3200 entries written under the mentioned heading were included in the study and categorized by 320 entry content analysis method under "Şükela Mode".

Keywords: Hate Speech, Social Media, Syrian Refugees, Ekşi Sözlük, Content Analysis.

ÖNSÖZ

Nefret söylemleri, dünyada ve ülkemizde çeşitli şekillerde ortaya çıkan ve günümüzde belirgin olarak nefret suçuna teşkil eden bir durumdur. Bir kişi veya bir grubu hedef alarak ifade edilen nefret söylemi, söz konusu hedef olan kişi ya da grubun ötekileştirilmesine, önyargı oluşmasına, aşağılanmasına ve şiddet gibi çeşitli eylemlere maruz kalmasına neden olabilmektedir.

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya yoluyla, bireyler dünyanın herhangi bir yerinden nefret söylemi sürecine katılabilmekte ve olan biten bütün konular hakkında görüşlerini özgürce dile getirebilmektedirler. Bu bağlamda çalışmada, sosyal medyada devamlı olarak üretilen ve dolaşıma sokulan ayrımcılığı, ötekileştirmeyi, yabancı düşmanlığını teşvik eden nefret söylemlerinin bir nebze de olsa görünür kılınması amaçlanmıştır.

Çalışmanın her aşamasında yol gösteren, bilgisi, tecrübesiyle benden yardımlarını esirgemeyen, hep daha nitelikli üretime yönlendiren ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum saygı değer hocam ve tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Onur Öksüz'e minnet ve teşekkürlerimi sunarım. Tez savunma jürimde yer alarak görüşleriyle çalışmama olan katkısından ve içtenliğinden dolayı saygı değer Yrd. Doç. Dr. Didem Deniz hocama, yüksek lisans sürecince yaptığım çalışmalara destek olup, yapıcı eleştirileri, değerli tavsiyeleri ve katkıları ile bana yol göstermiş olan değerli hocam Doç. Dr. İsmail Ayşad Güdekli'ye çok teşekkür ederim. Gerek lisans gerekse yüksek lisans eğitim sürecimde bana destek olan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma bana katkılarından dolayı ayrıca teşekkür ederim.

Son olarak, tüm hayatım boyunca yanımda oldukları gibi eğitim hayatımda da her türlü maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, benim için varlıkları hep azim ve gurur kaynağı olmuş aileme sonsuz teşekkür ederim.

Daha nice başarıların başlangıcı olması dileğiyle..

Hüseyin YAŞA
Antalya, 2017

GİRİŞ

Nefret her insanda bulunan bir duygu olmasının yanısıra gündelik yaşamımızın her alanında nefret söylemlerinin mevcut olduğu söylenilebilir. Nefret söylemlerinin bu denli yaygın olmasının nedeni öncelikle bireylerin toplumsallaşma süreci içerisindeki belli bir önyargı sistemine sahip olmaları ve zihinlerindeki ayrıştırıcı fikirlerin mevcudiyetidir. Kendisi ile benzerlik göstermeyen ‘diğer’ olarak adlandırılan kişilere yönelik olarak ortaya çıkan ruh hali önyargı ve ötekileştirmeden beslenerek öfke, korku, nefret olarak kendini göstermektedir.

Nefret söyleminin ilk basamağı olan üretim aşamasından sonra kamusal alanda ifade edilmesinin çeşitli psikolojik zararlara yol açarak kişinin bir parçası olduğu toplumdan dışlanmasına neden olmaktadır. Sözü edilen durumun sonucu olarak ise, birey kendisini üyesi olduğu toplumun bir parçası olarak hissedemez ve çevresine yabancılaşır. Bireysel olarak geri dönülemez hasarların oluşmasına sebep olabilecek olan bu durum diğer bir yandan toplum açısından duygusal bir aradalığı zedeleyici sonuçları doğurabilmektedir.

Bireysel ve toplumsal olarak olumsuz çıktıları olan nefret söyleminin farklı tanımlamaları mevcuttur. Ama en genel anlamda uluslararası alanda yapılmış tek tanım olması açısından önemli olan Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu tarafından kabul edilen 1997 tarihli ve R (97) sayılı tavsiye kararında yer alan tanımıyla nefret söylemi şu şekilde tanımlanmıştır; “ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezcilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini” kapsayacak şekilde anlaşılabacaktır (Weber, 2009: 3).

Geleneksel medyada genellikle ima, abartma, kinaye, çarpıtma gibi dolaylı şekilde görülen nefret söylemleri, sosyal medya kullanıcılarının aktif bir şekilde katılabildikleri etkileşimli ortamlarda yaygın olarak hakaret, aşağılama, anlam yükleme, küfür gibi doğrudan biçimlerle yer almaya başlamıştır. Kimi zamanlar da ifade özgürlüğünün bir parçası veya “iç dökme” eylemi şeklinde nitelenen bu söylemler sosyal ağların doğal bir parçası durumuna gelmiştir. Söz konusu anlayışın yaygınlaşmasına paralel olarak dünya çapında farklı gruplara ve bireylere yönelik nefret dilinin büyük oranda yaygınlaştığını söyleyebiliriz. İfade edilen düşünce ışığında sosyal medyada daha kolay ulaşım ve erişim imkanı, denetimsiz bir şekilde yayılması ve kullanılan ayrımcı ve çatışmacı dilin etkisi yatmaktadır.

İnternet ve sosyal medya ortamlarında kullanıcılara sunulan özgürlük ortamı, birey ve grupların hedef aldığı başka bir birey ya da gruplara karşı nefret, ırkçı, ayrımcı, öfkelerini denetimsiz bir şekilde üreterek dolaşıma soktukları bir alana dönmüştür. Artık yüzbinlerce grup ve topluluk çeşitli nedenlerle bir araya gelerek örgütlenmektedirler. Bu örgütlenmeler içerisinde aşırı, milliyetçi, ırkçı, ayrımcı, cinsiyetçi homofobik nefret söylemi üreten çeşitli örgütlenmelerde bulunmaktadır. Sosyal medya ortamlarındaki nefret söylemleri, genel olarak siyasal, yabancılara farklı etnik kökenden göçmenlere karşı, dini eşcinsellik karşıtı ve kadınlara yönelik nefret duyan kişi ve grupların önyargılı veya yanlı eylemlerini kapsamaktadır (Doğu, 2010: 228).

Sosyal ve ekonomik hayatın içerisinde gün geçtikçe daha çok yer almaya başlayan Suriyeli sığınmacılar, ülke gündeminde konuşulan ve tartışılan güncel konulardan birisidir. Ülke gündeminde ve geleneksel medyanın gündeminde sıkça yer alan Suriyeli sığınmacılar ile ilgili içerikler ve enformasyonlar aynı şekilde sosyal medya araçları içerisinde de önemli bir paylaşım alanına sahiptir. Suriyeli sığınmacıların sosyal medya araçlarındaki temsillerine odaklanıldığında daha çok olumsuzluk içeren konularda bir sorunun kaynağı olarak gösterilme şeklinde sunuldukları söylenebilir. Sosyal medya araçlarının kullanıcı sayısının gün geçtikçe arttığı göz önüne alınırsa, bu araçlarda paylaşılan olumsuz içeriklerin Suriyeli sığınmacıların toplum tarafından algılanma biçimlerinde büyük oranda etkili olacağı ve bu algının yeniden üretilmesinde işlevsel bir role sahip olacağı da aşıkardır. Bu bağlamda sosyal medyaya getirilen eleştirilerden birisi de çeşitli grupların ve bireylerin zenginleştirici özelliğini öne çıkarmak yerine, ötekileştirmeyi körükleyerek nefret söylemlerini yaygınlaştırdığı yönündedir. Çalışmanın örneklemini olarak belirlenen Ekşi sözlük içerisinde kullanıcıların yaptığı yorumlara odaklanıldığında da benzer durum söz konusudur. Suriyeli sığınmacılar başlığı altında, Suriyeli sığınmacılara yönelik olarak küfür/hakaret içeren entry'lere çok sık rastlanmaktadır.

Nefret söylemi ve Sosyal Medya ilişkisini Ekşi sözlük bağlamında incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın birinci bölümünde, öncelikli olarak nefret, söylem, nefret söylemi ve nefret söylemi ile ilgili temel kavramlar tanımsal bazda açıklanmaya çalışılmış, nefret söylemi çeşitlerine değinilmiş, nefret söyleminin hukuki boyutlarına vurgu yapılarak nefret söyleminin inşasında sosyal medyanın rolü tartışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde sosyal medyanın tanımı yapıldıktan sonra önemi, tarihi gelişimi ve işlevsel özellikleri üzerinde durulmuştur. Aynı zamanda sosyal medyanın etkileri, geleneksel medya arasındaki farklılıklar, sosyal medya araçları incelemeye tabi tutulmuştur.

Araştırmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise amaç Ekşi Sözlük bağlamında sosyal medyada gün geçtikçe yaygınlaşan nefret söylemlerine dikkat çekmek ve yazarların nefret içeren ifadelerinde yabancı düşmanlığı, ayrımcılığı, ötekileştirmeyi teşvik eden yorumların yer aldığını görünür kılmaktır. Bu noktadan hareketle Ekşi Sözlük içerisinde ‘‘Suriyeli Sığınmacılar’’ başlığı altında yer alan 3200 entry’nin %10’u örneklem olarak belirlenerek araştırma amacına yönelik olarak hazırlanan kodlama cetveli aracılığı ile kodlanarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen veriler SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiş ve çalışmanın bulguları elde edilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

NEFRET SÖYLEMİ

1.1. Nefret Kavramı

Antik Yunancadaki nefret kavramının karşılığı “kedos”, Latince karşılığı “odium”, İngilizce karşılığı ise “hate” ya da “hatred”, Almanca karşılığı “hassen”, Fransızca karşılığı ise “haine” kelimeleridir (Ataman, 2012: 50). Türkçe’de kullanılan Arapça kökenli nefret kelimesi, Türk Dil Kurumu (TDK)’ndaki tanıma göre “bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu” ve “tiksinme/tiksinti” anlamlarına ifade etmektedir. (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a2afb82f10960.29830963 erişim tarihi: 05.02.2017).

Nefret kavramı ile ilgili tartışmalar ilk olarak 1986’da ABD’de beyaz bir grup öğrencinin siyahi bir kişiye karşı saldırgan hareketlerinin haberlerde yayımlanması ile başlamıştır. 1990’da ırk, din, inanç saldırıları da dâhil olmak üzere ulusal köken, cinsel yönelim, engellilik durumunun yanısıra toplumsal cinsiyet rollerini de kapsamına almıştır (Alğan ve Şansever, 2010: 9).

1980’lere kadar Cortese nefret kavramını bir nesneye yönelik düşmanlık hissi ve hoşlanmama şeklinde ifade ederken, 1980’lerin ortalarına doğru herhangi bireyin, toplumun başka bir bireylerine yönelik inanç, cinsiyet, ırk gibi çeşitli özelliklerinden ötürü beslediği düşmanlık ve olumsuz hisler olarak sosyal manada da tanımlama yapılmaya başladığını ifade eder (Kınık, 2013: 2).

Korku, öfke, nefret, potansiyel olarak tehlike, çoğunlukla tanınmayan fakat kişinin kendisine benzemediği ve farklılık olduğu amacıyla öteki olanlara karşı ortaya çıkmakta olan ruh şekli olarak tanım yapılabilir (Karadeniz, 2012: 6). Nefret herkesin bildiği gibi olumsuzluk bildiren bir duygudur. Çünkü içinde incitici, saldırgan, yaralayıcı, önyargılar, ırkçılık, cinsiyetçilik herhangi bir tarafta yer alıp karşı tarafı kötüleme, kişiler ve gruplar arasında sorun çıkarma, fiziki, psikolojik ve sembolik şiddete yol açma gibi olumsuz ve potansiyel durumlar barındırır.

Günümüze kadar çeşitli düşünürlerin nefret kavramına ilişkin yaklaşımları incelendiğinde, “duygu” veya “yargı” odaklı tanımlamalar yapılmış olduğu görülmektedir. Spinoza ve Hume gibi filozoflar, nefretin objesine yönelik olumsuz duyguya vurgu yaparken, Aristoteles ve Descartes gibi filozoflar obje hakkındaki olumsuz bir yargılamaya vurgu yapmaktadır. Bu husustaki bir başka ayrım da, nefretle ilgili davranış eğilimlerini kapsamaktadır. Buna göre, Descartes kedere sebep olduğunu ileri sürdüğü nefretten

kaçınmayı önerirken, Aristoteles hırsız veya muhbirden nefret etme örneğinde olduğu gibi, bazı durumlarda ona yaklaşmayı önerir (Ataman, 2012: 54).

Duygusal bir davranış olarak değerlendirilen nefret durumlar, olaylar veya çevrelerce öğretilen, öğrenilen olaylar karşısında ortaya çıkan duygu olarak ifade edilmektedir. Fakat nefret bir ideoloji çerçevesinde şekillendiği durumda bireyler ve gruplar kendilerini ya da diğerlerini ideolojinin belirlediği bağlamda şekillendirmeye başlar (Çayır, 2010: 48). Bu durumla birlikte nefret; önyargı, ötekileştirme, ayrımcılık veya nefret söylemi gibi durumların meydana gelmesine sebep olmaktadır.

Nefret kavramına ilişkin tanımlama çabaları, modern sosyal bilimlerin de konusu olmaya devam etmektedir. Bu bağlamda, bir kısım araştırmacılar nefreti duygu, yaratılış, sendrom, ruhsal bir anormalite veya duygusal bir tutum olarak tanımlamaya çalışırken, son yıllarda genel kabul gören bir tanımlamaya göre nefret, kişiselleştirilmiş, genelleştirilmiş ve küreselleştirilmiş öfkenin bir türü olarak nitelenmektedir. Bu haliyle nefret indirilmiş bir varlığın acısını, kaygısını ve korkusunu rasyonel hale getirmeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Ayrıca kendi kendine oluşturulmuş bir hasıma karşı ruhsal anlamda sorunlu sinirsel bir bağlıdır. Bir kısım psikanalist yazar da nefreti patolojik bir durum olarak nitelendirmektedir. Örneğin, Freud'dan sonra nefret, tahrip edici saldırganlık amacıyla beraber egonun bir tutumu olarak tanımlanmıştır. Nefret; ihtiyaçlar, korkular, engellenme veya tüm hoşla gitmeyen zarar verici deneyimler yoluyla harekete geçirilebilir (Ataman, 2012: 56-67).

1.2. Söylem Kavramı

Cook çalışmasında, temel anlamda, söylem kavramıyla “dil kullanım, yani dille yapılan iletişim” şeklini ifade etmektedir (akt: Evre, 2009: 108). Köken itibarıyla söylem kavramı, Latince “discurrere” (oraya buraya koşuşturma, gidiş gelişler) kelimesinden ve/veya “yayılma” , “erime”, “uzaklaşma” ile “discursus” kelimesinin çeşitli versiyonlarına karşılık gelmektedir; mecazi manada da “özne hakkında uzun uzadıya konuşma”, “bir şey hakkında iletişim” manasına gelmektedir (Sözen, 1999: 19).

Michel Foucault söylemi genel olarak gelişmekte olan dil uygulamaları olarak ele alır. Foucault'a göre her bir kişi kendine göre farklıdır. Bahse konu farklılık da doğal olarak kişilerin söylemlerinin de farklı olmasına neden olabilmektedir. Farklı tarihlerde insanlar, birbirlerinden farklı olacak şekilde kendilik maskeleri kullanagelmışlerdir. Bunun olağan sonucu olarak her bireyin söylemi, hem içinde bulunulan zaman açısından hem de tarihsel açıdan birbirinden farklı olabilir (Aygül, 2013: 16). Foucault söylem kavramıyla bilgiyi temsil etmek amacıyla dil kullanımını sağlayan ifade etme biçimlerini kastetmektedir. Tüm sosyal

davranış biçimleri anlam içerip, yaptıklarımızı şekillendirdiğinden dolayı söylemsel bir nitelik taşımaktadır.

Potter ve Reicher’a (akt: Göregenli, 2013a: 58) göre 'söylem' kavramının ortaya çıkışı ve günümüze kadar izlediği seyir, kavramın disiplinlerarası eleştirel bir yaklaşımla sürekli olarak yeniden inşa edildiğini göstermektedir. Söylem teorisi, tek bir paradigmadan hareketle anlaşılmayacak kadar karmaşık ve dinamik bir yapı içinde gelişmektedir. Psikoloji alanı içinde, dili sadece zihinsel süreçlerin bir temsili ve iletişimi aracı olarak gören anaakım anlayışa karşı bir yaklaşımla, dilin sosyal etkileşimler bağlamında nasıl inşa edildiği ve sürdürüldüğü üzerine çalışmalar söylem üzerine ilk kavramsallaştırmaları ortaya çıkarmıştır. Sosyal psikoloji bakış açısıyla, söylem toplumsal bir pratiktir. Dolayısıyla söylem, insanın toplumsal varlığında hayat bulup ete kemiğe bürünürken, insanlar da toplum içerisinde kullandığı dille şekillenir.

Teun A. Van Dijk söylem kavramını, toplumsal bağlamda dilin kullanımına bağlı olarak irdeler: Söylem iktidar ile dil arasındaki bir ilişkinin olduğundan dolayı, söylem ideolojiden bağımsız olarak düşünülmemelidir. İktidar diğer bireylere ve gruplara hükmetmeyle ilgilidir. Bu aynı zamanda diğer bireylerin davranışlarını veya özgürlüklerini kontrol etmekle yetinmeyip, ayrıca bireylerin zihinlerinin neyi nasıl tasavvur edebilecekleri, davranışları, bilgi kavramları, ideolojileri ve düşüncelerini etkileyecek şekilde de hâkimiyeti elde etmek ister. Tam da burada, söyleme atfedilen önem ve bu kavramın iktidar ile arasındaki bağ ortaya çıkar. Çünkü bu noktada Van Dijk, toplumdaki bilişsel denetimin etki altına alınabilmesi maksadıyla söylemin denetlenmesi ya da bizatihi üretilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Söylemi denetim altına almanın temel koşulu ise söylemin, “kimin söylediğinin, ne tür bir niyetle söylediği, ne durumda kime söylendiği” gibi bağlamlarla denetlemektir. İnsanlar tutum, bilgi ve ideolojilerini söylem yoluyla benimserler. Bu sebepten dolayı söylemin kontrol edilmesi hem gazetecilerin denetlenmesini, hem de beraberinde okuyucuların da zihinlerinin direk olarak olmasa dahi dolaylı yöntemlerle kontrol altına alınması manasına gelmektedir (Çavdar ve Yıldırım, 2010: 12-14).

Van Dijk (akt: Öztekin, 2015: 927) söylem kavramına atfedilen önemle birlikte, söylem kavramını salt bireysel düşünce ya da duyguların dilde karşılığını bulması değil; toplumsal enformasyon yığınının, değer yargılarının, fikir akımlarının temsilcisi ve yeniden üreticisi olarak tanımlamaktadır. Söylem, ideoloji ve fikirlerin yeniden üretilmesinde ve günlük olarak kullanımında vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Söylem, hem ideolojilerden beslenmenin yanı sıra aynı zamanda ideolojilere göre de şekillenir; hem de ideolojilerimizi belirler ya da değiştirir.

Söylem toplumsal pratiği olan, diğer bir yönüyle de ayrımcı düşüncelerin ve inançların temel kaynağıdır. Söylem, ayrımcılığın ve ırkçılığın “arayüzü” olarak görülebilir. Ayrımcılığı söylem vasıtasıyla, metinler ve konuşmalarla öğreniriz. Toplumsal dolaşımda olan egemen söylemde kendi birincil ve hâkim rolünün devamını sağlamak amacıyla, hâkim ideoloji, bu ideolojiyi savunmakta olan egemen baskın toplumsal grup veya gruplar tarafından ortaya konur (Çınar, 2013: 141).

Bu bağlamda medya, hâkim olan gücün elinde bulunan önemli bir vasıta olarak devreye girmekte ve önem kazanmaktadır. Geçmişten günümüze cinsiyetçi, ırkçı, homofobik veya yabancı düşmanlığı gibi ayrımları ideolojileri destekleyerek nefret söylemini üreten, dolaşımını sağlayan en etkili araçlardan biri olmuştur. Bu bağlamda, medyanın gerçekliği olduğu gibi aktarmak yerine hakim ideolojisinin devamını sağlamak için kendine gerçeklikler yaratarak farklı şekilde yansıtır. Bu gerçeklik çoğu zaman toplumdaki hakim ideolojinin sürekliliğini sağlayıcı niteliktedir. Burada esas unsur medyanın söylemi nasıl inşa ettiğidir.

Yaklaşık 50 yıldır iletişim bilimleri, sosyoloji, kültürel antropoloji, sosyal psikoloji gibi disiplinlerde yürütülen başat çalışmalar, medyanın bu rolü neden ve ne biçimde üstlendiğini derinlemesine bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu çalışmaların gösterdiği gibi egemen söylemin alanı olan, özellikle anaakım medyada yer alan içerikler; haberler, forumlar, sosyal medya, sözlükler, filmler, televizyon dizileri, eğlence programları, tartışma programları, animasyonlar, radyo konuşmaları, köşe yazıları, illüstrasyonlar vb, bu söylemin taşıdığı, açık ya da kapalı biçimde ayrımcı mesajları içermekte, egemen söylemin yaygın söylem haline gelmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (Çınar, 2013: 141).

1.3. Nefret Söylemi Kavramı

Nefret söyleminin pek çok yerde kullanımına karşın, çeşitli disiplinler arası incelemelere tabi tutulmakla birlikte halen üzerinde mutabakata varılmış müşterek bir tanımlaması mevcut değildir. Uluslararası alanda kabul edilmiş yegâne tanımlama, 1997’de “Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi” tarafından kabul edilen nefret söylemi konulu 97(20) sayılı bir tavsiye kararında mevcut olan tanımlama uluslararası seviyede yapılan tek tanım olması açısından önem arz eder. Bahse konu komitenin tanımı, “ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezcilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan dinsel hoşgörüsüzlük dahil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsayacak şekilde

anlaşılmaktadır. Bu anlamda ‘nefret söylemi’ muhakkak belirli bir kişiye veya gruba yönlendirilmiş yorumları kapsamaktadır ” şeklinde ifade edilmektedir (Weber, 2011: 3).

Bununla birlikte nefret söylemi birçok durumu kapsamaktadır:

- İlk olarak, nefretin ırkçı boyutlarda olması ya da diğer bir deyişle kişilere ve bu kişilerin ait olduğu gruplara yönelik nefretin yansıtılması, teşvik edilmesi ve savunulması durumudur.

- İkinci olarak, nefretin dinsel nedenler gösterilerek teşvik edilmesi. Bu duruma örnek, inananlar ve inanmayanlar, farklı mezheplere ait olanlar arasında yaşanan kışkırtma buna örnek gösterilebilir.

- Nihai olarak da bu komitenin, nefret söylemi konusunda aldığı tavsiye nitelikli Kararı’nda tanımladığı ifadelerde yer alan, “saldırgan milliyetçilik ve etnik merkezilik şeklinde ifadesini bulan” hoşgörüsüzlük kaynaklı olarak diğer nefretin türlerinin ortaya çıkarılması ve kışkırtılması kapsamına girmektedir (Weber, 2009: 3).

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) ise nefret söylemi kavramını en geniş manasıyla; dini hoşgörüsüzlüğü de içermek üzere her tür hoşgörüsüzlükten kaynaklanmış olan, nefreti savunan, yayan, teşvik eden ya da teşvik etmeye sevk eden veya haklı çıkaran ifade biçimleri olarak tanım yapmaktadır.

Peltonen’e (akt: Özulu, 2014: 17) göre başka bir tanımlamada ise nefret söylemi şu şekilde tanımlanmaktadır: “Nefret söylemi ayrımcılık, ırkçılık, cinsiyet gibi karmaşık problemlerin tartışılması hususunda temel tanımları ifade eder. Nefret söylemi, geleneksel manada incelenmesi halinde; inaniş, azınlıklara, etnik kökene veya bir cinsel eğilime yönelik olarak kırıncı ve nefret içeren konuşmalar, yazılar ve çok kullanılan iftiraları ve hakaretleri ifade eden bir terimdir. Yaygın olarak kabul görmüş bir tanımlama yapılmamış olması bu söylemin çok rahatlıkla ve serbest bir şekilde kullanılmasına sebep olmaktadır. Bu söylem ile alakalı temel husus tek bir bireye ya da gruba yönelik yapılan taciz ve saldırı olması ve olumsuz hisleri uyarması ve kışkırtmasıdır. Genellikle kişisel olmasından ziyade bir gruba ya da bir dini veya etnik azınlığı hedef aldığı şekilde tanımlanan nefret söylemi bazen çoğunluğu da hedef alabilmektedir.

Almagor’a göre nefret söylemi genel bağlamda, söylemin içeriği, konuşmanın yapısı, tonlamasına yönelik olarak yapılan bir analiz, söylemin hedefleri ve sözlü fiilin muhtemel çıktıları veya çıkarımları vb. maddeler konu edilmektedir. Raphael Cohen Almagor, bu söylemi, bir birey ya da grubu hedefleyen ve de bu bireylerin doğuşlarından itibaren sahip oldukları bir takım var olan ya da fark edilen niteliklerinde ötürü, düşmanca, ön yargı üzerine dayalı ve art niyet içeren söylem olarak tanımlanmaktadır. Bu nefret söylemi, hedef alınan

grupları taciz eden, sindiren, küçük düşüren, inciten, kişiliksizleştiren, alçaltan, mağdur duruma düşüren ve bu gruplara yönelik gaddarlık ve duyarsızlığı teşvik eden bir gayeye sahiptir (İnceoğlu, 2013a: 80).

Nefret söyleminin temelinde yabancı korkusu ya da düşmanlığı ırkçılık, önyargılar, herhangi tarafı tutuma, toplumdaki insanlar bakımından ayrımcı davranma, bir din hakkında korku dolu düşünceler yaratma veya kötüleme gibi diğer konular bulunmaktadır (Alğan ve Şansever, 2010: 15).

Nefret söyleminin meydana gelmesinde, iş, medya, okul, aile ve toplum tarafından öğretilmiş bir takım önyargıların belirleyici olduğu görülmektedir. Nefret suçu meydana gelirken, buna sebep olan nefret ve önyargılar bahse konu suçun işlenmesine ön ayak olarak kimi zamanlarda bu suçu teşvik ettiği gözlenmektedir. “Nefret söylemi” ve “nefret suçu”, birbirinden beslenen iki benzer kavram olsa da esasları itibarıyla birbirlerinden farklı kavramları ifade ederler. Nefret söylemi kategorik anlamda suç olarak tarif edilemez. Ancak, nefret söylemi belirli bir muhteviyata haiz olması halinde, bazı devletlerin hukuki mevzuatlarında suç olarak tanımlanmakta ve buna göre işlem görmektedir (Karan, 2010: 57). Bir hareketin veya söylemin nefret suçu tanımı altında kabul edilebilmesi için başlıca öge bir suçun var olmasıdır. Fakat bu husus, nefret söylemi için benzer şekilde olmayabilir.

Nefret söyleminin yukarıdaki tanımlamalardan çıkaracağımız ortak payda; nefret söyleminin tahammülsüzlükten dolayı dışa vurumu olduğudur. Nefret söyleminin temelinde yatan olumsuz duygu ve düşünceler toplumsal hayatın içinde yer alır ve sürdürülür. Nefret söyleminin hedefindeki kişi ya da gruplar ile ilgili oluşturulan bu olumsuz duygu ve düşünceler eğitim kitaplarında, aile, okul, metinlerde, gündelik kişiler arası iletişimde kitle iletişim araçları sayesinde yayılmakta ve nefret söylemi böylelikle normalleşmektedir.

1.4. Nefret Söylemi İle İlgili Kavramlar

1.4.1. Önyargı

Sosyal bilimlerde önyargı konusunda mevcut çalışma ve araştırmaların öncülüğü Gordon W.Allport tarafından yapılmıştır. Allport’ın, 1954’te yaptığı “Önyargının Doğası” isimli araştırmasıyla önyargı kavramı irdelenmiş ve önyargı şu biçimde ifade edilmiştir: “Bir gruba dâhil ve böylelikle o gruba atfedilmiş karşı çıkılabilir özelliklere sahip olduğu varsayılan bir kişiye yönelik, yalnızca o kişinin o gruba ait olmasından kaynaklanan, yön değiştirmiş ya da düşmanca tavır” (Allport, 1958: 8).

Önyargı terimi İngilizce’de “prejudice” ya da “bias” kelimeleri ile ifade edilir. Bu iki kelimenin de kaynağı eski Fransızca’dır. Prejudice kelimesinin Latince’deki karşılığı aynı

zamanda haksızlık ve adaletsizlik manasını taşıyan “prejudicium” veya “praejudicium” kelimeleri kullanılarak türetilmiştir. Diğer taraftan Bias kelimesinin kökenine baktığımızda Antik Grekçe’de nefret, düşmanlık, haksızlık ve zarar manasına gelen epikarsios kelimesine dayandığı görülmektedir; bu kelime daha sonra Latince’ye “bigassius” olarak geçiş yapmıştır (Ataman, 2012: 62).

Önyargı, doğduğumuz günden bugüne kadar sosyal çevre vasıtasıyla öğrenmiş olduğumuz çoğunlukla aile, tahsil hayatımız, medya, iş ve gündelik hayatımızda iletişim kurduğumuz bireylerden öğrendiğimiz fikirler önyargımızın oluşumuna sebep olmakta ve zaman içerisinde bu fikirler doğrularımız olarak kabul edilmektedir.

Önyargılar, öncelikle gelişim aşamasındaki çocukların aile içerisinde öğrenilerek bir davranış haline gelmekte daha sonraları ise bağlılık duydukları grupların önyargılarına ve zaman içerisinde grupların stereotiplerine esas teşkil etmektedir. Theodor Adorno ve arkadaşları tarafından önyargının, kendinden emin olamayan, güvensiz bir kişilik emaresi gösterdiğini ve çalışmalarında otoriter karaktere sahip olan bireylerin temel hususlarda benzeyen niteliklere sahip olduklarını ortaya çıkarmışlardır. Çoğunlukla bahse konu eğilimle hayata bakışı olan insanlar, çocukluk çağlarında içgüdüleri bastırılmış olan, yaşam alanlarında meydana gelebilecek zararlar nedeniyle tehdit algısı yüksek olan ve beşeri ilişkileri güç savaşı olarak tanımlayan kişiler olmaktadır. Hayata adım attıkları doğumlarından başlayarak ebeveynlerinin otoriter ve baskıcı tutum ve davranışlarından ötürü, kendileri de büyüdüklerinde bu otoriter tavrı diğerleri üzerinde kurma eğilimi göstermektedirler. Bahse konu tipte insanlar içinde bulundukları çevreyi dikotomi içerisinde algılamakta ve insanları güçlü ve zayıf, iyi ve kötü, biz ve öteki olacak şekilde kategorize etmektedir. Yaşadıkları bütün olumsuz vakaların sorumluluğunu öteki olarak tanımladığı insanlarda aramakta, bahse konu olaylara kendilerini de eleştirebilecek yani özeleştiri yapabilecek açıdan bakmamaktadırlar (Uluç, 2009: 60-62). Bu yüzden önyargılar sonucunda biçimlendirilen insanlar kişilik özellikleriyle değil, içinde bulundukları dini, etnik, siyasi, cinsiyet veya fikirleriyle ele alınmakta davranış ve tutumları bu çerçevede değerlendirilmektedir.

1.4.2. Ayrımcılık

Ayrımcılık, köken itibarıyla Latince “ayırma” manasında olan “discriminato” kelimesi ile tanımlanmaktadır. Sosyal Psikoloji disiplinde, bir kişinin yalnızca belirli bir gruba bağlılığı sebebiyle olumsuz tutum ve davranışlarla karşı karşıya kalması anlamına gelir ve önyargı ve kalıp yargıların davranışa dönüşmesi olarak ifade edilebilir (Bilgin, 2003: 118).

Ayrımcılık, en basit şekli ile ‘adil olmayan davranış’ anlamına gelmektedir. Bir gruba karşı sahip olunan olumsuz tutumların sebebiyle, o gruba dâhil olan üye ya da üyelerine karşı ortaya çıkan olumsuz davranışlardır. Nefret söyleminin temel unsurlarından biri olan ayrımcılık, mantıklı bir gerekçe veya nedensiz bir şekilde bir kamu yararı bulunmaksızın, bir kişiye, kişi ile yanlı durumda ve koşuldaki kişilerden daha farklı davranılmasıdır. Biz ve ötekiler arasında yapılan bir ayırmadır. Bu ayırım yalnızca geride bıraktığımız yüzyılda bile, hiçbir neden olmaksızın milyonlarca insana acı çekmelerine sebep olmuştur (Yılmaz, 2013: 35).

Önyargıların sonucunda oluşan ayrımcılık davranışları farklı bireylere yöneltilmiş olsa da, insanlar arası ilişkilerdeki ayrımcılığı uzak durma, hoşlanmama ve olumsuz tutumlardan farklı kılan nokta, ayrımcılığın yöneldiği kişilerin hedef olma nedenlerinin, kişisel özellikleri değil, ait oldukları grubun özellikleri olmasıdır. Ayrımcılık sonucunda ortaya çıkan “dışlama” davranışları, insanları farklı sosyal kategorilere sınıflandırma süreci sonucunda oluşurlar. Ayırıştırma tutumu aynı özellikleri taşıyanları aynı kategoriye koymayı ve diğerlerini dışarıda tutmayı gerektirir (Göregenli, 2013b: 26).

Kategoriler zaman içerisinde değişikliğe uğrayarak tekrar tekrar değerlendirilebilir, ideolojik toplumsal arka plana göre değişebilir ve taşıdıkları anlamlar zamanla bağlama dayalı olarak değişebilir. Örneğin, üst komşunuzun çocuklarının gece geç saatlerde çok gürültü yapıyor olması komşunuzla aranızda çatışma halini meydana getirebilir. Bu komşunuzun aynı zamanda Kürt kökenli olması, Kürtlerin genelde çok çocuklu olması biçiminde algılanıp yorumlandığından, sıradan bir uzlaşmazlık hali önyargılardan beslenen bir sınıflandırma ve dışlama süreci sonucunda ayrımcılığa yol açabilir. Tarihin ve kişisel hayat tecrübesi birikiminin belirli bir döneminde “çok çocukluluk” olarak kendini gösteren kategorilendirmenin içeriği kişiler arası ilişki sorunu, ‘gürültü sorunu’ olmaktan çıkıp, etnik bir grup aidiyetine atfettiğimiz bir ayrımcılığa dönüşmüştür. Bu düşünce ve kanaatler, olgunlaşmamış, her türlü kanıttan önce peşin kararlara dayanmaktadır (Göregenli, 2013b: 27).

Tanımlardan da yola çıkılarak denebilir ki; objektif ve makul bir sebebe dayanmaksızın farklı nitelik taşıyan kişilere karşı önyargı temelinde farklı muamele yapılması ayrımcılığı oluşturmaktadır. Bu tutum ve davranışlar toplumsal bağlamla birlikte içinde yaşanan sosyal çevre tarafından bireylerin yaşam içerisinde öğrendikleri ile şekillenen zihinsel bir süreçtir. Bu süreç içerisinde ayrımcılığın önüne geçebilmek için ayrımcılığı meşrulaştıran sosyal medya alanları, dergi, gazete, televizyon, radyo, gibi mecralarda kullanılan dil göstergelerindeki ifadelerin düzeltilmesiyle başlanabilir.

1.4.3. Ötekilik

Nefret söyleminin temelindeki ötekilik bir dışlanma pratiğini işaret eder. En sabit haliyle “öteki”yi bireysel seviyede “ben olmayan”, toplumsal seviyede ise, “biz olmayan” şeklinde tanımlayabiliriz. Bununla beraber öteki, “biz” dışında her şeyi ifade ettiğinden, biz de mevcut olan bütün gizemli korkuların öznesidir (Yanıkaya, 2009: 24-27). Zizek, öznenin kendi kimliğini tanımlayabilmesi, varoluşunu tanıyabilmesi için ötekiye ihtiyaç duyduğunu, bu sebeple ötekinin özne için vazgeçilmez olduğunu belirtir (Çoban, 2009: 64). Buradan hareketle ben ya da biz ve ötekiler arasında birbirini tamamlaması bakımından karşılıklı bir ilişki durumundan söz edebiliriz.

Nefret söylemine ait açık bir emare, “ben/biz” algısı temelinde üretilmiş olmasıdır. “Ben, biz” genel manada ideoloji ve fikir akımı temelinde her tür iktidarın ve gücün sahipliğini temsil etmekte, “öteki ve onlar” da iktidar ve güç sahipleri tarafından önemsiz görülen, dışlanan ve aşağılanan yabancıları, çeşitli azınlıkları, eşcinseller gibi farklı cinsel eğilimleri olanları, fakir kesimleri ve toplum yaşamının dışına sürülmüş bütün grupları temsil etmektedir. Bireyin aidiyet hissettiği, kendini konumlandığı ve tanımladığı kimliğe göre, kendinden farklı olan “ötekilerin” değiştiği görülmektedir. Fakat bazı zamanlarda bahse konu konumlandırma neticesinde birey, yabancı düşmanlığı, türlü önyargılar, ırkçılık vb. sebeplerle kendinden farklı olan kişilerden nefret edebildiği görülmektedir (Aygül, 2013: 21).

Öteki olmak olağan durum olmamakla birlikte herkes birbirinden farklı özelliklere sahiptir. Bu farklılık olumlu bir zenginlik olarak görülmemelidir. Burada sorun olarak ötekinin varlığı ve bireylerin ötekine karşı göstermiş oldukları çeşitli kaba, küçümseyici, alaycı, küfürlü, ayrımcı, öfkeli, kızgın, kışkırtıcı, sert, argo, saldırgan tutumlar değil, onların tamamen yok sayılması, inkâr edilmesidir (Uluç, 2009: 116). Örnek vermek gerekirse; ABD’de 11 Eylül 2001 tarihinde gerçekleşen veya müteakip yıllarda Avrupa’da meydana gelen küresel çaplı terör eylemleri sonucunda, Batı dünyasının Müslümanlara yönelik geliştirdiği önyargılı bakış açısı, ötekileştirmenin en çarpıcı örneklerindendir. O yıllarda medyanın yayımladığı önyargı içeren bazı belgeler, muhafazakâr partiler tarafından konunun siyasi malzeme haline getirilmesi ve kanun adamlarının bazı zamanlarda gösterdikleri aşırılık içeren yasal tepkimeler; İslam dini ile terörizm arasında bir ilişki kurulmasına yol açmıştır (Yılmaz, 2008: 96). Bu tutumlar sonucunda Müslümanlara şüphe, önyargıyla yaklaşarak ötekileştirmişler ve kendi ülkelerinin vatandaşı dahi olsalar bir tehdit olarak algılamaya başlamışlardır.

1.4.4. Kalıp Yargı (Stereotip)

İlk kez Lippmann tarafından kullanılan bu terim, insanların kafalarında oluşan imgelere/imajlara işaret etmektedir. Kalıpyargı (stereotip), köken olarak “streos (sağlam, dayanıklı, katı)” ve “typos (karakter, nitelik, tip)” kelimelerinin bileşiminden meydana gelmektedir (Sürvegil, 2008: 117). Kalıp yargı, “diğer bireyleri ya da grupları” içine yerleştirdiğimiz “kategorileri” ifade etmenin yanı sıra “diğer bir bireyi veya bireyler gurubunu” tanımlayabilmek amacıyla kullanılan kolaylaştırılmış betimsel kategorileri nitilemektedir. Kalıp yargıların sık sık hedefine maruz kalan gruplar; meslek grupları, cinsiyet, yaş, azınlıklar ve milliyetlerdir (Bilgin, 2003: 367).

Kalıp yargı ve önyargı kavramları birbirine yakın kavramlar olmasına rağmen, işlevsel ve tanımsal olarak birbirlerinden ayrırırlar. Kalıp yargı, bir grup hakkında zihinsel bir imaj olarak tanımlanmakta iken; “önyargı”, belli bir gruba mensup üyelere, bu gruba ait olmaları sebebiyle sergilenen negatif tutum şeklinde ifade edilmektedir (Sürvegil, 2008: 117). Örnek vermek gerekirse; kendi memleketinin insanını iyi, güzel, zeki, kültürlü değerlendiren birinin başka bir memleketin insanını kötü, cahil, yobaz gibi olumsuz tutumlarla önyargılı bir tavır içerisinde değerlendirmesidir. Bilinçaltımıza yerleşmiş kalıp yargılar ise “erkekler ağlamaz”, “siyahlar uyuşturucu satarlar”, “Beyazlar ırkçıdır”, “Çingeneler gamsızdır” gibi olumsuzluk içeren kalıp yargılar olduğu gibi “Japonlar zekidir”, “Türklerin misafirperver ve sıcakkanlı insanlardır” gibi yargılar da pozitif kalıp yargıların örnekleri arasındadır.

Kalıp yargılar iki doğrultuda gelişirler: Genelleştirme eğilimi ve özelleştirme eğilimi şeklinde. Genelleştirme eğilimi, kendisini bilmediğimiz bir veya birkaç bireyin özelliklerini, onunla aynı sınıflandırmada bulunan bütün diğer bireylere yaymadır. Örneğin, haylaz bir erkek çocuğu olan birinin diğer bütün erkek çocuklarını haylaz olarak görmesi gibi. Burada imgeyi, deneyimlediğimiz bir olay üzerinden, kitlenin bütünü için fazla düşünmeden duygusal ve ani bir tutumla genelleştirme söz konusudur. Özelleştirme eğilimi ise, ülke, grup veya olayla ilgili edindiğimiz bir kanıyı o ülke, grup ya da olaydan olan bir kişiye atfetmemizdir. Örneğin, yabancı bir ülkede olan müslümanın, daha önce kişilik özellikleri bilinmeden ve hiç tanınmadan vahşi, terörist olarak kabul edilmesi gibi. Bu noktada özelleştirme eğilimi pratikte genelleştirme eğiliminden daha çok karşımıza çıkmaktadır (Tutkun ve Koç, 2008: 262).

İçinde yaşadığımız çağda kalıp yargılar kitle iletişim araçları aracılığıyla istemimiz dışında bilinçaltımıza sürekli olarak yerleştirilmektedir. Bunlar özellikle haberlerde, haber başlıkları ve manşetlerde kullanılan homofobi, ırkçı, provokatif, ayrımcı dil, cinsiyet gibi imalar, ifadeler, tanımlamaların yanında medyanın göstermiş olduğu doğrular, yanlışlar kullanılarak kalıp yargıların ve önyargıların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ayrıca bunun

medya yoluyla bireylere aktarılması bilginin “kesin” doğru olduğu izlemine yaratıp hızlı bir şekilde kabul edilmesine olanak sağlamaktadır. Böylece toplumda ayrımcılığın meydana gelmesinde zihinsel süreç içerisinde altyapı oluşturulup, kalıp yargılar topluma empoze edilerek devamlılığı sağlanmaktadır. Fakat medya ne olursa olsun her türlü içeriğinde yaş, görüntü, cinsel yönelimleri ve kimlikleri, alışkanlıklar, gelenekler, transfobik ve homofobik, ırkçı, dinsel, kalıp yargıların dışına çıkılması konusunda gerekli özeni göstermesi gerekmektedir.

1.4.5. Çok Kültürlülük

Kymlicka’a (1998: 48-49) göre çok kültürlü kavramının etnik bağlamının dışında, ötekileştirilmiş farklı sosyal grupları (özürlüler, geyler, işçiler, ateistler, kadınlar vb.) içine alan anlamsal genişlikte kullanılmasına işaret etmesinin yanı sıra etnik ve ulusal dinamiklerden kaynaklanan farklılıkları ifade etmektedir. Bu bağlamda çok kültürlülük, farklı kültürlerin ve kültür gruplarının değerlerini tanıyan kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumlar genel olarak kendilerine rakip ve tehdit olarak kabul ettikleri kültürleri aşağılamış; bu kültürlere karşı düşmanca bir hisse kapılmışlardır. Her kültür kendince dünya tarihi için önemli katkılar sağladığına inanmıştır. Bu anlayışı benimseyen toplulukların farklı kültürleri tanınmasının zor olacağı muhakkaktır. Kültürlerin oluşumu için uzunca bir tarihî aşama gerektiğinden dolayı başlangıcından bugüne kadar değişmeden aynı şekilde varlığını koruması tasavvur edilemez. Farklı kültürlerin etkisinde kalmayan bir kültürün var olduğuna kanaat getirmek, gerçek dışı bir durumdur (Yücel, 2011: 35).

Dünyanın bir yanından başka bir yanına büyük göçlerin yaşanması ve kitle iletişim araçlarının olağanüstü bir gelişim göstermesi ve yaygınlık kazanması, kültür unsurunun etnik ve yerel durağanlığının büyük çapta dönüşüme girmesini sağlamıştır (Lull, 2001: 96). ABD, kuruluş yapısından dolayı dünyanın dört bir yanından gelen insanların birlikte yaşamlarını sürdürdüğü bir ülke özelliğine sahiptir. Bu duruma bağlı olarak ABD, çok kültürlülük olgusunun en yaygın şekilde varlık bulduğu düşünülen devletlerden biri olmasından ötürü çeşitli zamanlarda farklı politikalar denemiştir. 19. asrın son yıllarında, çok kültürlülük olgusunu tanımlamak için, farklı kültürlerin ortak bir potada kaynaşması anlamında “eritme potası (melting-pot)” ifadesi tercih edilirken, 1960’lı yıllardan itibaren “salata” ifadesi daha çok kullanılagelmiştir (Uluç, 2009: 116). Bu tabirin kullanılmasının nedeni, salatanın içerisinde bulundurduğu yiyeceklerin her birinin ayrı bir tadını korumasının yanında yiyeceklerin birleşmesiyle oluşan tadın daha lezzetli olmasıdır. Tıpkı bu örnekte olduğu gibi

toplumdaki farklı kültürleri ötekileştirmek yerine bu farklılıklardan meydana gelen kültürel zenginlikten faydalanmak daha doğru olur.

1.5. Nefret Söylemi Çeşitleri

1.5.1. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi

Farklı din ve bir dine bağlı farklı mezhep aidiyetleri hedef alınarak oluşturulmaktadır. Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de bu söylemin çeşitli örneklerine sık sık rastlanılmaktadır. Ülkemizde inanç ve mezhep temelli nefret söylemi, İslamiyet haricindeki dinlerle birlikte başta Alevilik olmak üzere Sünnilik dışında kalan diğer mezheplere yönelik olarak da geliştirilmektedir (Binark ve Çomu, 2013: 210).

Nefret söylemi henüz Türk hukunda ayrıntılı şekilde düzenlenmiş bir kavram olmamasına rağmen, Nefret söylemi ile mücadele bağlamında, Türk Ceza Kanunun'da düzenlenmiş suçlar bulunuyor. Bu kapsamda nefret söylemiyle ilişki bir düzenleme, TCK'nın 125. Maddesi gösterilebilir. Maddede “Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden ya da yakıştırmalarda bulunmak veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişinin, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılacağı” belirtiliyor. Maddenin 3. fıkrasının c bendi ise “hakaret suçunun kişinin mensup olduğu dine göre kutsal sayılan değerlerden bahisle işlenmesi durumunda cezanın alt sınırının bir yıldan az olamayacağı” şeklinde düzenlenmiştir. Bu çerçevede bu düzenleme kişinin kimliğine yönelik bir hakaret olup, inanç temelli nefret söylemi kapsamında değerlendirilebilir (Karan, 2013: 113).

Toplumlarda egemen olan inançların, mezheplerin diğer inanç ve mezhepler üzerindeki baskıları inanç temelli nefret söyleminin sınırları dahilindedir. Örneğin; Türkiye gibi nüfus çoğunluğu Müslüman olan bir ülkede muhafazakâr olmayan kesmin yarattığı nefret söylemi, diğer yandan Müslüman olan kesmin, Müslüman olmayan Hristiyan veya Alevilik gibi inançlara sahip kesmin üzerinde tahakküm ve dönüştürücü tutumu inanç ve mezhep temelli nefret söylemi çerçevesinde çift yönlü bir bağlam olarak değerlendirilebilir.

1.5.2. Irk Temelli Nefret Söylemi

Nefret söylemi kastedildiğinde birçok ifade türünü içine alan bir kavramdan bahsedilmektedir. Bu kavramlardan biri olan ırk temelli nefret söylemi, gruplara ve kişilere yöneltilen nefretin belirli ırka ait olmaları sebebiyle kışkırtılması sonucu oluşmaktadır (Weber, 2009: 73).

“İrk” kelimesi Latince’de “rati”, İngilizce’de “race” olarak kullanılan kavramın kelime anlamı “kronolojik sıralama” anlamına gelmektedir. 17. ve 18. yüzyıllarda antropolojide ırk konusundaki çalışmalar Avrupa merkezli olarak yaygınlaşmıştır. Kavramın modern anlamda kullanımında insanların biyolojik olarak sınıflandırılması yer almaktadır (Barın, 2014: 9).

İrkçilik, 16. yüzyıldan günümüze kadar konuşulan ve araştırmalara konu olmuştur. Farklı ırktan oldukları ileri sürülen birey veya gruplara karşı aşağılama, haklarından ve özgürlüklerinden mahrum bırakmaktır. Günümüzde sınırlı da olsa ırkçılık devam etmektedir. Sözlükte İrkçilik (Ayverdi, 2008: 1340); “kendi ırkını başka ırklardan üstün sayan ve başka ırklarla karışmasından çekinen, ırkı, bir milleti meydana getiren temel unsur kabul eden görüş” şeklinde ifade edilmiştir. Belli bir ırkın başka bir ırktan üstün ya da aşağı olduğuna, özelliklerine doğuştan sahip olduğuna, ona hükmetme hakkı bulunduğu inancıdır (Yücel, 2011: 19). Küçük farklılıklar olmasına rağmen kavramın günümüzdeki anlamları bu tanımlara benzerlik göstermektedir. Nitekim Van den Berghe, ırkçılığı gerçekçi temellere dayansın veya dayanmasın, insan grupları arasında yapısal veya genetiksel olarak aktarılmış farklılıkların, belirli sosyal yeterliliklerin veya özelliklerin aslen/doğal olarak bulunması veya bulunmamasından kaynaklandığına dair inanışlar dizisi olarak tanımlamıştır. Berghe, bu tür farklılıkların sosyal anlamda ırk olarak tanımlanan gruplar arasındaki bireysel ayrımların meşru bir zeminini oluşturduğunu da vurgulamaktadır (akt: Bonilla-Silva, 1997: 465).

İrk temelli nefret söylemi, günümüzde kullanılan iletişim ortamlarının ortaya çıkmasından önce de toplumsal bir sorun olarak mevcuttu. İrkçi gruplar, 1970’lerde, telefon şebekesinin yanı sıra başka bir iletişim araç-gereçlerinden de faydalanmaktaydı. Mesela, Kanada’da yer alan Toronto şehrinde beyaz ırkın daha üstün olduğunu iddia eden Neo-Nazi Western Guard Partisi bir telesekreter aracı vasıtasıyla nefrete yönelik propaganda yapmıştı ve bu durum 1980’li yılların sonlarına doğru hukuksal tartışmaların da konusu olmuştu. İletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucunda ırkçı, ayrımcı gruplar ve yabancılara karşı yapılan düşmanlığı ve ırkçılığı körükleyecek çağdaş ve etkili cihazlar elde ettiler ve bu durum mevcut sorunun başka bir boyuta taşınmasına sebep oldu. Son yıllarda bilgisayarlarda, bilgisayar ilan tahtalarında (computer bulletin boards) ve ağlarda ırkçılık içeren ifadeler kendine yer bulmuşlardır (Akdeniz, 2010: 177-178).

Kalıtımsal farklılıklarla şekil alan ırkçılık, geçmiş dönemlerden zamanımıza aktarılan kalıplaşmış ve önyargılı fikirlerin tesiriyle günümüzde daha kompleks bir yapıya bürünmüştür. Zaman içerisinde kalıtsal niteliklerden uzaklaşan ırkçılık olgusunu, anti-semitizm, etnik-merkezcilik, artık kültürel dışlama ve hatta göçmen karşıtlığı gibi sosyal dışlamacı tavır ve davranışlardan ayırmak zorlaşmaktadır. Temelini büyük oranda sömürge tarihinden alan

ırkçılık, ilk haliyle insanlar arasında hiyerarşik bir yapılanma oluşturarak ucuz işgücünün kaynağı olan köleliği meşrulaştırmak için kullanılmıştır (Yılmaz, 2008: 13-14).

Gündelik yaşam içerisinde ırkçılık, söylemler yoluyla yeniden üretilmektedir. Gündelik konuşmalar popüler ırkçılığın doğal sonucudur. Önyargılar ve etnik klişeler böylelikle söylentiler gibi hızlı bir şekilde yayılırlar. Başka bir deyişle, toplumsal yaşam sürecinde, tüm toplumsal pratikler iktidarın ideolojisi tarafından belirlenmiş olan ırkçı düşünüş, söylem ve eylemlerin sıradanlaşmış bir biçimde tekrarlandığı ve yeniden üretildiği süreçler olarak da görülebilir (Van Dijk, 2007).

İrkçi nefretin düşünce ve söylemlerinin kaynağı, toplumsal bilinç çerçevesinde kitle iletişim araçlarıdır. Medya “ötekilere” yönelik toplumsal önyargıları ve kalıpyargıları tekrar tekrar gündeme getirerek doğallaştırarak, sıradanlaştırmaktadır. Geleneksel medyada yer alan ırkçı düşüncelerin sunuş biçimlerinde ciddi boyutta nefret söylemleri yer almaktadır. Bunun yanı sıra daha rahat bir ortam sunmasıyla sosyal medyada yer alan ırk ve etnik kökenli üretilen nefret söylemleri toplumlarda çeşitli grupları hedef gösterme ve ötekileştirme potansiyeli daha fazladır.

1.5.3. Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi

Genel olarak heteroseksüel cinsel kimliğin dışında diğer cinsel kimlikler ile kendini tanımlayan kişileri hedefleyen nefret söylemi türüdür. Bu söylem türü, lezbiyen, biseksüel, gey, travesti ve transseksüelleri hedefleyen bahsedilen cinsel kimlikler “sapkın” , “iğrenç” olarak damgalanır. (Binark ve Çomu, 2013: 209). Medyada LGBTİ (Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Trans, İnterseks) bireylere yönelik haberler genellikle cinsellikle bağdaştırılarak, cinsel yönelimlerine ilişkin ötekileştirici kalıpyargılar ve önyargılar ön plana çıkartılarak verilmektedir.

Cinsiyetçi ve homofobik söylemin üretiminde toplumun eşcinselliğe yönelik algı ve tutumunun etkisi büyüktür. Türkiye erkek egemen ataerkil bir toplumdur. Bu nedenle Türkiye’de bir erkeğin eşcinsel olması büyük tepkilere neden olmaktadır. Türkiye’de geleneksel cinsiyetçi yapı ile birlikte ulus-devletin militarist yapısı, bireylerin olaylara ve insanlara bakış açısını etkilemekte, bu durum, homofobi ve transfobiyi Türkiye’de yaygın kılmaktadır (Aygül, 2010: 112). Medyanın burada rolü büyüktür. Toplum tarafından çeşitli ayrımcılığa maruz kalan LGBTİ bireyleri, birçoğumuz tarafından televizyonda yayımlanan haber ya da eğlence programlarındaki temsilleriyle tanınmaktadır. LGBTİ bireyleri medyada cinsel obje olarak sunulan, toplumda sapkınlık olarak var olan önyargılarla temsil edilen bireyler olarak karşımıza çıkmakta, LGBTİ bireyelerine karşı nefret söylemi ve homofobinin

yayılmasına hizmet eden medya, önyargı ve kalıp yargıları normatifleştirmektedir (Yavuz, 2015: 59-60).

Türkiye’de bütünüyle nefret suçu olarak görülmesi gereken transseksüel, travesti ve eşcinsellere karşı yapılan saldırılar ise çoğunlukla mağdur ve kurbanların neden olduğu kışkırtma neticesinde meydana gelen eylemler gibi gösterilmektedir. Açık bir saldırıya ve çoğunlukla cinayete varan suçlar, medyada genellikle mağdurların çıkardıkları olaylar sonucunda gerçekleşmiş, “doğal sonuçlar” olarak ele alınıyor ve mağdurlar failin hassasiyetine dokunur ve cezalarını bulur şeklinde bir tablo sunuluyor (GL, 2012: 296). Böylelikle “Travesti töresi”, “Travesti kardeşini öldürdü”, “Sevgilimi lezbiyen ilişki yaşadı diye öldürdüm”, “Ters ilişki teklif etti öldürdüm” “Facebookta tanıştı Travesti diye öldürdüm”, “Travesti kardeşe kurşun” gibi bu tarz başlıklı haberler sadece failin ifadesiyle verilerek LGBTİ bireylerin açıklamalarına veya görüşlerine yer verilmeden şiddet meşrulaştırılıp, suçun altında yatan ayrımcılık gizleniyor (<http://www.kaosgl.com/sayfa.php?id=10118> erişim tarihi: 15.03.2017). Böyle haber başlıklarıyla travesti etiketi yapılması iletişim etiği açısından, haber değeri taşımakta mıdır? Yaygın cinsel kimlik olan heteroseksüel olduğunda belirtilme ve gösterilme gereksinimi hissedilmezken, travesti olduğunda gösterilme ve belirtilmeye yönelik yayınların medya araçlarında cinsiyet temelli nefret söylemi olacak şekilde değerlendirildiği görülmektedir.

Sosyal medya da yoğun olarak nefret söylemi örnekleriyle doludur. Geçtiğimiz yıl içerisinde cinsiyet değiştirme ameliyatı olan oyuncu Rüzgar Erkoçların durumuyla ilgili olarak Twitter ortamında açılan #rüzgarerkoclar etiketinde ve Türkiye’de mevcut blog kültürü için güzel bir emsal olarak gösterilen Ekşisözlük’te aynı konu başlığı altında bir takım ifadeler, olayı insan hakları merkezli değerlendirirken, diğer bir takım yazılar ise sözlük kullanıcısı üyeler tarafından ortaya konmakta ve dolaşıma sokulmuş olan nefret söylemine emsal teşkil ettiği görülmektedir. Bu ifadelerin birçoğunun mizahi içerik oluşturmak namına yapılması dikkat çekmektedir. Örneğin, bahse konu iki sosyal medya sitesinde de cinsiyetçi bir dil kullanılmış, örnek olarak bahsedilen bireyin “yakışıklı”lığı veya cinsel kimliğine mizah bakışı üzerinden sıklıkla vurgu yapılmıştır. Bunun yansısı LGBTİ bireylerin de kendi aralarında kapalı gruplar kurarak paylaşımlar yapmakta oldukları gözlenmektedir. Bu konuda, bu yeni tür medyanın homofobik paylaşımlara süratli ve etkili bir şekilde yayılma aracı olması hakim söylemin taşıyıcılığına katkı yaparken; diğer taraftan nefret söylemine odak noktası teşkil eden kişilere kendini özgür ve rahatça ifade etme imkanı tanımakta olduğu görülebilir (Vardal, 2015: 144-145).

Cinsiyetçi nefret söylemi kelimesiyle ifade edilmek istenen sadece LGBTİ'ye yönelik nefret içerikli söylem değildir. Aynı zaman da toplumun erkeğe ve/veya kadına atfettiği birtakım rollerin, davranışların ve düşünce kalıplarının dışına çıkılması sonucunda ortaya çıkan kadınlara yönelik nefret söylemini de bu kategoride değerlendirebiliriz. Bu tarz nefret söylemlerinde toplumların geleneksel değer yargıları ve ahlak anlayışı etkili olabilmektedir. Kadın yaşadığı toplumun geleneksel kalıplarına ters düştüğü anda nefret söylemine maruz kalmaktadır.

Türkiye’de kadına yönelik nefret söyleminin belirleyicisi, kadının içinde bulunduğu gelenekler, benimsediği veya kendisine dayatılan ahlaki değerlerin yanısıra yaşam biçimleridir. Bu çerçevede “öteki” durumunda olan kadına yönelik değerlendirmede ölçüt onun cinselliği, erkek dünyası ile kurduğu ilişki ve toplumsal durumudur (Eroğlu, 2008: 49). Bu noktada medyada kullanılan ifadelerin kadına atfedilen pek çok nitelik (narın, güçsüz, pasif vb.) toplumsal cinsiyet rol beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı kadını ikincil konumda konumlandıran söylemlerin üretilerek, dolaşıma sokulması kadına yönelik söylemi yoğunlaştırmaktadır.

Kadın, binlerce yıldır erkek egemen dünyanın eril düşünce kalıpları tarafından sürekli ötekileştirilmiş olduğundan, söylemde her zaman ikincil pozisyonda kalmaktadır. Atasözleri ve deyimler gibi toplumun kolektif hafızasını yansıtan geleneksel aktarımlarda da kadına yönelik negatif ayrımcılık sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Kadın imgesi, geleneksel medyanın olduğu gibi sosyal medyanın da ötekileştirilen söylem nesnesidir (Bilge, 2016: 4).

Kadına yönelik yapılan nefret söylemine ilaveten, bu söylemin diğer boyutu şeklinde ortaya çıkan kadına karşı şiddet de günümüzde giderek artış göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medya kadına karşı şiddet konularını gündeme getirerek kadına yönelik nefret söylemini yeniden üretilip devamlılığını sağlamanın yanı sıra söz konusu şiddette şiddetlere farkındalık oluşturmak amacıyla paylaşımlara da olanak sağlamaktadır. Fakat burada Twitter, Facebook vb. sosyal medya paylaşım platformlarında yapılan ya da yapılmaya çalışılan farkındalığın günlük yaşama hangi boyutta ve ne biçimde yansıdığı sorunu ortaya çıkmaktadır. Bahse konu farkındalık için örnek verecek olunursa, yakılarak gaddarca cinayete kurban giden 20 yaşındaki Özgecan Aslan’ın kısa bir zaman içerisinde sosyal medya gündemine damga vurması ve bu konuya yönelik olmak üzere adına açılan twitter hashtagleri emsal teşkil etmektedir. #kadınaşiddetinsanlığaihanet, #sendeanlat, #özgecanaslan hashtagleri ile bu konuya yönelik olarak bir çok şarkıcı ve oyuncunun da destek verdiği bu paylaşımlar, kadına şiddet ve tacize karşı toplum düzeyinde farkındalık sağlanması hedeflenmiştir (Vardal, 2015: 148-149).

1.5.4. Siyasal Nefret Söylemi

Genellikle siyasi figürler çerçevesinde şekillenen politik görüşlere ve bahse konu fikirlere sahip olan, bu fikirlere yakınlık hisseden bireylere karşı gösterilen nefret söylemi için kullanılan bir kavramdır. Bu nefret söylemi; “Siyasal bir düşünceyi ve bu düşüncenin takiplerini hedef alan nefret söylemidir. Bazen bir ideolojinin tamamını, bazen yalnızca bir veya birkaç siyasi partiyi, bazen ise çok daha küçük grupları hedef alabilmektedir.” (Binark ve Bayraktutan, 2013: 85).

Temelde siyasal bir düşüncenin takipçilerini, fikirlerinin farklılığı yüzünden hedef alan siyasal nefret söylemi bazen bir görüşteki siyasi partilerin tamamını bazense tek bir partiyi ya da herhangi küçük bir politik grubu nefret söyleminin odağı haline getirebilmektedir. Çoğunlukla kendi siyasi kimliğini oluşturma gayreti içindeki popülist partiler tarafından siyasi başarı kazanmak adına kullanılan bu söylem, kimi zaman büyük toplumsal karışıklıkların yaşanmasına neden olmaktadır (Bilge, 2016: 4).

İnternet ve sosyal paylaşım ortamlarında kullanıcıya sunulan özgürlük ortamı, ortamdaki birey ve toplulukların başka kişilere ve gruplara karşı, ırkçı düşüncelerini, öfkelerini, nefretlerini denetimsiz bir biçimde ifade ettikleri bir alana dönüşmektedir (Aygül, 2010: 111). Günümüzde yüzbinlerce grup, örgüt çeşitli nedenlerle sosyal medya ortamlarında bir araya gelmektedirler. Bunların içerisinde milliyetçi, ırkçı, cinsiyetçi, ayrımcı ve bunların yanı sıra siyasi nefret söyleminin üretilmesine olanak sağlayan çeşitli örgütlenmeler bulunmaktadır.

Türkiye penceresinden bakılması durumunda, sosyal medya ortamı Cumhuriyetin ilanından itibaren olan; islam dini ve laiklik bağlamında tartışılmakta olan laikliğin yaygın ve keskin hale gelmesi açısından önem arz eden bir alan olagelmıştır. Politik fikirler çerçevesinde hem haber internet sitelerinde hem de sosyal medyada yapılan paylaşımlar vasıtasıyla kullanıcı üyelerin yorumları çoğunlukla karşılıklı ağır hakaret ve ithamları içerdiği görülmektedir. Mizah yaklaşımının da öne çıkarılmaya çalışılmasıyla paylaşım sayıları sürekli artan söz konusu içerikler, siyasal nefret söyleminin vasıtası olarak kullanılmakta; tüm yaş grupları, cinsiyet, eğitim seviyesi ve meslek grubundan bireylerce rahatlıkla benimsenmekte ve paylaşımı yapılmaktadır. Sosyal medya platformlarında günümüzde yaygın şekilde paylaşımı yapılan “caps”ler de bu konudaki düşüncelerimizi desteklemektedir (Vardal, 2015: 150).

1.5.5. Yabancılarla ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi

Yabancıları, göçmenleri ve farklı etnik grupları hedef alan nefret söylemi türü olarak tanımlanır. Dünyada ve Türkiye’de ekonomik sebeplerle ortaya çıkan vakalara sık sık karşılaşıldığı gibi bunun yanı sıra söz konusu nefret söylemi ırkçı yaklaşımlardan da beslenebilmektedir. Özellikle farklı etnik grupların toplum içinde, endişe, kaygı, korku sebebi şeklinde göstermekte ve onları “düşman” gibi lanse etmektedir (Binark ve Çomu, 2013: 209).

Yabancılar ve göçmenler çoğunlukla farklı etnik gruplardan olduklarından sonradan geldikleri yerlerin sakinleri tarafından yoğun şekilde nefret söyleminin nesnesi haline getirilmektedirler. Nefret söyleminin altında yatan ‘öteki’ kavramının Latincesi olan ‘alius’un, İngilizcede yabancı anlamına gelen ‘alien’ kelimesinin kökü olması da bunu göstermektedir. Sonradan gelen ‘yabancı’, tanıdık olan ‘biz-lik çadırı’nın dışındadır, kolayca fark edilebilir ve pek çok özelliği üzerinden yadırganabilir. Yabancıların ve göçmenin ayırt edilişinin her üretimi, grubun benlik algısını daha da kuvvetlendirmektedir (Bilge, 2016: 4).

Türkiye’de Türk ve Müslüman olmayanlar dışında Türkiye’nin tarihi ve siyasal çıkarları kapsamında gündeme gelen pek çok konuda “yabancı” olarak işaretlenenler değişmektedir. Örneğin Türkiye’de Ermeni Soykırımı iddiaları ve İsrail-Filistin ilişkileri ekseninde Ermeniler; Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile Kuzey Kıbrıs Rum Cumhuriyeti ekseninde Yunanlılar ve Rumlar; ABD-Ortadoğu ülkeleri ekseninde ABD ve İsrail, Türkiye-AB ilişkileri ekseninde AB ülkeleri, gündeme gelen konular çerçevesinde “yabancı-düşman” olarak işaretlenerek yabancı düşmanı nefret söyleminin hedefi olabilmektedirler. Ayrıca, ekonomik ilişkiler söz konusu olduğunda Türkiye’ye çalışmaya gelen yabancı kadınlara yönelik güvenilmez, dolandırıcı, fahişe gibi etiketlerle nefret söylemi üretilmektedir (Köker ve Doğanay, 2010: 56). Örnek vermek gerekirse; Rusya’da yaygın olarak kullanılan Nataşa ismi Türkiye’de gündelik kullanımda hayat kadınlarına çağrışım yapan bir anlam kazanmaktadır.

Toplumsal veya ekonomik anlamda ortaya çıkan olumsuz gelişmelerin hemen hemen hepsi siyasi ikiliği yaratarak nefret söylemlerini de yanında getirmektedir. Ülkemizde özellikle gündemde olan Suriyeli sığınmacılara yönelik birtakım haberleri toplumumuz ekonomik açıdan değerlendirerek siyasal nefretle birleştirildiği görülmektedir.

1.5.6. Engellilere ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemi

Bireylerin sahip oldukları ya da olmadıkları bedensel, zihinsel özelliklerinden dolayı ve bazı hastalıklara sahip kişilerin nefret söyleminin hedefi haline gelmeleriyle ortaya çıkmaktadır.

Çoğunlukla engellilere acıma şeklinde başlayan ötekileştirme, fiziksel ve zihinsel engellilerin toplumun ‘normal’ kabul ettiği diğerlerinden farklarına dayanan bir nefret söylemine dönüşmektedir. Aynı şekilde HIV pozitif gibi bir takım hastalıklar, insanlarda bu hastalıkları yaydığına inanılan eşcinseller gibi farklı gruplardan ve hastalığı aslında geçmeyen yollardan bulaştıracığına inanılan taşıyıcılardan nefret edilmesine yol açmakta, böylelikle söylem kendisini birçok kez üretme imkânı bulmaktadır (Bilge, 2016: 5)

Ülkemizde sosyal medyada nefret söylemine yönelik bir yasanın olmaması bu suçun etkin bir şekilde sürdürülmesine sebep olmaktadır. Çok sık olmasa da gündeme bağlı olarak engellilere yönelik nefret söylemleri artış gösteriyor. Örneğin; Twitter’da *‘Engellilik yeni dolandırıcılık kapısı oldu.’* tweetinde engelli vatandaşlara dolandırıcı imgesi yüklenerek engel durumlarını farklı amaçlar için kullandıkları yönünde çarpıtma yapılıyor (<http://www.ontodergisi.com/sosyal-medya-da-farkli-boyutlariyla-nefret-soylemi/> erişim tarihi: 25.04.2017). Henüz engellilere yönelik nefret söylemleri belli bir yaptırıma uğrayıncaya kadar site yöneticilerine durumu bildirerek bu durumun azalmasına yardımcı olunabilir. Ayrıca medya haberleri yaparken olayla doğrudan bağlantısı bulunmayan kişilerin “engelliliklerini” vurgulayacak haberler yapılmamalıdır. Kişilerin kullanımı doğrultusunda sakat veya özürlü kavramlarını seçmenin yanısıra “özürlü” yerine “engelli” demek daha doğru olmaktadır.

1.6. Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu

Nefret suçlarına (veya nefret söyleminin) hukuki platformda bir tanımlamanın yapılması ve söz konusu suçlara karşı pozitif hukuk kapsamında yeni yasal düzenlemeler getirilmesi şüphesiz ki çok önem arz etmektedir. Buna ilaveten, nefret suçlarının önlenmesi için yapılan hukuki düzenlemelerin kayda değer bir kısmı, insan haklarına yönelik ihlallerle alakalı diğer başka düzenlemelerde yapıldığı şekilde, nefret suçlarını (ya da nefret söylemi) hayatın belirli bir alanında, belirli bir zamanında ve yerde meydana gelen ve fail(ler) ile mağdur(lar) arasında, kısıtlı sayılarda kişiyi ihtiva eden fiil(ler) olduğu varsayımı üzerinde temel teşkil etmektedir (Ataman, 2012: 48).

Nefret söylemi genel olarak içerisinde aşırılık barındırdığı gibi daha önceki tanımlardan da anlaşılacağı üzere, aşırılık taşıyan önyargı ve peşin hükümlerden oluşur. Bireylerin aşırılığa neden olan tahammülsüzlük ve memnuniyetsizlik duyguları doğuştan gelmektedir. Bu kapsamda bu hislere hukuksal anlamda hukuki düzenlemeler etkide bulunamaz ve hatta bulunmamalıdır. Bahse konu memnuniyetsizlik ve tahammülsüzlük yalnızca diğer insanların hak ve özgürlüklerinin ihlal edilmesine, mevcut barış ortamının

hasar almasına ve/veya yara almasına neden olması halinde hukuki müdahale söz konusu edilebilir. Evrensel düzeyde ve hukuksal bir boyut için Avrupa Birliği normlarına bakarsak AİHS'nin, aşırılıklara engel olmak maksadıyla demokratik husus ve değerleri öne çıkaran ve önem veren bir yaklaşım ortaya koymak hedefini güttüğü gözlenmektedir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM), aşırıya giden, yani saldırganlık yapan ve sözleşme hükümlerine uymayan 'yabancı düşmanlığı, antisemitizm, ırkçılık, saldırgan seviyede milliyetçilik ve azınlıklar ile göçmenlere yapılan ayrımcılık' vb. ifade biçimlerini bu kapsamda değerlendirmiş ve sözleşmeye eklemiştir. Bu noktada yapılan düzenleme yapılırken de aynı anda diğer taraftan, hukuki boyutta, bu ifade şekillerinde aşırılığa giden dikkate değer bir tahrik ile toplum içinde bireylerin fikirlerini açıklama, rahatsızlık verme veya diğer insanların kızmasına sebep olma hakları arasında bir denge sağlama ve bu ifade şekilleri ile haklar arasında bir ayrıma gitme hususuna dikkat ettiği görülmektedir (Apsar, 2014: 10-11).

Nefret söylemi uluslar arası seviyede kabul edilmiş bir ifade ve tanıma sahip olmaması nedeniyle, AİHM kararları, konuşma özgürlüğü (Sözleşmenin 10. Maddesi kapsamında) ile nefret söyleminin birbirlerinden ayrımını sağlayacak bir takım parametreler ortaya koymuştur. Bu noktada, AİHM tarafından, sözleşmesinde mevcut olan iki madde vasıtasıyla nefret söylemi korunma dışında tutulur (Macovei, 2001: 8)

(a) söz konusu ifadelerin nefret söylemine varması ve sözleşmenin temel değerlerini inkar etmesi durumunda 17. Maddeyi (Hakları kötüye kullanma yasağı) uygulamak suretiyle ya da;

(b) 10. maddenin 2. fıkrası ve 11. maddede öngörülen kısıtlamaları uygulamak suretiyle (söz konusu ifadelerin nefret söylemi olduğu halde sözleşmenin temel değerlerini yok etme kapasitesine sahip olmadığı durumlarda bu yaklaşım benimsenmiştir).

Nefret söylemi, hukuki anlamda kategorik olarak suç değildir. Ancak nefret söylemi, belirli bir içeriğe sahip olması halinde bazı ülkelerin mevzuatında suç olarak düzenlenmiştir (İnceoğlu, 2012: 107).

Bireyler tarafından çeşitli nefret içerikli ifadeler kullanıldığında hak ihlali gerçekleşmektedir. Bu ifadeleri kullanan kişilere karşı bireylerin ve birey gruplarının devlet tarafından korunması gerekmektedir.

İnsan haklarının iki yönlü hükümlülük doğurduğundan bahsedilebilir. Devletlerin olumlu manada hukuki ve idari önlemler almak ve bu önlemleri hayata geçirmek zorunluluğu vardır. Bu şekilde ancak insan hakları ihlalleri önlenebilecektir. Diğer taraftan ise, olumsuz (negatif) manada da sorumlulukları mevcuttur ve bunlar bizatihi devletin kendisinin insan haklarının ihlaline neden olmaması gerektiğini ortaya koyar. İnsan haklarıyla alakalı yapılmış

olan sınırlamalar kapsamında birinci kuşak haklardan olan ifade özgürlüğü üçüncü kişiler veya devletçe ihlal edilmeyecek ve dokunulamayacak olan bir alana sahiptir. Devlet, hakkı ihlal etmemek gibi bir olumsuz yükümlülüğe sahiptir. Devletin, ifade özgürlüğü noktasında hareketsiz durma, kaçınma ve karışmama vb. “olumsuz” bir tutuma yönelmesi gerekmektedir. Fakat bu hakkın kullanılabilir olması kapsamında bu tutum yeterli olmamaktadır. Devlet, ifade özgürlüğü hususunda hukuki düzenleme yapması, kurumsal yapılar meydana getirmesi ve bir takım kamu hizmetlerine finansal destek sağlaması vb. bazı tedbirlerin alınması ile yükümlüdür (Uygun, 2011: 132).

Bu durumda, devletler kendine düşen sorumlulukları yerine getirip, nefret söylemine hukuki anlamda aktif bir karşı tavır sergilemelidir. Aksi halde gerçekleşen vakaların faillerinin bulunamayacağı gibi yeni gerçekleşecek vakaların önlenmesi de mümkün olmayacaktır. İfade özgürlüğü altında nefret söylemine göz yumulması sonucunda ortaya çok ciddi bir tehdit unsuru çıkacaktır.

1.7. Nefret Söylemi ve Nefret Suçları İlişkisi

Genel hale gelmiş görüş, nefret suçu ifadesi, bir kavram ve bir terim olarak ilk kez Amerika’da 1980’li yılların ortalarına doğru kullanılmaya başlandığı yönünde olduğudur. Fakat zamanla hem bahse konu terim hem de yüklendiği mana en başta Kuzey Amerika ve Batı Avrupa olmak üzere dünyanın tarafında süratle benimsenmiş ve yaygın hale gelmiştir. Çoğu ülkede nefret suçlarını düzene koyan kanun ihtiyaçları ve talepleri gündeme gelmiş ve belirli ülkelerde bu kampanyalar başarıyla yürütülmüştür. Özellikle Amerika’da eyaletlerde kısa zamanda birçok yasa çıkarıldı ve buralarda nefret suçu ayrı bir suç kategorisi olarak kabul edildi (Jacobs ve Potter’dan akt: Uslu, 2013: 186).

1990 yılından itibaren Avrupa’da tartışılmaya başlayan nefret suçları, cinsiyet, “cinsel yönelim temelinde” gerçekleşen saldırılar da bu kapsamda ele alınarak nefret suçlarıyla mücadelede önemli bir yol katledildi. Avrupa’da 2001 yılından bu yana geline son aşamada artık nefret suçları “siyasi motifli suç” olarak kabul edilmektedir. (Gürler, 2010: 261). 2007 yılından itibaren de ABD’de yeni “İrk ve Din Nefreti Yasası” yürürlüğe girmiştir. Bu yasayla nefret kavramı, artık ayrı ve bağımsız bir suç olarak düzenlenmiştir. Eski haliyle nefret “normal bir suçu ağırlaştıran” neden olarak kabul edilmekteydi.

Nefret suçunun birçok tanımının olmasıyla beraber nefret suçunun genel hatlarıyla ne olduğu hususunda genel olarak bir fikir sağlayacak seviyede tanımlanabilir halde olduğu söyleyebiliriz. Nefret suçlarına ilişkin yegâne kapsamlı tanım, bölgesel bir hükümetler arası organizasyon olarak “Avrupa Güvenlik Ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT)” tarafından yapılmıştır:

“Mağdurun, mülkün ya da işlenen bir suçun hedefinin gerçek veya hissedilen ırk, ulusal ya da etnik köken, dil, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engellilik, cinsel yönelim veya diğer benzer faktörlere dayalı olarak benzer özellikler taşıyan bir grupla gerçek ya da öyle algılanan bağı, bağlılığı, aidiyeti desteği ya da üyeliği nedeniyle seçildiği kişilere veya mala karşı suçları da kapsayacak şekilde işlenen her türlü suçtur.” (Alğan ve Şensever, 2010: 6)

Yukarıda değinildiği üzere AGİT’in tanımı özetleyecek olursak cinsiyet, din, dil, renk, etnik köken, ırk, fiziksel ya da zihinsel engellilik gibi faktörlere dayalı olarak mağdurun ya da mağdurların sahip olduğu değişmez belirli özellikler nedeniyle işlenen suçlar nefret suçlarını oluşturmaktadır.

2012 yılında Türkiye’de kurulan ve toplamda 62 sivil toplum örgütünü kapsayan “Nefret Suçları Yasa Kampanyası Platformu” nefret suçu tanımlamasını genişleterek şöyle açıklamaktadır; Belli müşterek özelliklere sahip olan kişi ve gruplar ya da bunların haklarına yönelik olarak önyargılar içerisinde işlenmiş suçlara nefret suçu denir. Nefret suçları, tüm dünyada milli ve dini kimlik, cinsel tercih, etnik, cinsel kimlik temelinde olmasının yanında fiziksel veya zihinsel engellilik, sağlık durumu, toplumsal statü, felsefi veya politik fikir, eğitim seviyesi vb. temelinde de işlenebilmektedir (Şensever, 2012: 7).

Bütün bunların dışında nefret suçu, “hukukî olmaktan ziyade sosyo-psikolojik” ve “sosyo-kültürel” açıdan Wolfe ve Copeland’a (1994: 201) göre yapılmış olan bir tanımlamaya göre, “genellikle çoğunluktaki toplum kesimi tarafından değerli görülmeyen, diğer alanlarda ayrımcılığa maruz kalan ve sosyal, politik ve ekonomik adaletsizliği giderecek kaynaklara erişime sahip olmayan insan gruplarına yönelmiş şiddet” nefret suçu olarak ifade edilmektedir. (akt: Perry, 2002: 9).

Bir suçun nefret suçu olup olmadığına karar verirken iki unsur göz önünde bulundurulmalıdır. Nefret suçlarının birinci unsuru, ceza kanunları kapsamında suç teşkil eden bir eylemin varlığıdır. Ülkelerin yasalarında farklılıklar bulunsun da söz konusu eylemler de benzerlik taşıyan şey eylemin içerisinde şiddeti barındırmasıdır. Nefret suçuna ilişkin ikinci bir unsur da önyargılardır. Suçu işleyen, koruma altındaki belirli özelliğinden dolayı kasıtlı olarak kendisine hedef seçmiştir. Hedef bir veya birden fazla birey ve belirli özellikleri paylaşan grupla özdeşleşmiş mülkiyet olabilir. Koruma altındaki özelliğe bakıldığında ise din, dil, ırk, ulus, etnisite gibi özellikler yer almaktadır. Dolayısıyla nefret suçları bir nevi önyargı suçlarıdır. Önyargılı bir tutumla birlikte cezai bir suçun işlenmiş olması gerekmektedir. Bu özelliği aynı zamanda onu sıradan suçlardan ayırmaktadır (Ataman, 2012: 61). Örnek vermek gerekirse; Gasp suçunda amaç karşıdaki kişiye zarar vermektir. Fakat bu eylem önyargı ve nefret ile hareket edildiği sürece nefret suçundan söz edebiliriz. Bunun dışında belirli gruplara

aidiyeti sahip bireylere karşı işlenmiş olan suçlar yalnızca belirli bireylere yönelik olması sebebiyle nefret suçu kapsamına alınmaz.

Nefret suçu ve nefret söylemi birbirleri ile karıştırılan farklı kavramlardır. Nefret suçunda bir önyargı ile hareket edilmemiş olsa da, ceza hukuku kapsamında bir suçun söz konusu olduğu kabul edilir. Nefret söylemine bakıldığında ise, belirli ülkelerde suç kapsamına alınmış, bazılarında ise alınmamış ve nefret içeren ifade ve söylemler her durumda suç unsuru taşımama durumu olabilmektedir. Nefret söyleminin cezalandırıldığı hallerde, nefret içerikli söylemin bizatihi kendisi suçun konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle, nefret suçunun ilk ögesi olan bir suçun mevcut olması şartı, nefret söylemi için söz konusu olmamaktadır. Ancak, bazı hallerde nefret söylemi, nefret suçunun bir unsuru haline gelebilir. Örneğin, bir nefret suçu işlenmeden önce, işlenirken veya işlendikten sonra nefret içerikli ifadeler kullanılması, önyargının ispatı anlamında değerlendirilerek nefret suçu kapsamında ele alınabilecektir (Karan, 2012: 86).

Nefret suçları, mağdurlar üzerinde genellikle; toplumsal ilişkilerde depresyon, öğrenme sorunları, zayıflık, öğrenme sorunları, öfke ağırlıklı yoğun duygular, benlik duygusunun zedelenmesi, paranoya ve kafa karışıklığı, mesleki bütünlük, mağdurun kendisini yalıtması, huzursuzluk, korku, utanç, öfke, endişe gibi etkiler bırakır (Gürler, 2010: 267). Bu nedenle nefret suçlarıyla mücadelede mağdur gruplara ulaşmak ve onlara destek sağlamak önemlidir.

Nefret suçlarının en önemli özelliklerinden birisi, bünyesinde her zaman kontrol edilemez bir misilleme potansiyeli barındırıyor olmalarıdır. Çünkü nefret suçlarında, suçu işleyen ile kurban arasında doğrudan bir ilişki, bir anlaşmazlık yoktur. Kurban, içinde bulunduğu grup kimliğinden ötürü hedef seçilmiştir. Bu yüzden de fail, mensup olduğu gruptan birisini hedef seçerek misilleme yapması ihtimali her zaman bulunmaktadır.

Nefret suçlarında fail, mağdurun kim olduğuyla ilgilenmez. Suçu işleyenin temel hedefi kendisine yönelik suç işlenen mağdur değil, o kişinin karakteristik ortak özelliklere sahip olduğu gruba yöneliktir. Bu sebeple de kişisel olarak tanımadığı veya düşmanlık beslemediği herhangi bir kişiye karşı nefret suçunu işleyebilir. Örneğin, travestilere düşmanlık besleyen bir fail, hiç tanımadığı bir kişiyi sırf travesti olduğu için öldürebilir. Bu suç ilk etapta kasten öldürme suçu olarak gözükebilir. Fakat, mağdurun öldürülme sebebi travesti olmasıdır. Bu durumda failin saiki, kasten öldürme suçunu nefret suçuna dönüştürür (İnceoğlu, 2010: 105).

Nefret suçlarının eyleme dönüşmesi genellikle belli belirsiz çok farklı şekiller de ve zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden bu konuya gerekli önemin verilmesi pratik

anlamda özenle ve titizlikle yasal düzenlemeler hükümet ve toplum tarafından uzlaşarak ortaya konulması gerekmektedir. Türkiye’de nefret suçlarıyla ilgili sistematik çalışmalar bulunmamakla birlikte, nefret söylemiyle ilgili yapılan çalışmaların sayısı giderek artmaktadır. STK’ların ve LGBT örgütlerinin hak ihlallerine ilişkin raporları ve medya da yer alan haberlere bakıldığı zaman nefret suçlarının ülkemizde de yaşandığına dair kanıtlar göstermektedir. Medya’nın haberleri yaparken kullandığı dil, mağdurları ve olayı sunuş şekli nefret suçlarını meşrulaştırmaktadır. Medya burada nefret suçlarını insan odaklı olarak habercilik çerçevesinde irdelemeli, olay ve haber üretimleri sunum sırasında nefret suçlarının hedefindeki grupların temsillerini ve katılımlarını gözardı edilmemelidir.

1.8. Nefret Söylemi İnşasında Medyanın Rolü

Toplumlara her türlü bilgiyi aktarma görevi üstlenen medya nefret söylemi oluşturmada önemli bir etkisi vardır. Medya, kitle iletişim araçlarıyla bireylerin kitleyle olan zihinsel bağı kurmasına aracılık etmektedir. Kişiler medya araçlarındaki imgelerden faydalanarak içerisinde bulundukları toplumun sosyal gerçeklerle birlikte yaşananları değerlendirebildikleri için medyanın yönlendirmesine açıktırlar. Medyanın kullanmış olduğu söylem ve dille “ortak duygu” ya yönlendirerek zihni anlam haritalarının oluşmasına katkıda bulunur (Talimciler, 2012: 252). İktidar, güç sahiplerinin bu aracı söylem oluşturmada kullandıkları gibi aynı zamanda medyada söylemin ne kadar süre yer alacağı ve medya aracılığıyla ne kadar gerçekleştirileceği, medyayı ne kadar ellerinde tuttuklarıyla ilişkilidir.

Toplumun yönlendirilmesinde etkili olan yasama, yürütme, yargı erklerinin yanısıra dördüncü kuvvet niteliğinde olan medyanın en güçlü aracı ise dil, yani söylemdir. Fransız Düşünür Louis Althusser DİA başında medyayı sayar. Althusser ideolojiyi, “bireylerin varoluşlarının gerçek koşullarıyla kurdukları hayali ilişkiler” şeklinde tanımlar. İfadesiyle ideoloji toplumsal yaşamı çeşitli biçimde ancak bütün aşamada ve zamanda otomatik bir şekilde etkileyen oluşumdur. Toplumsal pratikle ideoloji iç içedir. Çünkü ideoloji, bütün sisteme yayılarak toplumsal varoluşun tüm şekillerinde kendine yer edinmiştir (Kazancı, 2002: 57).

Althusser medyayı devletin ideolojik bir aygıtı olarak görürken Marxist Düşünür Antonio Gramsci ise medyayı hegemonya aracı olarak görür. Devletin fiziksel gücün yanında kültürel, ideolojik aygıtlar kullandığını ve aynı zamanda ikna yoluyla toplumun rızasını yaratarak bu rızayı yönlendiren bir aygıt olduğunu söyler. Kısmen ifade edilen ideoloji vasıtasıyla yöneten devlet, kültürel iktidarı aracılığıyla ideolojik bir hegemonya kurar. Burada hegemonya bir sınıf veya grubun diğer sınıflar üzerinde aktif rızasını kazanarak egemenliğini

kabul ettirmesidir. Hegemonya güce başvurmak, emretmek yerine ikna, rıza, işbirliği yaratarak diğer tüm unsurları sisteme dahil etmeyi hedefler. Bu noktada rıza, medya, okul, kilise, gibi kurumlarda üretilir. Aynı zamanda Gramsci egemen sınıfın hegemonik konumda olması için bir toplumda kültür ve ideolojiyi yayacak “organik aydınların” bulunması gerekliliğine de dikkat çeker. Günümüzde ise, medya mensupları, bir kısım sinemacı ve teknokratlar egemen sınıfın hegemonyasını destekleyen “organik aydınları” meydana getirir. Bu çerçevede medyanın, medya mensuplarının, izleyicilere egemen sınıfın değerlerini aktararak hegemonyayı yeniden ürettiğini söyleyebiliriz (Vergin, 2003: 78-81).

İdeolojinin şekillendiği ortamın dil ve bilinç pratiği olduğunu söyleyen John Stuart Hall ise, modern iletişim araçlarının toplumsal yapılar alanının etkin bir parçası olduğuna dikkat çekmektedir:

“Modern iletişim araçları asla toplumsal yapılar ve pratikler alanı dışında kavramsallaştırılmazlar, çünkü giderek artan oranda bu alanın bir parçası haline gelmektedirler. Günümüzde iletişim kurumları ve ilişkileri toplumsal alanı tanımlıyor ve inşa ediyor; siyasal alanın inşasına yardım ediyor; üretken ekonomik ilişkileri dolaymlıyorlar; modern endüstriyel sistemler içinde maddi bir güç haline geldiler, bizatihi teknolojik alanı tanımlıyorlar; kültürel olana hükmediyorlar.” (Özer, 2009: 4)

Söylem, dil içinde kodlanan bir ideolojidir. Eleştirel söylem analisti Van Dijk, toplumda zihinsel denetimi sağlamak amacıyla söylemi denetlemek veya bizzat üretmek gerektiğini ifade eder. Ancak söylemin, psikolojik ve sübjektif olan ‘bağlam’ (kimin söylediği, ne tür bir amaçla söylediği, hangi durumda kime söylediği vs.) içinde varlık gösterdiğinin de altını çizer. Dijk, söylemi kontrol etmenin birinci şartının, söylemin bağlamını denetlemek olduğunu vurgular. Nefret söylemi hususunda medya rolünden söz ederken toplumsal manada iktidarın ve seçkin grupların sözcüsü olan gazetecilerin haber kaynakları ile bağlantıları, haberleri sunumları, haberlerin üslubu, atılan başlıkların tarzı, yaptıkları alıntılar, haberlerdeki anlamı ve fikirleri meydana getiren söylemin öğeleridir (akt: İncoğlu, 2012: 23-24). Söylemin oluşmasında dili kullananların rolü yadsınamayacak kadar önemlidir. Seçilen sözcükler, konuşma şekli, anlatımı, sözcük öbekleri, cümle kurma yetileri söylemin oluşmasında etkilidir (İnceoğlu ve Çomak, 2009: 35).

Egemen söylemlerin bir ürünü olan haber ise egemen ideolojinin “biz”lik tanımından hareketle ‘biz’ ve ‘öteki’ meydana getirir; olumsuz ve alaycı ifadeler, hakaret, küfür, aşağılama kullanarak ötekileştirilen grupları devlet güvenliğini tehdit eden ‘potansiyel risk ve tehdit saçan öcüler’ gibi gösterir; toplum içindeki ‘öteki’ne karşı beslenen nefret suçları ve önyargıları tahrik eder. Medya, bilhassa çatışma ve kriz zamanlarında nefreti ‘öteki’lere karşı yönlendirir, linç ve cinnet ortamı ve atmosferi yaratmaya çalışır ve doğal olarak bu ortam meşrulaştırılarak içselleştirilir (İnceoğlu ve Sözeri, 2012: 24).

Egemenin elinde bir güç unsuru olarak bulunan medya yüzbinlerce kişiye ulaşabilmesinden dolayı toplumlarda daha da yaygınlaşan nefret söylemine aracılık etmektedir. Medya bunu üstü kapalı bir şekilde yaparak cinsiyetçi, homofobik, ırkçı, yabancı düşmanlığı gibi nefret söylemleri üreterek, dolaşıma sokulmasında ve nefret söyleminin sıradan hale gelmesinde rol oynayan önemli bir unsurdur.

1.8.1. Nefret Söylemi ve Geleneksel Medya

Geleneksel medya, özellikleri ve ticari olmasından ötürü kapitalist şirketler ulus-devletlerce kontrol altında tutulmaktadır. Bundan dolayı medya araçlarındaki yazılarda ve söylemlerde medyaya sahip olan veya yönetenler ya da reklam veren kurumların menfaatleri ön planda tutulmaktadır. Toplumda azınlıkta kalan kesim, muhalefet yapan veya ikincil durumda olan gruplar, medyada yeterli seviyede yer bulamamaktadırlar. Geleneksel medya araçlarında kendilerine ifade imkânına sahip olan bu gruplar hâkim fikir akımlarının ürettiği söylemlerle tanımlanmakta, medyadaki metinlerinde temsil edilmenin yanında “öteki”leştirilmektedir. Medya söylemsel şiddeti kullanarak toplumdaki öfkeyi, nefret duygularını üreterek ötekilere karşı yönetilmesine neden olmaktadır (Çoban, 2009: 9). Medyanın geniş kitlelere seslenme yoluyla kitlenin fikirlerini etkileme ve yönlendirmeye yönelik olağanüstü gücü yanlış şekilde kullanıldığında son derece zararlı bir işlev olarak karşımıza çıkabilmekte ve nefret söyleminin oluşmasında ya da varolan söylemin sık tekrarlarla halka tekrar verilmesinde kullanılan temel araç olmasına sebep olabilmektedir (Bilge, 2016: 6). Bu nedenle medyanın toplumsal algımızın şekillenmesinde, ayrımcılığa yol açan ve önyargıları besleyerek nefret söyleminin oluşmasında ve yaygınlaşmasında büyük bir rolü vardır.

Geleneksel medya kapsamında gazetelerin başlıklarında LGBTİ bireylerine yönelik ötekileştiren ve nefret söylemi içeren ifadeleri sıklıkla görmekteyiz: “*Gey Barlardan Çıkıp Gasp Yaptılar*”, “*Travesti dehşeti*”, “*Eşcinsel Öğretmen İşten Kovuldu*”, “*Ters ilişki teklif etti, öldürdüm*”, “*Hak ettiler*” gibi manşetlerle medya LGBTİ haberlerini ya şiddet içeren üçüncü sayfa haberleriyle ya da cinsel içerikli olması sebebiyle toplum ahlakına ters vurgularıyla LGBTİ bireyleri canavar, sapkın olarak topluma sunuyor. Böylelikle şiddet meşrulaştırılıyor veya özendiriliyor (İnceoğlu, 2013a: 78). Trans bireylere yönelik nefret söylemi içeren bir diğer haber örneği de 2006 yılında Milliyet Gazetesi’nin “*Üzerine AIDS’li Travesti Düştü*” manşeti ile verdiği haberdur. Haberde bir esnaf, üzerine düşen AIDS’li travestiden bahsetmektedir. Haberde esnafın üzerine düşen kişinin travesti olduğunu anlayınca hemen panikleyip üstünü başı yıkadığını ifade ediliyor (Arman ve Ünlü, 2013:

105). Görüldüğü üzere medya LGBTİ bireylerinin temsilini, çoğunlukla nefret söylemi üreterek yürütmektedir. Burada homofobi, ayrımcılığı normalleştirip bir “öteki” yaratıp devamlılığını sürdürmektedir. Bu sebepten ötürü toplumlarda geleneksel medyada LGBTİ bireylerine yönelik nefret söylemleriyle karşılaştıkları zaman olağan karşılamaktadırlar.

Geleneksel medyada kadına yönelik nefret söylemine baktığımız zaman ise cinsiyetçi ifadeler kullanılarak gerçekleştirildiğini görmekteyiz. Medya İzleme Grubu’nun (Mediz) hazırladığı "Medyada Kadınların Temsil Biçimleri" araştırmasına göre, kadınlar haberlerde, manşetlerde “cinsel nesne”, “magazin malzemesi”, “konu mankeni”, “eş-fedakar anne” olarak sunuluyor(<http://bianet.org/bianet/medya/107742-mediz-raporu-medyada-yonetimde-olmayan-kadin-haberlerde-nesne> erişim tarihi: 25.04.2017). 2012 yılında İHA(İhlas Haber Ajansı)’nın, “karısını 44 yerinden bıçakladı” (İhlas Haber Ajansı, 20.12.2012) tarzı başlıkla kadınlara karşı uygulanan şiddeti tarif etmesi bakımından ve Habertürk’ün 2013 yılında “Yatakta biten Beyoğlu hikayesi” (Habertürk, 22.01.2013) gibi bir başlıkla verilmesinin yanında kadının kişisel bikipli fotoğraflarıyla yayınlayarak şiddet gören bedenler pornografik bir biçimde gösterilmektedir. Başka bir Sabah Gazetesinin 2012 yılındaki cinayet haberinde ise “Öldürdükten sonra alnından öptüm” (Sabah, 12.09.2012) başlığıyla verilerek cinayet ve tecavüz romantize edilmektedir. Kadına yönelik nefret söylemi aynı zamanda kadına yönelik şiddeti besleyip bunu toplumsal alanda yaygınlaştırmaktadır. Medyanın kadın cinayetlerini ele alış biçimine baktığımızda ise Milliyet Gazetesinin 2011 yılında “Dün 3 kadın daha öldürüldü” (Milliyet, 12.09.2011) gibi başlıklar atılarak failer gözden kaçırılıyor ya da Vatan Gazetesinin 2013 yılındaki “Kıskanç koca cinayeti”(Vatan, 23.01.2013) gibi başlıklarla failin eylemini haklı çıkaracak bir gerekçe yaratılıyor (Alankuş, 2013: 231).

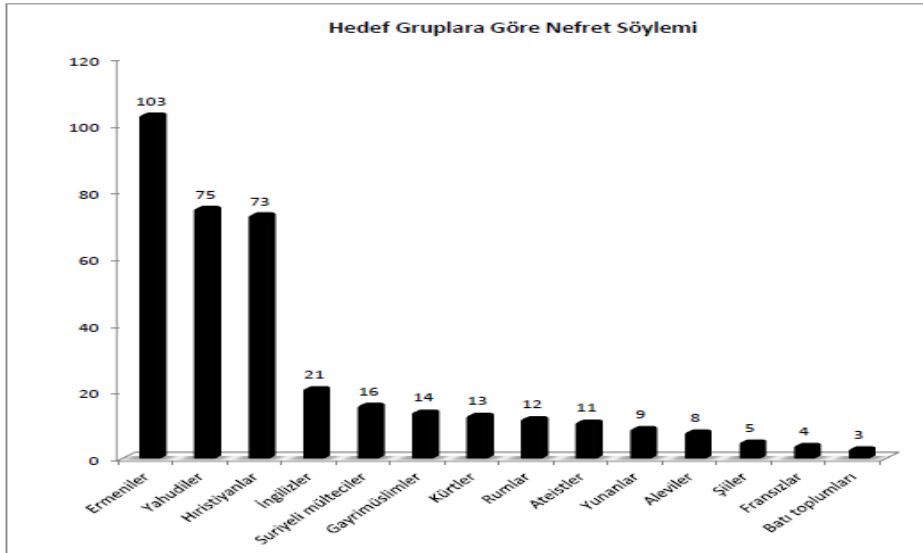
Futbol medyası da arka planında milliyetçilik yatan nefret söyleminin ve nefret suçunu ciddi şekilde geniş kitlelere yayılmasında aracılık etmektedir. Medya cinsiyetçi, ulusal birlik ve beraberliği öne çıkartan, şiddet içeren söylemler aracılığıyla ayrımcı, saldırgan ve militer dil üzerinden tutumlarını sergilemektedir. Öyle ki, futbol oynanacak oyun olmaktan çıkartarak fanatizmin yükselmesini teşvik ederek, uluslararası karşılaşmalar sırasında iki takım düşmanlaştırılır ve düşman karşısında “bizi” güçlendirmek için Türklük, Canım Türkiyem, bayrak, ay yıldız, vatan vb. gibi söylemler sıklıkla kullanılmaktadır. Ahmet Talimcilerin futbol gazetelerini nefret söylemi açısından incelerken ele aldığı “Türkiye santraddir 65 milyon kalp Milli Takım için atmaktadır”, “Türk’sün bugün ezer geçersin”, “Yedin mi Türk’ün lokumunu hırbo İngiliz”, “Gidin, vurun, gelin,” “Avrupa bombalanacak”, “İnönü’de boğarız”, “Gösterin şu Avrupa’ya Türk’ün gücünü”, “Aslanım İngilizleri evinde

tokatlayacak”, “Ya istiklal ya ölüm maçı” başlıklarında şiddeti ve milliyetçiliği ön plana çıkartan bir dil görüyoruz (Talimciler, 2012: 256).

Geleneksel medyada yer alan nefret söylemlerinin tespit edildiği çalışmalara bakılacak olursa;

Yakın bir tarihte 2015 yılında Hrant Dink Vakfı tarafından *nefretsoylemi.org* adlı web sitesi üzerinden gerçekleştirdiği Türkiye’de tüm ulusal gazeteler ve 500’ü aşkın yerel gazetelerin incelendiği “medyada nefret söylemini izleme projesinin” sonuncu raporudur. Çalışma 2015 yılının Ocak- Şubat- Mart- Nisan aylarını içine alan dört aylık süreçte eleştirel söylem analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Ulusal, dini, etnik grupları hedef alan 270 haber ve köşe yazısı, bu yazılardaysa toplamda 278 nefret söylemi içeriği tespit edilmiştir. Çalışmada geleneksel medyada üretilen nefret söylemlerine bakıldığında yazı akışında belirli bir mantığı izleyen iddialar yerine öfke duygusunun hakim olduğu görülmüştür. Yazılan yazıların gerçeklikleri sorgulanmadan dayandırılan örnekler toplumlar ve inanışlar arasındaki kutuplaşmayı körükleyerek dolaşıma sokulduğu vurgulanmıştır. “İzleme yapılan 4 aylık dönemde gazetelerde yer alan nefret söylemi en çok Ermeniler hakkında, 103 içerikte nefret söylemine rastlandı. İkinci sırada 75 içerikle Yahudiler gelirken, Hristiyanlar 73 içerikle üçüncü sırada yer aldı. Onların ardından 21 içerikle İngilizler, 16 içerikle Suriyeliler, 14 içerikle Gayrimüslimler, 13 içerikle Kürtler, 12 içerikle Rumlar, 11 içerikle ateistler” nefret söylemine maruz kalan gruplar arasında yerini aldığı gözlenmiştir. Bunların yanısıra önceki raporlarda ele alındığı şekilde, kadınlara ve LGBTİ’lere yönelik nefret söylemi içeren 43 adet köşe yazısı ve haber, istatistiksel analizlere dâhil edilmeyip ‘Diğer Dezavantajlı Gruplar’ başlığı altında kendi içinde değerlendirilmiştir

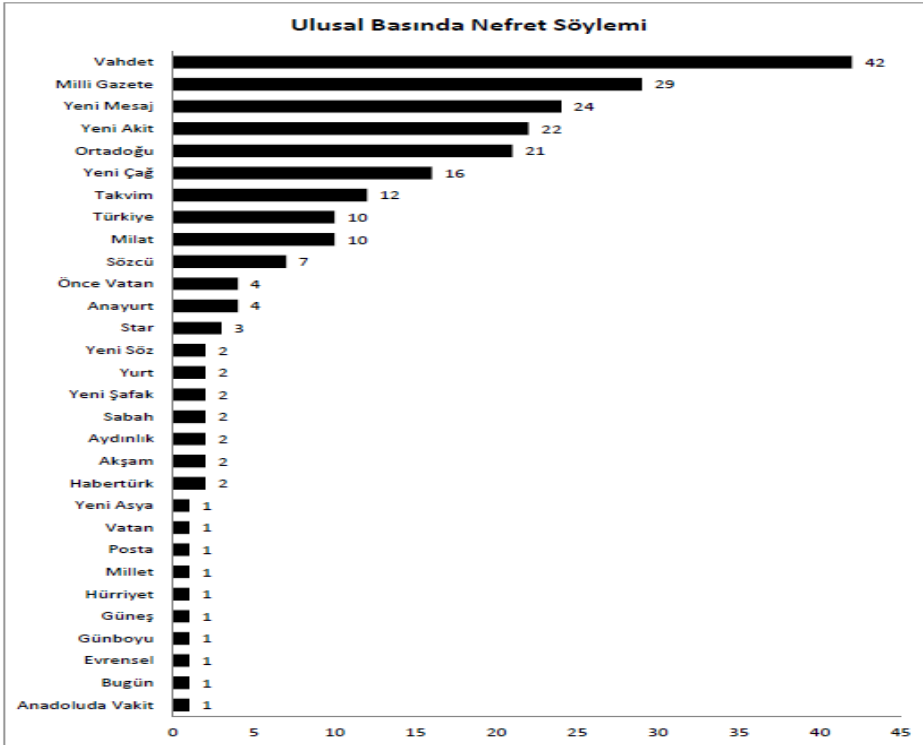
(https://hrantdink.org/attachments/article/93/Ocak-Nisan2015raporu_SON.pdf erişim tarihi: 16.06.2017).



Grafik 1.1. Hedef Gruplara Göre Nefret Söylemi

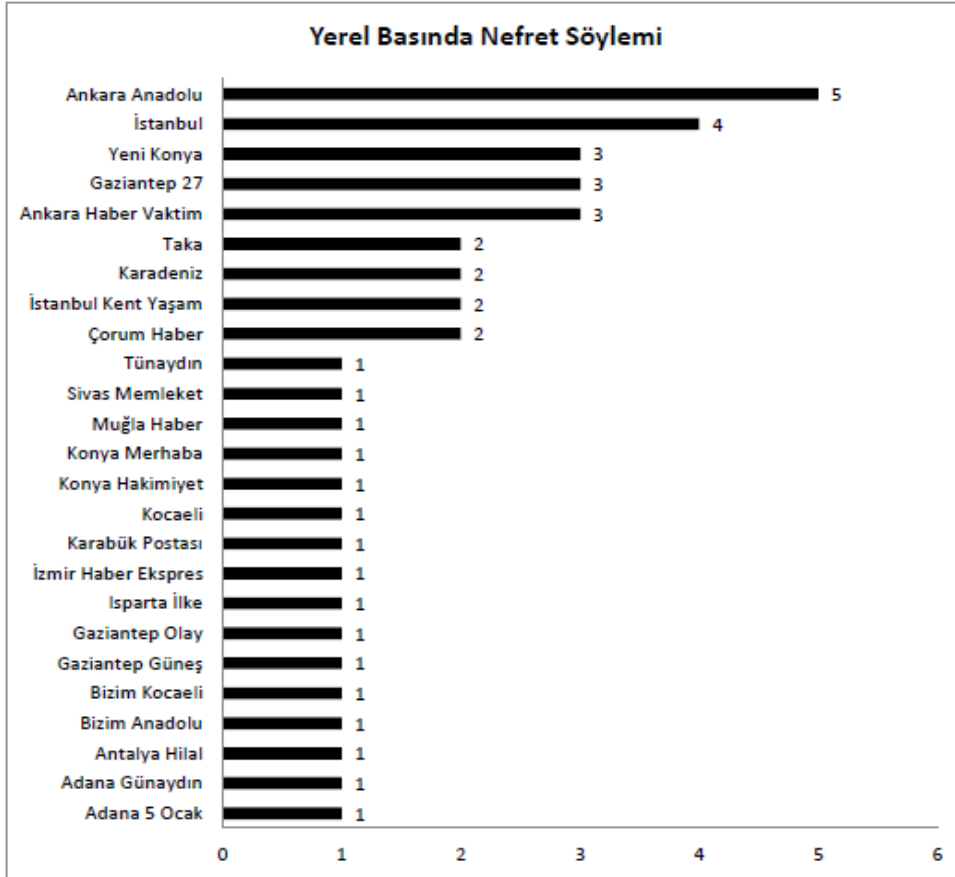
Grafik 1.1’de anlaşılabacağı gibi, incelemenin yapıldığı dört aylık (Ocak-Şubat-Mart-Nisan) dönemde haber ve köşe yazılarında nefret söylemine maruz kalan gruplar sırasıyla, Ermeniler, Yahudiler, Hristiyanlar, İngilizler, Suriyeli mülteciler ve Gayrimüslimlerden sonra, Kürtler 7.sırada, Aleviler ise 11. sırada yerini almıştır.

Aşağıdaki grafikte 1.2’de görüldüğü üzere incelenen dönem içerisinde en fazla nefret söylemi üreten Vahdet gazetesi olmuştur. “Ulusal Basında Nefret Söylemi” listesinde en çok nefret söylemi üreten gazeteler sırasıyla Vahdet, Milli Gazete, Yeni Akit, Ortadoğu, Yeni Çağ, Takvim, Türkiye, Milat, Sözcü, Önce Vatan, Anayurt, Star, Yeni Söz, Yurt, Yeni Şafak, Sabah, Aydınlık, Akşam, Habertürk, Yeni Asya, Vatan, Posta, Millet, Hürriyet, Güneş, Günboyu, Evrensel, Bugün, Anadolu Vakıf.



Grafik 1.2. Ulusal Basında Nefret Söylemi

Grafik 1.3'te yerel basında nefret söylemine rastlanan içeriklerin dağılımları verilmiştir. Listede en çok nefret söylemi üreten yerel basın Ankara Anadolu olmuştur ve onu sırasıyla İstanbul, 3.üncü sırada Yeni Konya, Gaziantep 27 ve Ankara Haber Vaktim yer almıştır. Daha sonra ise devamında Taka, Karadeniz, İstanbul Kent Yaşam takip etmiştir.



Grafik 1.3. Yerel Basında Nefret Söylemi

Gazetelerde yer alan nefret söylemi örnekleri, dört aylık süreçte yöntemsel olarak belirlenen dört kategoriye göre incelenmiştir: (1) “Abartma / Yükleme / Çarpıtma”, (2) “Küfür / Hakaret / Aşağılama”, (3) “Düşmanlık / Savaş Söylemi”, (4) “Doğal kimlik ögesini nefret unsuru olarak kullanma / Simgeleştirme”. Bu kategoriler, çoğunlukla değişik şekillerde ve örtük veya açık şekilde kurulan nefret söylemlerinin anlaşılmasına ve ayrıştırılmasına yardımcı olmak üzere oluşturulmuştur. Aynı içerikte birden fazla kategori tespit edilmesi mümkün olduğu için böyle durumlarda sınıflandırma yapmak adına raporda baskın olan kategori dikkate alınmıştır. Raporda ‘Diğer dezavantajlı gruplar’ başlığı altında incelenmiş olan 43 yazıdan 29’u “LGBTİ bireylere yönelik nefret söylemi” içerdiği görülmüş ve “Kadına yönelik nefret söyleminin de”, incelenen yayınlar ve dönem içerisinde 14 defa gözlemlenmiştir

(https://hrantdink.org/attachments/article/93/Ocak-Nisan2015raporu_SON.pdf erişim tarihi: 16.06.2017).

Türkiye’de nefret söyleminin geleneksel medya tarafından yaygınlaşmasını inceleyen diğer bir araştırma ise “Sosyal Değişim Derneği’nin” 2010’da Açık Toplum Vakfı, “Global Dialogue Kurumu” ve “Hollanda Kraliyeti İstanbul Başkonsolosluğu’nun” desteğinde gerçekleştirilen “*Ulusal Basında Nefret Suçları:10 Yıl On Örnek*” adlı projesidir. 2008 yılından geriye doğru 10 yıl gidilerek 20 ulusal günlük gazetelerin basılı kopyalarının çevrimiçi sitelerinde nefret suçlarının yer alışı taranmıştır. Taramanın ardından seçilen “nefret suçları” içine giren yaklaşık 30 bin haber ve yorum geniş bir havuzda toplanmıştır. Proje ekibi tarafından elenerek 5 bin civarına indirgenen liste daha sonra ikinci bir eleme yapılarak projenin hedefleri doğrultusunda 200 örnek haber belirlenmiştir. Danışma Kurulu, bu son seçilen 200 haberden projenin nihai hedefi olan “10 örnek” haber seçilmiştir. Seçilen 10 haberle ırka veya etnik kökene, cinsel yönelime, cinsel kimliklere, din ve inanca, eğitim, siyasal yönelime, ulusal özelliklere, bedensel engelliliğe, mülkiyete, kişisel ve toplumsal statüye yönelik olarak işlenmiş nefret suçları dikkate alınmıştır.

Araştırmada seçilen on haberin hangi yayın organında, ne tür nefret söylemi ürettiği ve nasıl bir başlıkla sunulduğu Tablo 1.1.’de görülmektedir.

Tablo 1.1. Haberlerin Hangi Yayın Organında Ne Tür Nefret Söylemi Ürettiği

	Haber/yazı/yorum başlığı	Gazete	Kategori
1	Ahmet Kaya’ya Madam şefkati	Sabah	Etnik köken
2	Bu kez iyice azıttılar!	Milliyet	Cinsel yönelim
3	Ermeniler kudurdu	Yeni Çağ	Ulusal kimlik
4	Hainler yakalandı	Star	Etnik köken
5	Kapıcı şarkıcıya tecavüz davası	Hürriyet	Toplumsal statü
6	Koreli rehber Osmanlı tokadı!	Radikal	Ulusal kimlik
7	Rahipler uçkuru kilisede çözüyor	Vatan	Dini inanç
8	Roth Ayvaz hocaya havale	Akşam	Cinsiyet
9	Sünnetsiz kundakçı DTP adına kurban derisi toplamış	Zaman	Dini inanç
10	Travesti zehir kuryeleri havalimanında yakalandı	Türkiye	Cinsel yönelim

Not: Buradaki sıralama haber başlıklarının alfabetik sıralamasına göre yapılmıştır, ağırlık açısından herhangi bir anlam ifade etmemektedir.

Tablo 1.2.’de yer alan veriler, nefret suçları, nefret söylemi ve ayrımcılık kapsamında yaklaşık 30 bin örnek içerisinden kapsamı daraltılarak tespit edilen yaklaşık 5 bin kadar örnek gösterilmiştir. Bu veriler çalışmanın elenmiş halini yansıtarak yaklaşık 5 bin haberin hedef aldığı grup kategorileri ve türleri yer almaktadır.

Tablo 1.2. 5 Bin Haberin Hedef Aldığı Grup Kategorileri ve Türleri

Medya taraması toplam verileri						
Kategori	Nefret suçları		Nefret söylemi		Toplam	
	Toplam	%	Toplam	%	Toplam	%
Etnik köken	245	23.76	1861	46.98	2106	42.18
Din ve inanç	163	15.80	829	20.92	992	19.87
Ulusal kimlik	29	2.81	524	13.2	553	11.07
Siyasal eğilim	194	18.80	211	5.32	405	8.11
Toplumsal statü	123	11.93	186	4.69	309	6.18
Cinsel kimlik	167	16.19	114	2.87	281	5.62
Cinsel yönelim	71	6.88	199	5.0	270	5.40
Bedensel engellilik	23	2.23	28	0.7	51	1.02
Mülkiyet	16	1.55	5	0.12	21	0.42
Eğitim durumu	0	0	4	0.10	4	0.08
Toplam:	1031	100	3961	100	4992	100

Toplumun genel tutumunu yansıtan geleneksel medya, ekonomik sebeplerle medya profesyonelleri tarafından gerçekleştirilen içerik üretimleri genellikle toplumsal normlara bağlı kalarak bazı hedef grupları ötekileştirerek nefret söyleminin yeniden üretilmesine ve yaygınlaşmasına katkı sağlamaya yönelik bir eğilimi vardır.

Medya bu ötekileştirmeyi sürekli olarak üreterek “biz” dışında kalan tüm grupları dışlamaktadır. Haber metinlerinde uygulanan söylem analizleri ve araştırmalar haber konularının ve görsellerin seçiminde gerekse atılan başlıklar, cümle kuruluşları ve kelime seçimleriyle, ilgili nefret söyleminin nasıl inşa edildiğini göstermektedir. Geleneksel medya kendi ekonomik ve siyasal amaçları doğrultusunda ve hedef kitlesini memnun etmek kaygısıyla hareket ederek söylemini oluşturmaktadır (Erdem, 2005: 89-93).

1.8.2. Nefret Söylemi ve Sosyal Medya

Geleneksel medyanın nefret söylemini üretim şekliyle, sosyal medyadaki nefret söylemi üretim şekli arasında kuvvetli bir bağ bulunmaktadır. İletişim teknolojilerindeki 20 yılda yaşanan gelişmeler internetin yaygınlaşarak hayatımızın bir parçası haline gelmesini hızlandırmıştır. Zaman ve mekana bağlı olmadan tek taraflı enformasyon akışının kırıldığı sosyal medya ortamlarının, internet veri tabanlı olduğundan dolayı üretilen bir mesaj anında tüm dünya tarafından erişilebilmektedir. Günümüzde artık internet kullanıcısı olan bireyler potansiyel bir şekilde nefret söyleminin üretimine dahil olup, zaman ve mekan algısını kırarak sosyal medya mecralarında hızlı ve kolay dağıtımına aracılık etmektedirler.

İnternet tabanlı hazırlanan nefret söylemi içerikleri saniyeler içerisinde milyonlarca insana ulaşabildiğinden dolayı sosyal medya mecralarında üretilen söylemlerin takibi ve cezalandırılması oldukça zordur. Bu sebepten dolayı gruplar kendilerini gizleyerek, sahte profiller kullanarak nefret söylemlerini hızla inşa etmektedirler.

Yeni medya ortamlarını geleneksel medyadan farklı kılan dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık ve multimedya biçimselliği gibi özelliklerinden dolayı yeni medyada dolaşıma sokulan homofobik, transfobik, heteroseksist cinsiyet, ırkçı, yabancı düşmanı, etnik milliyetçi ve ayrımcı gibi nefret söylemleri daha yaygın, doğal, daha kolay erişilebilir, üretilebilir ve daha sıradan olarak oluşmaktadır. Böylece her türlü ayrımcı ve dışlayıcı söylemler alıştırılarak zaman içerisinde toplumdaki farklı kimlikleri ve varoluş pratiklerini ötekileştirmekte, hatta bunun yanında yok edici eylemlere, başka bir deyişle nefret suçlarına dönüşebilmektedir (Binark, 2010: 11-26).

Sosyal medyadaki üretilen söylemlerin önemli bir kısmı geleneksel medya tarafından o gün işaret edilen gündem üzerinden üretilmektedir. Dolayısıyla gerek Facebook'taki coşkulu tartışmalar, gerekse Twitter hashtagleri daha profesyonel medya mecralarının bilinçli ve bilinçsiz nefret söylemlerinin tetiklemesiyle harekete geçmektedir. Bu söylemler genellikle Nevruz öncesi ve sonrası, sözde Ermeni soykırımı anmaları, Hristiyan bayramları ve başka günlerde rutin olarak, terör saldırılarında ise beklenmedik bir zamanda, geleneksel medyanın haber akışıyla ilişkili olarak üretilmeye başlanmaktadır. Bazı sosyal medya mecralarındaki mesajlar tek bir gruba yönelik nefret söylemi içerirken, bazıları da birkaç gruba birden yönelmektedir. Örneğin eşcinsellerin aşağılandığı bir ileti aynı zamanda HIV pozitif hastalarını karalamakta, eşcinsellik ile hastalık arasında doğrudan bağlantı kurup eşcinselliği de bir bedeni rahatsızlık olarak göstermektedir. Bunun gibi Hrant Dink'in öldürülmesinin ardından oluşturulan bazı sosyal medya içerikleri de hem Ermenileri hem de Hristiyanları birlikte ötekileştirmiştir. Böylelikle Türklük ve Müslümanlık birlikte olumlanmış, toplumun normları tekrar üretilmiştir (Bilge, 2016: 9-10).

İnternet ve sosyal paylaşım ağlarının kullanıcıya sağladığı özgürlük ortamı sayesinde, birey ve toplulukların başka kişilere ve gruplara, diğer deyişle "ötekilere" karşı, ırkçı düşüncelerini, nefretlerini ve öfkelerini denetimsiz bir şekilde ifade ettikleri bir mecraya dönüşmektedir. Nefretin temelleri hiç kuşkusuz yeni medya ortamlarında atılmamakta, günlük yaşamdaki "ötekileştirmelerden" ve "ayrımcılıktan" yararlanmaktadır. Ayrıca bu geleneksel medya metinleriyle de güçlendirilmektedir (Aygül, 2010: 111).

Günümüzde geleneksel medyanın gündem belirleme gücünü elinden alan sosyal medya bireylere nefret söylemi kavramlarını zaman ve mekandan bağımsız olarak tartışma

olanağı sağlamaktadır. Geleneksel medya bir mülkiyet yapısına sahip olduğundan dolayı devlet tarafından toplum ilişkileri denetim süzgecinden geçirilmenin yanısıra sosyal medya mecraları bireylerin kendi aralarında sınırsız bir şekilde özgür bir şekilde ifade etmesine olanak tanımaktadır. Bu noktada geçmişte farklı sınırlılıklar ve anlamlar taşıyan söylemler, günümüzde çok farklı şekillerde tartışılmakta ve yeni anlamlarla birlikte gündeme gelmektedir.

1.9. Nefret Suçlarına İlişkin Yapılan Uluslararası Düzenlemeler

Nefret söylemi gerek uluslararası gerek ise ulusal alanlarda kabul görmeyen ve hiçbir şekilde açıklanamamanın yanısıra nefret söylemi ile işlenen suçun birey dünyanın neresinde olursa olsun ayrıştırılıp ötekileştirilmektedir. Bunun sonucu olarak nefret suçları da yine nefret söylemi gibi evrensel düzeyde ele alınmalıdır.

Nefret suçlarına ilişkin yegane kapsamlı tanım, bölgesel bir hükümetler arası organizasyon olarak Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT), nefret suçunu şu şekilde tanımlamaktadır. “Mağdurun, mülkün ya da işlenen bir suçun hedefinin, gerçek veya hissedilen ırk, ulusal ya da etnik köken, dil, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engellilik, cinsel yönelim veya diğer benzer faktörlere dayalı olarak benzer özellikler taşıyan bir grupta gerçek ya da öyle algılanan bağı, bağlılığı, aidiyeti, desteği ya da üyeliği nedeniyle seçildiği, kişilere veya mala karşı suçları da kapsayacak şekilde işlenen her türlü suçtur” (akt: Alğan ve Şensever, 2010: 6). Buradan yola çıkarak nefret suçunun ortaya çıkabilmesi için ceza kanunlarında düzenlenmiş eylemin ortaya çıkması ve bu suçun önyargı saikiyle işlenmiş olması gerekmektedir.

Ataman ve Cengiz’e (2009: 12) göre nefret suçları ayrımcılıktan beslenmenin yanısıra başka bir şeyi de ifade etmektedir. Ayrımcılığın önüne geçilmesiyle ilgili kanunlar genellikle mal ve hizmetlerden faydalanılmasını ya da başka bir haktan yararlanılmasını engellemeyi yasaklarken, nefret suçları ceza kanunlarında; hakaret, yaralama, mülkiyete karşı uygulanan tahribat vb. fiili eylemleri kapsamaktadır.

Nefret suçlarına yönelik yasal alanda bir düzenleme yapılması bakımından ilk akla gelen ülke ABD’dir. ABD’de başlayan uygulamalar günümüzde başka ülkelerin oluşturduğu düzenlemelerle çeşitli şekillerde kabul edilmekte ve uygulanmaktadır.

Nefret suçı kavramı ilk olarak yasal arenaya 1978 yılında ABD’nin Kaliforniya eyaleti tarafından kabul edilen ve önyargı saiki ile gerçekleştirilen suç eylemlerini diğer suç türlerinden ayıran yasal düzenleme ile girmiştir. Ancak, ABD’de resmi anlamda nefret suçları ile ilgili ilk anlaşma 1990’da yapılmış ve daha sonra suçlarla ilgili devam eden tepkileri

karşlamak adına ABD Başkanı 23 Nisan 1990 yılında “Nefret Suçları İstatistik Yasası”nı (Hate Crime Statistics Act) imzalayarak kanunen yürürlüğe girmesini sağlamıştır. Böylece bu yasa federal düzeyde “nefret suçu” kavramının kullanıldığı ilk yasa olarak yürürlüğe girmiştir. Nefret suçlarıyla ilgili bu yasanın kabul edilmesinden kısa bir süre sonra başsavcılık tarafından raporlama görevi FBI’ya devredilmiş ve ertesi sene FBI tarafından “Ulusal Nefret Suçları Veri Toplama Programı” (National Hate Crime Data Collection Program) oluşturulmuştur (Çolak, 2009: 28-29).

2005 yılında Avrupa Güvenlik İşbirliği Teşkilatı’nın (AGİT) yayınladığı raporda bu teşkilata üye devletlerden hangilerinde nefret suçunun yasal olarak düzenlendiği ve hangi grupların bu yasa çerçevesinde koruma altına alındığı tablo 1.3’de gösterilmektedir (Çolak, 2009: 28-30).

Tablo 1.3. Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı’na Üye Ülkeler Bazında Nefret Suçları Düzenlemeler ve Kapsamları

Ülke	İrk/Ulusal Köken/Etnik Köken	Din	Cinsel Yönelim	Cinsiyet	Engellilik
Almanya					
Amerika Birleşik Devletleri	Var	Var	Var	Var	Var
Andora					
Arnavutluk					
Avusturya	Var				
Azerbaycan	Var	Var			
Belçika	Var	Var	Var	Var	Var
Beyaz Rusya	Var	Var			
Bosna Hersek					
Bulgaristan					
Çek Cumhuriyeti	Var	Var			
Danimarka					
Ermenistan					
Estonya					
Finlandiya	Var				
Fransa	Var	Var	Var	Var	Var
Gürcistan					

Hirvatistan					
Hollanda					
İngiltere (Birleşik Krallık)	Var	Var	Var		Var
İrlanda					
İspanya	Var	Var	Var	Var	Var
İsveç	Var	Var			
İsviçre	Var				
İtalya	Var	Var			
İzlanda					
Kanada	Var	Var	Var	Var	Var
Kazakistan					
Kıbrıs					
Kırgızistan					
Letonya					
Lihtenştayn	Var				
Litvanya					
Lüksemburg					
Macaristan	Var	Var			
Makedonya					
Malta					
Moldovya	Var				
Monako					
Norveç					
Özbekistan					
Polonya					
Portekiz					
Romanya					
Rusya	Var	Var			
San Marino					
Sırbistan ve Karadağ					
Slovak Cumhuriyeti	Var	Var			
Slovenya					
Tacikistan	Var				
Türkiye					
Türkmenistan					
Ukrayna					
Vatikan					
Yunanistan					

Yogyakarta Anlaşması Endonezya'nın Jogjakarta kentinde 2006 yılının Kasım ayında insan haklarında farklı uzmanlıklara sahip 25 ülkeden 29 uzmanın katılımıyla kabul edilen bir anlaşma olmasının yanı sıra nefret suçlarına getirilen, katılımcı ülkeler arasında Türkiye'nin de bulunduğu en önemli uluslararası düzenlemelerden biridir. Anlaşma ilk kez doğrudan cinsel yönelim ve cinsiyet kimliği ile ilgili insan haklarından bahseden uluslararası bir belge olması açısından büyük bir önem arz etmektedir. Yogyakarta, hukuki anlamda cezai bir yaptırımı olmayan tavsiye kararı niteliğinde bir anlaşmadır.

Yogyakarta anlaşmasının, hukuki anlamda cezai bir yaptırımı olmayan tavsiye kararı niteliğinde bir anlaşmadır. Ancak cinsel yönelim ve cinsiyet kimliğine dayalı uluslararası geçerliliği olan insan hakları konularında devletlere yönelik baskı unsuru oluşturan bir antlaşma özelliğindedir.

1.10. Nefret Suçlarına İlişkin Yapılan Ulusal Düzenlemeler

Nefret söyleminin bir sonucu olan nefret suçlarına ilişkin olarak Türkiye’de özel bir yasal yönetmelik bulunmamasının yanısıra T.C Anayasası ile Türk Ceza Kanunu kapsamında ayrımcılığı yasaklayan bazı düzenlemeler bulunmaktadır.

Bu yasal düzenlemelere baktığımız zaman, öncelikle ayrımcılığı düzenleyen Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) ceza yargılamasında adalet ve kanun önünde eşitlik ilkesini düzenleyen 3. maddesinin 2. fıkrasında, “bireyler arasında ırk, dil, din, mezhep, milliyet, renk, cinsiyet, siyasal veya diğer fikir ya da düşünceleri, felsefi inanç, milli ya da sosyal köken, doğum, ekonomik ve diğer toplumsal konumları yönünden Ceza Kanunu’nun uygulanmasında ayırım yapılamaz ve hiçbir kimseye ayrıcalık tanınamaz” (TCK, M.3/2).

TCK’nin soykırım ve insanlığa karşı suçları düzenleyen 76. maddenin 1. fıkrasında; “Bir planın icrası suretiyle, milli, etnik, ırkı veya dini bir grubun tamamen veya kısmen yok edilmesi amacıyla, grupların üyelerine karşı; kasten öldürme, kişilerin bedensel veya ruhsal bütünlüklerine ağır zarar verme, grubun tamamen veya kısmen yok edilmesi sonucunu doğuracak şartlarda yaşamaya zorlanması, grup içinde doğumlara engel olmaya yönelik tedbirlerin alınması, gruba ait çocukların bir başka gruba zorla nakledilmesi, fiillerinden birinin işlenmesi soykırım suçunu oluşturacağı belirtilmektedir” (TCK, M.76/1).

TCK’nın inanç, düşünce ve kanaat özgürlüğüne dikkat çeken 115. maddesinin 1. fıkrasında belirtilen, “tehdit veya cebir kullanarak bir kişiyi dini, siyasi, sosyal, felsefi inanç, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya veya değiştirmeye zorlayan ya da bunları açıklamasını, yaymasını meneden kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmasını” belirtirken, maddenin 2. fıkrası ise “dini ibaret ve ayinlerin toplu şekilde yapılmasının, zorlamak ya da tehdit kullanarak veya hukuka aykırı başka bir davranışla engellenmesi halinde, suçu işleyen kişiye birinci fıkraya göre ceza verilmesi” belirtilmektedir (TCK, M.115/1,2)

TCK’nın 122. maddesi kişilerin uğramış olduğu ayrımcılık karşısındaki cezaları kapsamaktadır. Söz konusu maddeye göre: “Bireyler arasında dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi görüş, felsefi inanç, mezhep, din ve benzeri sebeplerle ayırım yaparak; taşınır ya da taşınmaz bir malın satılmasını, devrini ya da bir hizmetin icrasını veya hizmetten yararlanılmasını

engelleyen veya kişinin işe alınmasını ya da alınmamasını yukarıda sayılan hallerden birine bağlayan, besin maddelerini vermeyen ya da kamuya arz edilmiş bir hizmeti yapmayı reddeden ve bir kimsenin olağan bir ekonomik etkinlikte bulunmasını engelleyen kimse hakkında altı aydan bir yıla kadar hapis veya adli para cezası” verilmektedir (TCK, M.122).

TCK’nın dini ibadethanelere yönelik suçları düzenleyen 153. maddesinin 1.fıkrasına göre; “ibadethanelere ve eklentilerine, buradaki eşyaya, mezarlara, bunların üzerlerindeki yapılara, tesislere, mezarlıkların korunmasına yönelik olarak yapılan yapıları yıkmak, bozmak ya da kırmak suretiyle zarar veren bir kişi, bir yıldan dört yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılacağı” belirtilirken, 2. fıkrada ise birinci fıkrada “belirtilen yerleri ve yapıları kirleten kişinin, üç yıldan bir yıla kadar hapis veya adli para cezası” ile söz konusudur. 3. Fıkra da, birinci ve ikinci fıkralardaki fiillerin, ilgili dini inancı benimseyen toplum kesimini tahkir amacıyla işlenmesi halinde, verilecek cezanın üçte bir oranında arttırılması öngörülmektedir (TCK, M.153/1,2,3).

TCK’nın 216. maddesi de ayrımcılık konusundaki halkı kin ve düşmanlığa tahrik ve aşağılama, sosyal mağduriyetler ile ilgili cezaları kapsamaktadır. 216. Madde’nin 1. fıkrasına göre, “halkın sosyal sınıf, ırk, din, mezhep veya bölge bakımından farklı özelliklere sahip olan kesimini, diğer bir kesimi aleyhine kin ve düşmanlığa açıkça yönlendiren kimse, bu yüzden kamu güvenliği açısından bariz ve yakın bir tehlikenin ortaya çıkması halinde, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile” cezalandırılmaktadır. Maddenin 2. fıkrası, “halkın bir kesimini, sosyal sınıf, ırk, din, mezhep, cinsiyet veya bölge farklılığına dayanarak açıkça aşağılayan kişinin, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmasını” belirtmektedir. 3. fıkra ise, “halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri açıkça aşağılayan kişinin, fiilin Kamu Barışını bozmaya sebep verici nitelikte olması durumunda, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmasını” belirtmektedir (TCK, M.216/1,2,3).

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nda ayrımcılığı önleyici olarak değerlendirilebilecek 10. madde “Herkesin; dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi görüş, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşit olduğunu” belirtmektedir. Maddeye göre “kadınlar ve erkekler eşit haklara” sahiptirler. Devlet, bu eşitliğin yaşama geçirilmesini sağlamakla yükümlüdür. 10. maddeye göre, “hiçbir kimseye, aileye, gruba ya da sınıfa imtiyaz tanınmaz. Devlet organlarıyla idare makamları bütün uygulamalarında kanun önünde eşitlik ilkesine uygun şekilde hareket etmek zorundadırlar” (Anayasa, M.10).

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE ARAÇLARI

2.1. Sosyal Medya Kavramı, Tanımı ve Önemi

Günümüzde iletişim kavramı yeni iletişim teknolojileriyle birlikte önemli değişiklikler yaşamaktadır. İnternetin ortaya çıkması, çağımızın en büyük gelişmelerinden sayılan ve iletişim boyutlarını değiştirmesi sayesinde bireyler pasif bir konumdan çıkarak aktif rol oynamaya başlamışlardır. Bundan hareketle ortaya çıkan sosyal medya kavramı bilgi ve enformasyon akışına olanak sağlayan, insanlara iki yönlü bir platform oluşturmuştur.

Sosyal medya kavramının ilk sözcüğü olan sosyal kavramı, insanların diğer insanlarla iletişimde olma ihtiyacını, diğer bir ifadeyle içgüdüsünü ifade etmektedir. Kendimiz gibi düşünen, duygu, fikir ve düşüncelerimizi paylaşabildiğimiz insanların bulunduğu bir gruba dahil olmak, insani bir gereksinim konumundadır (Aslan, 2011: 3). Medya ise insanlarla iletişime geçme yöntemimizdir. Bu iletişim yöntemlerimiz; telefon, radyo, televizyon, fotoğraf, ses dosyası, e-postalarla, kısa mesajlarla, yazıyla kurulabilir. Bu noktada medya iletişimi sağlamak için kullandığımız teknolojilerin bütünüdür.

Gündelik hayat içerisinde ve literatürde “sosyal medya” tanımlamasının yerine “sosyal paylaşım siteleri” ve “sosyal ağ” gibi tanımlamalara da rastlanmaktadır. Fakat alan olarak bakıldığında hepsinin yerini tutacak kavramsal karşılık ise “sosyal medya” tanımlamasıdır (Sayımer, 2008: 123).

Alana bakıldığında kavramsal olarak medya tanımı üzerinde konsensüs sağlanamamakla birlikte en yalın biçimiyle sosyal medya erişilebilir internet kullanıcılarını bir araya getirerek, bilgiyi kendi hakimiyeti altında kullanabildiği en önemli sosyal etkileşim kaynaklarından biridir.

Sosyal Medya ile ilgili literatüre baktığımız zaman öne çıkan bazı sosyal medya tanımları şunlardır:

Teknolojik gelişmelerin ve iletişimin sağladığı olanakların bir çıktısı olan sosyal medya kullanıcıların etkileşimli bir şekilde iletişim halinde olduğu ve içerik uygulamalarına olanak veren web sitelerinin genel bir karşılığı olarak tanımlanabilir (Kırık, 2013: 74).

Boyd ve Ellison'un (2004: 211) “Social Network Sites: Definiton History and Scholarship” isimli çalışmalarında yaptıkları tanımlamaya göre sosyal medya, “sosyal medya kullanıcılarının bir kısmı ile ya da tamamı ile açık bir profil oluşturarak, iletişimde veya etkileşimde oldukları kişilerin listesini oluşturdukları, paylaştıkları ve kendisi dışındaki

kullanıcıların profillerini ve paylaşımlarını gözleyebildikleri sanal ortam"dır (akt: Kara, 2013: 54).

Sosyal medya, teknolojik gelişmelerin imkân sağladığı yeni iletişim teknolojilerinin ilerleme yönünü bireysel ve toplumsal boyutu ile iletişim-etkileşim çerçevesinde ortaya çıkarmak amacı ile kullanılan bir tanımlamadır. Sözü edilen tanım kavramsal olarak temelde internet teknolojileri vasıtasıyla deneyimlenen kişi-kişi, kişi-grup etkileşimine dayalı olarak kurulduğu söylenebilir (Karabulut, 2009: 96).

Sosyal medya tanımlamalarında karşılıklı iletişim temel vurgudur. İletişim sürecinin çeşitli ara yüzlerle oluştuğu ve çeşitli amaçlar için kullanıldığı vurgusu bu tanımlamalarda ortak olarak yer almaktadır. Sosyal medya; kişilerin görüşlerini, düşüncelerini ve tecrübelerini farklı mesaj içerikleri ya da görüntüler aracılığı ile paylaşma, karşılıklı olarak müzakere ederek iletişim halinde olmak için kullandıkları online platformlar olarak tanımlanabilir (Eraslan, 2016: 6).

Gündelik hayat içerisinde büyük bir yer kaplayan ve neredeyse en önemli iletişim aracı olma yolunda hızla ilerleme kaydeden sosyal medya uygulamaları oldukça gözde uygulamalar kategorisinde değerlendirilebilir. Gelecekte iletişim ihtiyacının büyük bir çoğunluğunun sosyal medya aracılığı ile sağlanacağı düşünceleri mevcuttur. Sosyal medya uygulamaları sadece iletişim ihtiyacını gidermekle kalmamakta ve kullanıcılarına eğlenme ve bilgi edinme noktasında pek çok imkan sağlamaktadır (Hazar, 2011: 153).

2.2. Sosyal Medyanın Tarihi ve Gelişimi

Sosyal medyanın geçmişine bakmadan önce ilk başta internetin tarihsel gelişimine bakılmalıdır. İnternetin ilk kullanımın ABD’de askerî amaçlara dayalı olarak geliştirilen bir proje olduğu görülmektedir. 1970 yılında Amerika Savunma Bakanlığı’nın geliştirmiş olduğu Arpanet isimli bu projenin, başta yalnızca on beş bilgisayarın birbirine bağlanarak ve özel kullanıcılara kapatılarak geliştirilen bir ağ olduğu bilinmektedir. Askerî amaçlara dayalı olarak ortaya atılan bu proje, 1990’ların başlarında doğu bloğunun artık tehdit arz etmemesi ve üniversitelerin de katılım sağlamasıyla birlikte hızlı bir iletişim ağı olarak yaygınlık kazanmıştır. Zamanla, bilgisayarlar arasındaki iletişimi hızlandırmak maksadıyla elektronik posta haberleşme sisteminin standartları oluşturulmuş; bunula beraber internet daha yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Fakat dünya çapında internet kullanımının asıl yaygınlık kazanması, ticari internetin de katılım sağlamasıyla gerçekleşmiştir. 1990’lı yılların başında, internet gelişimine ilişkin en belirgin ilerleme özelliği taşıyan “Word Wide Web” protokolünün oluşturulmasıyla internet hızla yaygınlık kazanmıştır. İlerleyen yıllarda internet,

ağ bağlantı sistemine bankalar, alışveriş siteleri, internet üzerinden iş yapan çeşitli şirketler ve hizmet sektörü işletmeleri gibi çeşitli ticaret kuruluşlarının iştirakiyle yeni bir ticaret kanalı kimliği kazanmıştır (Kırcova ve Enginkaya, 2015: 4).

İnternet teknolojisinin gelişimiyle, sosyal medya yeni iletişim ortam ve araçlarının çoğalmasına yol açmıştır. Bu gelişme Web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Diğer bir deyişle sosyal medya, İnternet ve Web 2.0 teknolojisinin bir uzantısıdır (Alikılıç, 2011: 11). Web 1.0 teknolojisinden Web 2.0 teknolojisine geçilmesiyle, önceden yalnızca okumak ve alışveriş yapmak amacıyla kullanılabilen Web'in işlevselliği artmış; internete erişimi olan herkesin kolayca içerik oluşturabilmesi ve paylaşabilmesi mümkün hale gelmiştir (Kahraman, 2014: 19).

Gerçek anlamda 2003 ve 2004 yılında Web 2.0 alt yapısını kullanan siteler kurulmaya başlanmıştır. Bu sitelerin kurulmasıyla ve kullanımının dönüşüm geçirmesiyle sosyal medya bugünkü halini almaya başlamıştır. Günümüzde gördüğümüz üzere Web 2.0 teknolojisi bireylerin deneyimlerini, duygu ve düşüncelerini kısacası dünyayla ilgili görüşlerini ifade ettikleri bir sosyal ağ haline gelmiştir. Öte yandan etkileşim halinde bulunan bireylerin çift yönlü ve kitleler halinde iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır.

Sosyal medya kavramı ise "1970'ler de, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır" (Vural ve Bat, 2010: 3350). Ancak 1970'lerde değinilen anlam daha sonradan 90'larda büyük bir ivme kazanarak bilgisayar ve internet teknolojisiyle gelişim ve değişimler geçirerek farklı boyutlara ulaşmıştır.

Sosyal medyanın tarihsel gelişimine bakıldığında Jim Ellis ve Tom Truscott'un 1979 senesinde kurmuş olduğu, kullanıcıya yönelik platform üzerinden haber gruplarına makalelerin taşındığı Usenet, milat olarak kabul edilebilir. Buna müteakip 1988 senesinde link ve dosya paylaşımını sağlayan IRC (İnternet Relay Chat) kurulmuştur (Arzuman, 2015: 33). Ancak kullanıcıların daha fazla etkili olabildiği Ellison ve Body'nin birlikte yürüttüğü bir çalışmada, 1997 yılında sosyal medyanın atası rolünde yayın hayatına başlayan ve internet kullanıcılarına profil oluşturma ve diğer kullanıcılara ulaşabilme, arkadaş listesi hazırlama, onlara mesaj gönderebilme olanağı sağlayan ilk sosyal ağ sitesinin SixDegrees olduğu belirtilmektedir. 1997 ve 2001 yılları arasında kullanıcılar profil oluşturmaya başlamışlar ve arkadaş listeleri oluşturmuşlardır. Daha sonra MiGente, BlackPlanet ve AsianAvenue gibi birtakım toplu iletişim araçları var olmuştur. Sosyal medyada atılan diğer bir adım ise, 2001'de kullanıcılar tarafından kendi ağlarının geliştirilebilmesine imkân veren Ryze.com ile atılmıştır. Sosyal medya araçları sayısında artışın yaşandığı dönem ise 2003 ve 2004 yıllarına

rastlamaktadır. 2004 senesi, özellikle günümüzde dünyanın en yaygın sosyal medya aracı özelliğine sahip olan Facebook'un meydana çıkışı yönüyle önem arz etmektedir. 2005'te yine önemli sosyal medya araçlarından birisi olan ve bilhassa video içeriklerini hedefine alan Youtube yayın faaliyetine girmiştir (Bostancı, 2015: 56). Yine aynı dönemde önemli sosyal medya uygulamalarından Twitter ise, daha kısa cümlelerle, Twit'ler aracılığıyla iletişim sağlaması, özellikle genç kuşağa hitap etmesi ve müzik dünyasında ve Hollywood'da ün yapan kişilere hitap etmesi sebebiyle bir hayli ün kazanmıştır (Özgen ve Kara, 2012: 56).

2.3. Sosyal Medyanın İşlevsel Özellikleri

Sosyal medyaya ait belli başlı işlevsel özellikler bulunmaktadır. Bu özellikleri yedi başlık bünyesinde toplamak mümkündür. Bu başlıklar; diyalog, kimlik, paylaşım, ilişkiler, mevcudiyet, gruplar ve tanınma/popülerliktir. Tüm bu özelliklerin her biri sosyal medyanın bir yönünün nasıl ve ne şekilde kullanıldığıyla ilgili bilgiler vermektedir.

2.3.1. Kimlik

İlk olarak kimlik sözcüğünün yalın haliyle hangi anlamda kullanıldığına bakmak uygun olacaktır. Türk Dil Kurumu kimlik sözcüğünü “toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü olarak ikinci bir tanımda ise kişinin kim olduğunu tanıtan belge, kimlik belgesi, tanıtma kartı, hüviyet olarak üçüncü tanımda ise herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünü” ifadelerini kullanmaktadır

(http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a1e5c53ccf3b4.27679477 erişim tarihi: 10.09.2017)

Sosyal medya bağlamında kimlik kavramı ise, sosyal medya kullanıcılarının söz konusu ortamlarda kendilerini nasıl ifade ettikleri ve bu ifade biçimlerinin ne kadar doğru olduğu ile ilişkili bir durumdur. Meslek, yaş ve isim bilgilerinin paylaşımının yanı sıra kişisel bilgilerin sunumu, nasıl ve ne kadarını paylaştıkları da oldukça önemlidir (Aslan, 2011: 9). Bu sayede kullanıcılar istedikleri kimliklere girerek kendilerini gerçekleştirme güdülerini tatmin etmektedirler. Buradan yola çıkarak sosyal medya üzerinde kullanıcıların meydana getirdikleri kimlikleri sanal kimlik diye adlandırabiliriz. Sanal kimlik, günümüz dünyasının kişilik pozisyonu olarak tanımlanabilmektedir ve çoğu araştırmacının hedefinde yer almaktadır. Genellikle “siber kimlik” olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler, sosyal medya üzerinde sürekli çevrimiçi olarak sanal kimliklerini inşa ediyorlar ve gerçek hayatta oluşturamadıkları kimliklerini sanal benlikleri ile oluşturuyorlar. Bu kişilerden bir kısmı

saldırgan oluyor, bir kısmı uysal kimliğe bürünebiliyorlar, bir kısmı ise sadece bilgi aramak amacıyla kullanabiliyor. Bu daha çok kişinin psikolojik ve sosyolojik konumuna dayandırılabilir. Bireyler, sanal kimlik üzerinde yalnızca kişilik özelliklerini değil, aynı zamanda isim, meslek, yaş ve yer gibi pekçok özelliği hakkında değişiklik yapabiliyor. İnsanlar sanal yollarla yarattıkları profil özellikleriyle pek çok kişiyle iletişim halinde olabiliyorlar. İnsanlar bu yöntemle karşısındakilerin gerçek hayatta yüzlerine söyleyemedikleri şeyleri sanal dünyada hür bir şekilde söyleyebiliyor, eksik yönlerini rahatlıkla gizleyebiliyor ve bu şekilde kendisini kusursuz bir insan olarak tanıtabiliyor (<http://siberkimlik.blogspot.com.tr/> erişim tarihi: 28.09.2017).

2.3.2. Diyalog

Diyalog tanımlamasının tarihinin çok eskilere dayandığı bilinmekle birlikte kavramın önem kazanması filozof Martin Buber'in çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır. Buber diyalogu, her bir katılımcının ötekini veya ötekileri mevcut olan ve kendilerine has durumlarıyla zihninde canlandırdığı ve kendisiyle onlar arasında karşılıklı olarak yaşayan bir ilişki kurmak amacıyla kendini ona ya da onlara yönelttiği bir iletişim biçimi şeklinde kavramsallaştırmıştır. Bunun yanı sıra diyalogun karşı tarafın değerlerini fark etmesini içerdiği ve diyalog sürecinde kişilerin diğerlerini “Ben Siz” anlamında bir nesne olarak görmeyip “Ben Sen” anlamında eşitleri olarak görmelerini ileri sürmektedir (Akbulut vd., 2014: 92).

Türk Dil Kurumuna göre diyalog; “karşılıklı konuşma, anlaşma, uyum sağlama veya bu yolda çalışma” anlamına gelmektedir

(http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a1e5c4ecf0a06.93119659 erişim tarihi: 24.08.2017).

Sosyal medyanın en başat önceliği kişiler arasında iletişimi kurmaktır. Kişiler kendilerinin ilgi alanlarına yönelik milyonlarca sitelere üye olup diyalog halindedirler. Bu sebepten dolayı insanların diyalog kurmak için birçok amacı olabilir. Bunlar sosyal medyanın gündeminde bulunan konular hakkında fikir edinmek, arkadaşlık edinmek, herhangi bir şey hakkında sohbet ortamı oluşturmak gibi amaçlar olabilir.

2.3.3. Paylaşım

Sosyal medyayı, geleneksel medyadan ayıran en önemli farklardan bir tanesi de paylaşımdır. Geleneksel medya da izlediğimiz veya okuduğumuz bir şeyi anında paylaşamayız. Ama sosyal medya yoluyla kullanıcılar, arkadaş listesiyle yaptıklarını anında paylaşabilir ve onlarla iletişim halinde olabilirler.

Kişiler sosyal medya üzerinde video, resim, fotoğraf, hoşlarına giden sözleri, durumlar, kendi fikirlerini, haberleri, neler yaptıklarını ve nerede olduklarını arkadaşları ile paylaşabilmektedir. Bütün bu paylaşımlar sayesinde birçok kişi sosyal medya üzerinden tutumları ve fikirleri hakkında bilgi edinebilir.

2.3.4. Mevcudiyet

Mevcudiyet, sosyal medya kapsamında ele alındığında, sosyal medya ortamlarında kullanıcıların ulaşılabilirliğiyle alakalı bir konudur. Diğer bir deyişle, gerek gerçek dünya da gerekse sanal dünya da, kullanıcıların nerede bulunduklarını bilmek ve ulaşılabilir olup olmadıkları ile ilgilenir. Sanal mecrada ise profillerin gizli veya açık tutulmasıyla bu durum halledilmektedir. Sosyal medya da kullanıcı sayılarının sürekli arttığı göz önünde bulundurulduğunda, bu durumun özünde reel dünya ile sanal dünya arasında bir köprü olarak işlev gördüğünü ifade edebiliriz (Kietzmann vd., 2011: 245).

Sosyal medya ortamı içerisinde mevcudiyet durumu kullanıcıların online platformlarda check-in yapma gibi durumlarla ilişkilendirilebilir. Kullanıcılar, kendinden başka diğer kullanıcıların nerede olduklarını ve nasıl bir hissiyat içinde bulunduklarının bilgisine erişebilir. Örnek vermek gerekirse, gittiğimiz bir kafede otururken, kiminle oturduğumuzu ve hangi kafede olduğumuzu ve ne hakkında konuşumuzu belirtip, yanına da hissi bir ifade koyabiliyoruz. Bu açıdan baktığımız zaman özellikle son zamanlarda Facebook ve Swarm kullanıcıları konumlarını paylaşarak nerede ve kimlerle olduğunu bildirerek bu sayede arkadaşlarını haberdar etmektedir. Bunun yanısıra bulunduğunuz bölgede hangi arkadaşlarınız size yakın olduğunu bilerek iletişime geçebilmeniz de mümkün hale gelmektedir. Konum paylaşımının avantajlı olduğu gözükse de, aslında dezavantajları da yok değildir. Örneğin, konum paylaşan kullanıcılar, hırsızlar tarafından takip edilerek evleri ve iş yerleri soyulmaktadır.

2.3.5. İlişkiler

İlişki kavramı, bağlantı veya temas kurma anlamına da gelebilmektedir. Sosyal medyanın amaçlarından bir tanesi de kullanıcılar arasındaki ilişkiyi sağlamaktır. Dolayısıyla ilişkiler sosyal medyanın işlevsel özelliklerinden biridir. Aynı zamanda geleneksel medyayı, sosyal medyadan farklı kılan bu karşılıklı etkileşim halinde olan ilişkilerdir.

İlişkiler unsuru kavramsallaştırılmasında kasıt ise sosyal medya kullanıcılarının kendileri haricinde ki diğer kullanıcılar ile ilişkilerinin nasıl ve ne boyutta olduğu ile ilişkilidir. Söz konusu ilişkiler kullanıcıların birbirleri arasındaki bir etkileşimden, gündelik

yaşamdaki bir araya gelme durumlarında yada yalnızca birbirlerini arkadaş olarak sıralamalarından kaynaklı olabilir. Aynı sosyal medya platformu içinde bulunan kullanıcıların birbirleri ile bağlantılarının şekli, aynı zaman dilimi içerisinde hangi tür içeriklerin değiş-tokuş edildiği şekli ile belirlenmektedir. Kullanıcılar arasındaki ilişkiler arasında kimlik boyutu geri planda bırakılarak göz ardı edilirken daha çok ilişki boyutuna bakılmaktadır (Tuncer, 2013: 18).

2.3.6. Tanınma/Popülerlik

Tanınma (reputation) güven kavramıyla yakından ilgilidir. Ancak sosyal medya platformlarında birçok anlama gelebilmektedir. Sosyal medya ve tanınma ilişkisinin ne derece önemli olduğu şu şekilde ifade edilebilir: Üyesi olduğumuz bir sitede kimlik tanımlamak adına profil oluşturulur, arkadaş ekleriz, aynı zamanda çeşitli uygulamalara üye olarak katılırız. Zaman içerisinde gün geçtikçe aktif olma noktasında eylemliliğe geçerek içerik üretimi konusunda katkıda bulunmaya başlarız bu durum ise tanınmayı beraberinde getirir ve zamanla da güvene dönüşebilir. Fakat söz konusu durumun uzun süreli bir etkileşim olduğunu da vurgulamak gerekmektedir (Laurel, 2011). Günümüzde ise sosyal medya platformları aracılığıyla tanınır olan kişiler için “fenomen” kavramı kullanılmaktadır.

Toplumsal yaşamda ünlü kategorisinde değerlendirilmeyen kişilerin sosyal medya platformlarında “fenomenlik” kavramı ile popülerlik kazanmalarıyla birlikte durum oldukça farklı bir hal almaya başlamıştır. Şöyle ki ünlü olma yarışı, bireysel markalaşmayla beraber fenomenlik, elektronik kanaat önderliği gibi çoğu olguyu da beraberinde getirmiştir. Kişilerin “beğeni, retweet alma, favoriler, like’larla hırslarının desteklenmesi, kişisel ya da topluma ait ahlaki değerler, yakınlık, duygudaşlık, yabancılaşma, teşhircilik ve yozlaşma gibi birçok psikolojik hâlde kimliklerin inşa edilmesine sebebiyet vermiştir. Tabi bu durumların dışında, popüler olanı tercih eden ve popüler olanın fikrine önem gösteren, birini takipçisi çok olduğu için takip etmeye değer gören bir oluşumun da varlığını göz ardı edemeyiz. Hâl böyleyken takipçi kazanmak ve beğeni sağlamak amacıyla birçok hileli yolu benimseyenden, bu amaçla ana sayfalara reklam verilmesine varabilen ünlü olma rekabeti büyük bir pazar çalışması niteliğiyle büyüme göstermektedir (Saçak, 2017: 108).

2.3.7. Gruplar

Gruplar, sosyal medya kullanıcılarının sosyal bir platformda buluşarak oluşturdukları irili ufaklı toplulukları karşılamaktadır. Gruplar içinde dahil olmayanlara da açık olabileceği gibi, aynı zaman da yalnızca istenen bireylerin ekleneceği ve çağırıldığı şeklinde de

oluşturulabilmektedir. Bu sebepten dolayı ikiye ayırabiliriz; herkesin görüntüleyebileceği gruplar ve gizli gruplar olarak. Gizli gruplar davetiyeyle girilebilen, yöneticinin izni olmadan girilemeyen özel topluluklardır (Kietzmann vd., 2011: 247). Örneğin; Facebook sosyal medya platformunda kimi grupların herkese açık olmasından dolayı dışarıdan erişim sağlanabiliyorken, kimi gruplara ancak yönetici onayı ile erişim sağlanabilmektedir. Kullanıcıların tutumlarıyla birlikte grupların özellikleri kişiye ve duruma göre farklılaşabilmektedir.

2.4. Sosyal Medyanın Etkileri

Bilişim ve teknolojik gelişmelerin hızla geliştiği günümüzde sosyal medyanın bireylerin hayatındaki yeri ve etkileri her zaman ilgi odaklı bir araştırma konusu olmuştur. Teknolojik gelişmeler sayesinde sosyal medya platformlarının sunduğu sürekli gelişen içerikler ve bilgiye anında erişim özelliğinin etkisiyle platformlardaki kullanıcı sayıları da gün geçtikçe artmıştır.

Heres ve Thomas'a (2007: 177) göre sosyal medyanın etkileri sosyal etkileşim açısından kategorileştirilmektedir. Burada tamamlayıcı, zayıflatıcı ve güçlendirici etkilerden söz etmek mümkündür. İnsanlarla iletişim kurmak için kolay ve ucuz bir yol sağlaması, mekan ve zaman kısıtlamasından bağımsız olarak güçlendirici kapsamına girmektedir. İnsanların arkadaşları ve ailesiyle kuracağı yüz yüze karşılıklı ilişkiyi yok edecek kadar azaltması konusunda da zayıflatıcı etkiye sahiptir. Diğer yandan sosyal medya kullanımıyla yüz yüze bir araya gelme öncesi bir randevulaşma aşaması oluşturabileceği yönüyle de tamamlayıcı bir etkiden bahsedilebilir.

Sosyal medyanın pozitif değerlerinin yanında bazı pozitif etkileri de dikkat çekmektedir. İnsanların bireylerarası iletişimini azaltarak yalnızlığa sürüklemekte ve gerçek kimliklerinin dışında başka bir kimliğe bürünmelerine sebep olabilmektedir. Sosyal medyanın bir diğer etkilerinden biri de harekete geçirebilme özelliğidir. İnsanlar kolay ve hızlı bir şekilde sosyal medya platformları üzerinde örgütlenebilmektedirler (Kaya, 2013: 155-203). Örnek verecek olursak; Tunus'ta yaşayan genç bir mühendisin kendini yakarak başlattığı, Kuzey Afrika ve Ortadoğu'ya da sıçrayan protesto gösterilerinin ve ayaklanmaların sonucunda internet ve sosyal medyanın toplulukları yönetme hususundaki tesirinin ne çapta önem arz ettiği de gözler önüne sermiştir. Arap Baharında sosyal medyada oluşturulan ortak iletişim ağlarıyla hızla iletişime geçip bir birliktelik meydana getirebileceğini tüm dünyaya göstermiştir (Bozkurt, 2011: 130).

İnternetin yayılmasıyla birlikte çocuk ve ergenler sosyal medya platformlarındaki elektronik posta ve sohbet odaları yolu ile yeni arkadaşlıklar edinerek devam ettirmekte, yaşantılarını paylaşmakta, gündelik olaylar ile ilgili muhabbet olanağı vermekte ve sosyal ilişkilerini devam ettirmektedirler. Fakat çok fazla internet kullanımı çocuk ve ergenlerin psikososyal gelişimlerini olumsuz olarak etkilediği görülmektedir. Bireyin tam bir iyilik hali içerisinde gelişiminin sağlanması çok önemlidir. Toplumsallaşma olarak ifade edilen kişinin gelişimini tamamlayacak olan eğitim hayatı, arkadaş ve aile iletişimi, yerini elektronik arkadaşlıklara bırakmaktadır. Söz konusu durum gerçek hayatta ilişki başlatma ve ilişkiyi devam ettirme yetisini olumsuz olarak etkilemektedir (Muslu ve Bolışık, 2009: 166-168). Sosyal medyanın bir diğer etkilerinden birisi de kısa sürede kurulan ilişkilerdir. Diğer medya ortamlarına kıyasla sosyal medya da kısa bir sürede ilişki kurulup, yine kısa bir süre içerisinde ilişkilerin sonlandırılması daha kolaydır.

Sosyal medyanın bireylere mekânsal ve zamansal alanların veya sınırların ötesinde iletişim olanağına imkân vermesi bireylerin sosyal medya araçlarıyla evlerinden dahi arkadaşlarıyla iletişim kurması, kamu sahalarına yönelik çeşitli mevzuları tartışılabilmesine ve kamunun gündeminde yer teşkil eden bazı hususları gündeme getirebilmesine olanak tanımıştır. Kişiler sosyal medya üzerinde tanışma, arkadaşlık, iletişim vb. gibi gayelerine ulaşabilmektedirler. Bu bağlamda sosyal medyanın etkisiyle özel alan ve kamusal alan çizgisi git gide ortadan kalkmaya başlamış; bunun yanı sıra sosyal medya üzerinde yeni bir sanal kamusal alanın oluşmaya başladığı da gözlemlenmektedir (Güngör, 2011: 316)

2.5. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Günümüzde büyük etkilere ve öneme sahip olan sosyal medyanın doğru ve bilinçli bir şekilde kullanımında avantajlı olduğu göz önündedir. Ancak yanlış ve bilinçsiz kullanımında da dezavantajlar ortaya çıkmaktadır.

2.5.1. Avantajları

Sosyal medya, konvansiyonel medyaya kıyasla pek çok özelliğiyle avantaj taşımaktadır. Sosyal medyanın güçlü kılan özelliklerin başında hızlı olması ve maliyetinin ucuz olması olmak üzere aşağıdaki gibi sıranalabilmektedir.

Sosyal Medya Güncel ve Hızlıdır: Resmi olarak duyurulması gereken bir duyurunun geleneksel medya yoluyla duyurulması çok uzun bir zaman alabilir. Yine aynı şekilde firmaların kullanıcılara cevap verebilmesi haftalarca sürebilmektedir. Ama sosyal medya platformları yoluyla saniyeler içerisinde karşılıklı etkileşime geçmek mümkün hale gelmiştir.

Tüm dünyayı olan bitenden haberdar etmek, olaylardan bilgi sahibi olmalarını sağlamak, çevrimiçi ortamlarda yazmak ve gönder tuşuna basmak kadar kolaydır. Sosyal medya bu özelliği sayesinde McLuhan'da ifade ettiği gibi dünyamız "Küresel bir köy"e evrimleşmiştir.

Ses dosyaları, fotoğraf ve videolar gibi görsel ve işitsel unsurları kaliteli bir biçimde kaydetme kabiliyetine erişen mobil cihazlar (cep bilgisayarları, akıllı telefonlar, tabletler gibi) sosyal medya sitelerindeki içerik ve mesaj paylaşımını kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Bahse konu ilerlemeler, sosyal medya site ve platformlarının "birbirine bağlılık" niteliği ile birleşerek sosyal medyayı çok daha güçlü bir duruma getirdiği görülmektedir (Göçöglü, 2014: 42).

Sosyal Medya Ucuzdur: Geleneksel medyada büyük rakamları bulan yatırım maliyetlerinin yanısıra sosyal medyada yerini küçük rakamlara bırakabilmektedir. Sosyal medyada ise içerik üretmenin, başkalarının oluşturmuş olduğu içeriklerden faydalanmanın ve ilişkiler kurmanın kullanıcılar ve firmalar için maliyeti yok veya çok düşüktür. Instagram, Facebook, Twitter ve benzeri sosyal mecralarda hesap oluşturmanın hiçbir maliyeti yoktur. Kullanıcı sayıları milyonlara ulaşan Facebook, Twitter ve benzer sosyal ağlarda üye olmanın ve profil oluşturmanın hiçbir maliyeti yoktur (Bostancı, 2010: 45).

Sosyal Medyanın Kullanımı Basittir: Sosyal medya platformlarının arayüzleri kullanıcıların basit bir şekilde kullanabilmeleri için oldukça geliştirilmiştir.

Sosyal Medya Güvenilirdir: Ünlü bir Alman firma yöneticisinin dediği gibi: "Bir insana, bir firmadan daha fazla güveniriz" sosyal medyayla söylenmek istenen de budur (Ying, 2012: 23). Bireyler satın aldıkları ürünler hakkında olumlu veya olumsuz eleştiride bulunmaları diğer tüketicilerin düşüncelerini de etkilemektedir. Geleneksel medyadaki gibi yalnızca reklam odaklı değildir. Seçilen ürüne karar verildikten sonra ürünün ne durumda ve nerede olduğu basit bir şekilde takip edilebilmektedir (Halis, 2012: 157).

Sosyal Medya Firma İmajını İyileştirir: Sosyal medya yöntemine başvuranların etraflarındaki ilgiyi kendi üzerlerine çekmeleri kolay; kullanmayanların ise internette işlerinin zor olduğu sosyal medya danışmanları tarafından dile getirilen bir husustur. Bir firmaya ait web sitesinin aktif olmayışı çok faydalı görülmemektedir. Zira Twitter veya Facebook gibi sosyal ağ platformlarında yer alan bir bildiri, duyuru veya girdi arama motorlarının önceliklerine taşınmaktadır. Böylece potansiyel yeni müşteriler, satıcının farkına varmaktadır. Bilhassa "dijital yerlilerin", yani internet kullanmayı çok fazla benimseyen kişilerin beğenisini çekmektedir (Ying, 2012: 23). Bu sayede hem firmaların popülerliği artmakta hem de firma imajı itibar kazanmaktadır.

Sosyal medya aynı zamanda firmaların yeni içeriklerinin göze çarpmasını sağlayarak web trafiğini arttırır. Firmaların müşteriler tarafından ne kadar takip edildiğini gösterir. Firmaların sosyal medya hesaplarında yapılan kullanıcı yorumlarına geri dönüt vermeye çalışması, müşterilerin firmaya olan bağlılığını arttırmakta ve aralarındaki etkileşimi güçlendirmektedir (Weinberg, 2009: 6).

Sosyal medya firmalara, kullanıcılara ticaret ve reklam gibi yönlerden de büyük ekonomik avantaj sağlamaktadır. Firmalar, sosyal medya platformlarında yarattıkları sayfalarla kampanyalar düzenleyerek, reklamlarını ücretsiz olarak yapabilme fırsatına sahip olmuşlardır. Böylece geleneksel medya organlarına yüksek ücretler ödeyerek yapabildikleri kampanyaları, sosyal medya kampanyası ile de yapabilme imkânı elde etmişlerdir. Bunların yanında sosyal medya ile müşteriler artık kurumun belirlediği ölçütlere göre seçim yapma kısıtlamasından kurtularak, kendi tercihleri doğrultusunda ürünü şekillendirebilmektedirler. Sosyal medya, tüketiciye aracısız olarak belirleyici olma imkânını vermiştir. Tüketici sosyal medyada kurum, marka veya ürünle ilgili görüşlerini açık bir şekilde ifade etmekte, istediği, eksik bulduğu ya da olmasını istediği özellikler hakkında diğer kullanıcılarla görüş alışverişi yapabilmektedir. Bu da tüketici açısından, firmalar arası rekabetin artmasıyla birlikte ürün fiyatlarının düşmesi avantajını sağlamaktadır (Domaç, 2014: 68-69).

Sosyal medya sayesinde firmalar rakiplerini kolay bir şekilde takip edebilmektedir. Firmalar tarafından bakıldığı zaman rakipleriyle ilgili bilgi toplamak için sosyal medyanın tüm imkânlarını kolaylıkla kullanabilmektedirler. Bu bakımdan sosyal medya onlar için çok önemli bir kaynaktır. Kurumsal istihbarat, rakiplerine oranla bir adım öne geçirecek ve rekabet avantajı kazandırabilecek bilgilere ulaşmayı hedeflemektedir. Bunu başarabilmek, uygunsuz davranışlarda bulunmayarak çok dikkat edilerek rakiple ilgili sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlarını, çalışanlarını ve faaliyetlerini takip ederek mümkün olabilmektedir.

Susan Rice Lincoln'a (2009: 32) göre sosyal medya platformlarında onbinlerce takipçisi olan şirket ve markaların sosyal medya platformlarından yararlanabileceği alanlar "talep yaratma, arama motoru optimizasyonunu güçlendirme, müşteri ilişkilerini geliştirme, iş ortaklarıyla bağlantıyı koruma, araştırma ve geliştirme yapma, müşterileri yeni ürünler hakkında eğitme, müşterilerin görüşlerini doğrudan, filtresiz alma, çalışanların müşterilerle doğrudan konuşmasını sağlama, müşteri hizmeti ve desteği sağlama, çalışanlarla ilişki, firmayı sanayide düşünsel lider olarak konumlandırma" şeklinde ifade edilebilir.

2.5.2. Dezavantajları

Sosyal medyanın avantajları olduğu kadar dezavantajlarında bulunmaktadır. Sosyal medyanın hızlı yayılım özelliğinden dolayı olumsuz olaylar ya da haberler çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Bu ortamda kriz yönetimi yapmak oldukça güçtür. Bu yüzden bir firmanın ya da bir kişinin imajının sarsılması için sadece birkaç saat veya dakikanın bile yeterli olduğu durumlar görülebilmektedir. Bu durumda tüketicilerin kafasında hep bir soru işareti kalmaktadır.

Sosyal medya, konvansiyonel medya ile karşılaştırıldığında avantajlı olarak görülen özelliklerinin aynı zamanda olumsuz özellikleri olduğu da söylenilebilir. Kullanıcıların sınırlanmadığı ve belirli kurallarca denetlenmediği platformlardaki farklı kaynaklardan gelen bilgi akışı kişinin bilgi alma noktasında önemli olan haberin oluşumunu ve haber kaynağının güvenilirliği tartışmalarına da zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının kendilerini haberin kaynağı olarak görmeleri ise söz konusu platformlardaki bilgi kirliliği oluşmasını sağlamaktadır (Babacan vd., 2011: 73).

Sosyal medya araçları vasıtası ile farklı konularda milyonlarca birey tarafından içeriklerin üretilmesi ve söz konusu içerikler ile ilgili uygun filtreler bulunamadığı zaman, daha özel bir konuda bilgilenmek isteyen kişiler internet ortamında dezenformasyonla karşılaşarak yararlanacakları kaynaklar ve bilgiler hakkında sorun yaşamaktadırlar. Sahte kimlikler aracılığı ile paylaşılan içerikler bireysel ve kurumsal imajı zedeleyebilir veya bilgi kirliliğine sebep olabilir. Örneğin; Münir Özkul, İbrahim Tatlıses, Nejat Uygur gibi sinema ve sanat dünyasının tanınmış isimleri, sosyal medyadaki troll hesaplar tarafından öldürülmüş ve yalan yanlış bilgilerle sosyal medya manipüle edilerek ulusal medyada da haber olmuştur. Yalan bilginin yayılması üzerine hastalığın acısını yaşayan hasta yakınları ve hastane yetkililerince açıklama yapıp doğru bilgilendirme zorunluluğu doğmuştur (Domaç, 2014: 70).

Sosyal medyanın olumsuz yönlerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz: (Bayram, 2012: 32)

- Sosyal medya çok hızlı bir şekilde yayıldığı için takibi ve kontrolü zordur.
- Özel yaşamın gizliliği ihlal edilebilir.
- Telif / patent hakları ihlal edilebilir.
- İçeriğin asıl kaynağının gösterilmeden kullanılması söz konusu olabilir.
- Üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması söz konusudur.

- Kişilere ait bilgileri güvenliği çoğunlukla sağlanamamaktadır.
- Ticari enformasyon ve haberlerin sınırları belirli değildir.

- Sosyal medyaya çeşitli özelliklerden dolayı kullanıcı yoğun bir şekilde reklama maruz bırakılır.

- Sosyal cinsiyet adaletsizliği meydana gelir. Bunun sonucunda da belli gruplara karşı nefret söylemleri meydana gelir.

- İçeriklerin yanıltıcı bir biçimde etiketlenmesi ve başlıklandırılması mümkündür.
- Dil kullanımında gereken özenin gösterilmemesi durumu yaygınlık kazanır.
- Kişiler sosyal medya ortamının tüketicisi konumuna getirilmektedir.
- İşletmeler için, doğru seçilmeyen bir iletinin negatif yöndeki tesirinin normal seviyeden daha yüksek olması söz konusudur.

- Sosyal medya ortamında esas hedefi gerçekleştirmek için odaklanmaya ihtiyaç vardır.

- Çalışan insanların çalışma saatleri kapsamında sosyal ağlarda vakit harcamalarına dayalı olarak işgücünde kayıplar meydana gelmektedir.

- Şirketlere zarar vermek için sahte bloglar, profiller oluşturulabilir. Bu yüzden şirketlerin ticaretle ilgili gizli bilgilerinin sırlarının bu ortamlarda açık edilmesi söz konusudur.

- İşletmeler tarafından, tüketici kitlenin yanıltması amacıyla ücret karşılığında taraflı içerik hazırlatma durumu söz konusudur.

Sosyal medya Postman“ın yaklaşımıyla “ayıp”ları ortadan kaldıran, “çocukluğun yok oluşu”na katkı sağlayan televizyon çağını dahi geride bırakmış bulunmaktadır. Bilgiye ulaşmak amacıyla belli süreçleri aşmış olma şartına da son veren sosyal medya, bir taraftan bilginin üretilmesinde tekeli yok ederek, öbür yandan bilgi ve bilgiye ait kaynağı olağan hale getirmektedir (Peltekoğlu, 2012: 8).

İnternet altyapısına sahip olan teknolojik aletlerin bulunduğu her ortamda sosyal medya faaliyetlerinin yapılması mümkün hale gelmiştir. Bu aslında olumlu gibi gözüke de bireylerin hayatın dengesini bozduğu için olumsuz bir özelliktir. Sosyal medya konusunda birçok firmanın korktuğu konulardan birisi çalışanlarının bu medya ortamında işleriyle ilgilenmek yerine başka faaliyetlerde bulunarak (profillerinde paylaşımda bulunmak, oyun oynamak, video izlemek gibi) çalışma saatlerinin boş yere geçmesine neden olabilmektedirler. Bu sebepten ötürü sosyal medyanın toplum üzerinde birtakım olumsuz etkiler bıraktığı görülmektedir. Zararlı olabilecek etkileri en aza indirmek için, kullanıcılar ve firmalar sosyal medya platformlarını etkili ve doğru bir şekilde kullanmaları gerekir.

Zenelaj'a göre (2014: 83-84) kullanıcılar ve işletmeler için tehdit arz eden, sosyal medyanın olumsuz yönlerini şöyle sıralayabiliriz:

- İnternet hakkında en fazla yapılan tenkitlerin başında da vaktin harcanması ve bağımlılık yaratmaması yer almaktadır.
- Sosyal medya kullanıcıların karşılaştığı en büyük problemlerden bir tanesi de özel bilgilerin güvensizliği ve özel hayatın ihlalidir.
- Günlük hayatı kötü etkileyen sosyal medya araçları ve internetin, işletmeleri de bazen kötü etkilediği görülmektedir.
- Çalışan insanlar, kendi düşüncelerini yansıtan içerikler paylaştığında, bu içeriklerin işletmenin değer ve görüşleri olduğu düşünülebilir.
- Üçüncü şahısların oluşturduğu kötü durumlar işletmeleri de zora sokacak ve bu durumun düzeltilmesinin de maliyeti yüksek olacaktır.

Her şeyden önemlisi günümüzde artan aşırı internet kullanımıyla birlikte meydana gelen sosyal medya bağımlılığı bireyi toplumsal hayattan kopararak olumsuz yönde etki sağlamaktadır. Bireyler gerek ekonomik, sosyal, psikolojik veya fiziksel eksikliklerinden dolayı reel dünyadan uzaklaşıp sanal dünya dediğimiz ortamlarda pasifize olmaktadır. Böylelikle sosyal medya bağımlısı bireyler gerçekte, sanal ayrımını birbirine karıştırıp hayattan kopma noktasına gelmekte. İçerinde yaşadığımız çağda en sık karşılaştığımız sosyal medya bağımlılığı psikolojik bir sorun olarak olumsuz yönde bir etki oluşturmaktadır.

2.6. Sosyal Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar

Kısa sürede büyük bir ivmeyle kazanan ve dünyanın birçok yerinde önemli kullanıcı sayılarıyla dikkat çeken sosyal medya, yapı olarak geleneksel medyanın çevrelediği birtakım sınırlamalara farklı çözümler üreten, getirdiği yeniliklerle beraber aynı zamanda riskler taşıyan önemli bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir.

Sosyal medya ve geleneksel medya kıyaslandığında aradaki fark olarak ön plana çıkan bir takım özellikler vardır ve şu şekilde özetleyebiliriz: İlki sosyal medya faaliyetlerinin çok düşük bir miktarda karşılığı olması yada ücretsiz olmasıdır. İkincisi, sosyal medya erişim imkanı açısından avantajlıdır, büyük kitlelere seslenilebilir, üçüncüsü sosyal medya kullanımı kolay öğrenilebilecek bir niteliğe sahiptir. Dördüncü ve son olarak paylaşılan içerikler daha sonra değiştirilebilir ve güncellenebilir

https://www.academia.edu/3464365/Arap_Baharı_Sürecinde_İnternet_ve_Sosyal_Medyanın_Rolü. (erişim tarihi: 23.10.2017).

Koçak'a göre (2012: 81-82) günümüzde iletişim ve bilgisayar teknolojisi ve bu teknolojinin ürünü olan sosyal medya araçları sayesinde geribildirim konusunda büyük değişimler yaşanmıştır. Geleneksel medya ise bireysellikten ziyade hedeflediği toplulukların ortak belli özelliklerini göz önüne alarak yayınlarını yapmakta ve süreç birden çoğa biçiminde ilerlemektedir. Sosyal medya ise daha çok bireyselleştirilmiş çok merkezli ve daha katılımlı bir medya ortamı yaratmaktadır. Bireylerin bundan dolayı ticari bir beklentisi olmadan içerik üretimine katkı sağlayarak, bunu paylaşabilme imkanına sahip olmuşlardır. Etkileşime olanak tanıyan özelliğinden dolayı bireyler, geleneksel medya araçlarında mümkün olmayacak şekilde birbirleriyle içerik dâhilinde etkileşim fırsatına sahip olmuşlardır. Sınırlı geribildirim olanağı yerine, çok yönlü interaktif bir iletişim ve geribildirim döngüsünün kurulması mümkün hale gelmiştir. Bu anlamda sosyal medya bireylere daha fazla özgürlük, katılımcı, etkileşimli, esnek bir iletişim ortamı sunmaktadır.

Sosyal medyanın online kullanıcı sayısına bağlı olarak artan gücünün yanı sıra geleneksel medyanın gücünün de zamanla azaldığı görülmektedir. Kontrol mekanizması merkezden tabana doğru yayılmakta, tekilden çoğula doğru evirilmektedir. Bununla beraber sosyal medya "hazır içeriği tüketen" den ziyade, "kendi içeriğini üreten" bir ortam ve çok daha fazla seviyede demokratik süreçlerin meydana getirilmesine de imkân veren bir yer haline gelmektedir. Kullanıcı hesapların meydana getirdiği içeriği kullanan sosyal medya, demokratik atmosferi ile, geleneksel medyadaki gibi belirli bir grup veya zümre tarafından, belli gaye ve hedefler için üretilip toplum algısını yönetmek için oluşturulan içeriklerin devrini de sonlandırmaya başladığı gözlenmektedir. Bu iki ortam arasındaki farklılık, içerik ve yön açısından devrim özelliğine sahip olduğu görülmektedir. Günümüze kadar hedef alınan grup veya kitleleri önceden hazırlanmış olan içeriklerden meydana getirilen bir ortama çağırın medya, şimdiler de ise hedef alınan grup ve kitle ile bulundukları konumda ve etkileşime girdikleri ortamda iletişim sağlamakta, bundan dolayı medya aleyhine gibi görünen bu durum da firmaların tüketicilerle daha samimi, doğal ve etkili bir iletişim kurmasını sağlamaktır (Akkaya, 2013: 15).

Sosyal medya, geleneksel medya ile kıyaslandığında farklı bir noktada olduğu yapısı itibarıyla görülmektedir. İnternet teknolojisinin gelişimiyle her kullanıcı ve yayımcı, bir bilgi sahibi veya kaynak yaratıcısı konumuna gelmiştir. Geleneksel medyada ise verilen mesaja tepki iletişim aracının sahibinin kontrolündedir. Ürettiği enformasyona tepkiler alınmamakta veya gecikmeli olarak gelmektedir. Bundan dolayı sosyal medyada herkes katılımcı, enformasyon yaratıcısı ve tüketicisi durumundadır (Seçkin, 2012: 84).

Sosyal medya, geleneksel medya araçlarından “kaynak” yönünden de farklılık gösterir. Geleneksel medyada herhangi bir yayını dağıtıma sokabilmek için belirli kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Ama sosyal medya bu bakımdan geleneksel medyadan daha az maliyetlidir. Geleneksel medyada yer alan bir haberin dağıtımı ile sosyal medyada yer alan haberin dağıtımları arasında değişken ve sabit maliyet farklılıkları vardır. Gazetelerin yapılan haberi yayımlayabilmesi için kâğıt, mürekkep gibi baskı malzemelerini karşılaması لازمken, sosyal medya üzerinden paylaşım sokulan bir haber için böyle bir zorunluluk gerekmemektedir. Geleneksel medyada kaynakları toplayarak haber yapmak için belirli bir maliyet gerekirken, sosyal medyada kaynakları kendiniz oluşturabilir ve dağıtıma sokabilirsiniz.

Sosyal medyanın, geleneksel medyaya göre ölçülebilir özelliğe sahip olması da en kayda değer özelliklerinden birisini teşkil etmektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılmış olan bir içeriğin ne kadar kullanıcı tarafından ve kimler tarafından görüntülediği, kullanıcı yorumları, beğenileri vasıtasıyla elde edilebilir ve takibi yapılabilir. Geleneksel medya araçlarında ise radyo, televizyon, açık hava ilanları gibi yollardan verilen mesajların hangi kişiler tarafından ve ne kadar izlendiği tespit edilemez ve bunun ölçümü çok maliyetlidir. Fakat sosyal medya platformlarında bu ölçümler, üye olunan platformun size sunduğu özelliklere göre az bir miktar veya tamamen maliyetsiz olacak bir biçimde yapılabilir. Buna ilaveten sosyal medya platformları vasıtasıyla gönderilen bir mesaj veya içerik çok daha süratli bir biçimde şekilde yayılma ve birçok kişi tarafında görüntülenme imkânına sahiptir. Fakat geleneksel medya da ise bu erişim, yayılma çok daha yavaş olmaktadır (Burgaz, 2014: 39).

Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farklılıkları (Kızılarıslan, 2012; Özutku vd., 2014 akt: Bütün, 2016: 98) bir tablo yardımı ile özetlemek gerekirse;

Tablo 2.1. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklılıklar

SOSYAL MEDYA	GELENEKSEL MEDYA
İçeriği üreten ve tüketen kullanıcılardır.	İçeriği profesyoneller üretir kullanıcılar tüketir.
İçeriği üreten kullanıcılar mekân ve zaman yönünden bağımsızdır.	İçeriği üreten ekip fiziki konum ve zaman yönünden koordine çalışmaktadır.
Herkesin söz hakkı vardır.	Söz hakkı tanınanların söz hakkı vardır.
Herhangi bir konu hakkında bilgi veren kişilerin uzman olması gerekmez.	Genellikle bilgilendirmeler yapan kişiler konu ile ilgili deneyimi olan kişiler veya

	uzmanlardır.
Partilerin diledikleri an hedef kitleleriyle buluşabildikleri platformlardır.	Partilerin seçim dönemlerinde sık sık reklam yaptığı platformlardır
Bağımlılık fazla zaman harcanması gibi olumsuz yönleri bulunmaktadır.	Bağımlılık oluşturma yönü daha zayıftır.
Kullanıcı siyasi tercihinde özgürdür.	Siyasi konularda dayatmacıdır.
Kullanıcılar iletişim kurarken etkendir ve iletişim sürecinin belirleyicisidir.	Kullanıcılar iletişim süreçlerinde genellikle edilgen, alıcı konumundadır.
Yerleşik kurallar yoktur.	Yerleşik kurallar ve denetim vardır.
İletişim ve yayın yapma ya da gündem oluşturma maliyeti düşüktür.	İletişim ve yayın maliyetleri yüksektir, ayrıca tekil bir geleneksel medya aracı üzerinden gündem oluşturma şansı zayıftır.
Geleneksel medyanın profesyonel yazarları “ekonomik çıkarları için topluma haberler sunan kişiler” olarak görülür.	Sosyal medyanın kullanıcı yazarları “kullanıcılara söylentileri haber olarak sunan amatörler” olarak görülür.
Tepki ve nefret söylemleri daha özgür olarak dile getirilmektedir.	Belirli ölçütlere uyularak tepkilerin ve nefretin dile getirildiği bir çerçeve vardır.

Stokes’e (2009: 122) göre sosyal medyayla, geleneksel medya arasında farklar bulunmasından dolayı karşılaştırmalar yapılarak tanımlamada yardımcı olmaktadır. Bu “sosyal medya” ve “geleneksel medya” arasındaki ayrımı ortaya çıkarmak ve kavrama açısından çok önemlidir. Sosyal medyayla geleneksel medya arasında (akt: Kırcova ve Enginkaya, 2015: 20) bir diğer ayrım tablosuna bakacak olursak;

Tablo 2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkları

SOSYAL MEDYA	GELENEKSEL MEDYA
Anında güncellenebilme niteliği vardır.	Sabit ve değiştirilemez.
Sınırı olmayan ve gerçek zamanlı yoruma dayanır.	Sınırlı aynı zamanda gerçek zamanlı olmayan yoruma dayanır.
Anlık, sürekli popülerite ölçümü sunar.	Sınırlı ve gecikmeli bir popülerite ölçümü sunar.
Arşivlere erişim kolaydır.	Arşivlere erişim sınırlı ve yetersizdir.

Tüm medya karma haline gelebilir.	Sınırlı bir medya karması vardır.
Bireysel yayımcılar mevcuttur.	Topluluk tarafından yayımlanır.
Sınırı yoktur.	Sınırlıdır, sonu vardır.
Paylaşım ve katılım desteklenir.	Paylaşım desteklenmez.
Özgür bir ortamı vardır.	Denetim bulunmaktadır.
Katılımcı bir iletişim vardır.	Tek yönlü iletişim hakimdir.
Konuşan bir ortamı vardır.	Konuşturulan yönü hakimdir.

Tablo 2.2.'ye bakıldığı zaman sosyal medya ortamlarının sahip olduğu özellikler, geleneksel medyaya göre daha avantajlıdır. İletişimin anıdalık, karşılıklı, sınırsız ve daha etkileşimli bir iletişim ortamı sunmasını sağlamıştır. Aynı zamanda sosyal medya platformlarında kullanıcılar kendi içeriklerini, kendileri üretmesi ve bunu diğer kullanıcılarla paylaşması daha özgür bir iletişim ortamı oluşmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal medyanın sunduğu bireyselleşmiş, paylaşımlı ve çok çeşitli iletişim ortamı, az kişi, tarafından izlenmesi veya okunması durumunda bile kullanıcıların yayınlarını yapabilmelerine olanak tanır. Sosyal medya ortamları, geleneksel medyaya göre daha özgürlüktür. Çünkü kullanıcılar sosyal medya ortamlarında herhangi bir yapının etkisi altında kalmadan bireysel düşüncelerini ifade edebilme özgürlüğüne sahiptir. Ama geleneksel medya ortamlarında bağlı bulunan yayın tekeli denetimi çerçevesinde bireysel görüşlerini ifade edebilme olanağına sahiptirler. Sosyal medya da anında güncellenebilme özelliğinden dolayı kullanıcılar sosyal medya platformlarında paylaştığı içerikler hakkında geleneksel medyaya kıyasla eşzamanlı tepkiler verebilmektedir. Bu da bireyi pasif bir konumdan çıkartarak aktif bir konuma getirmiştir.

2.7. Sosyal Medya Uygulamaları/Araçları

Sosyal medya kavramı, bazı temel özellikleri bünyesinde barındıran genel bir yapıyı ifade etmesinin yanısıra sosyal medyanın araçları, farklı kullanım özellikleri ve türlerine göre oldukça çeşitlilik gösteren bir kavramı temsil etmektedir. Sosyal medya araçları; kullanıcıların amaç ve isteklerine göre birbirinden farklılık gösteren sosyal medyanın yapı taşları olarak tanımlanabilirler. Bireyler herhangi bir sosyal medya ortamına erişebilmek için kendi ihtiyaçları doğrultusunda bir sosyal medya aracı kullanırlar (Başer, 2014: 13).

Sosyal medya araçları, geçmişten günümüze her geçen gün değişimler geçirerek içerisine yenileri de katarak büyüyen bir yapıya sahiptir. Kullanıcıların sosyal platformlar üzerinde profiller oluşturarak kendilerine bir yer edindikleri geniş ağırları kapsamaktadır. Şu an günümüzde kullandığımız sosyal medya araçları şüphesiz ki gelecekte de kendilerini

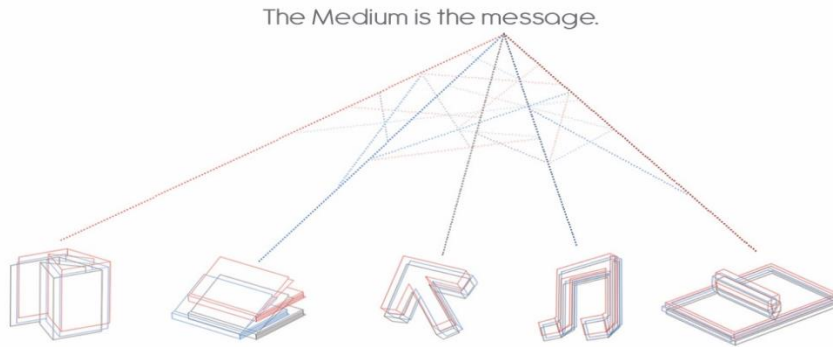
yenileyerek ya da değişerek ilerlemesi devam edecektir. Bu araştırma kapsamında yukarıdaki çeşitli kaynaklarda farklı şekildeki sınıflamalar üzerinden incelenen sosyal medya araçları 9 farklı grupta incelenmiştir.

2.7.1. Sosyal Ağ Siteleri

Sözlük anlamıyla “sosyal” veya “toplumsal ağ”, “bir ya da birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir bağ oluşturan bireyler (daha ender durumlarda ortaklıklar ve roller)” olarak tanımlanmaktadır. “Söz konusu ilişki bağlarının içinde akrabalık, iletişim, arkadaşlık, otorite sayılabilir.” Sosyal ağlarda aslında işin özü sanal bir topluluk oluşturarak beraber hareket etme, yeni çözümler üretme, fikirleri paylaşarak benzeri çalışmalar yapmaktır (Tosun, 2013: 21-22).

Sosyal ağ kavramı çok sayıda bilim insanının çalışmasında eskiden beri inceleme ve araştırma konusu olagelmıştır. Fakat iletişim bilim dalı penceresinden bakıldığında sosyal ağ konusu, McLuhan ve Innis’in öncülük ettiği teknolojik belirleyicilik görüşü ile açıklanabilmektedir. 19. Yüzyılda yeni çıkan modern iletişim teknolojilerinin bu konuda belirleyiciliği fikrinin öne çıktığı görülmüştür (Durmuş vd. 2010: 17). McLuhan global köy kavramına uygun olarak, “Araç Mesajdır” (The Medium is the message) adlı eserinde, teknolojinin nasıl ilerlediği, şekillendiği ve geliştiği hususlarındaki açıklamalarının yanında aracın muhtevisiyatının da kendisi olduğunu savunmuştur (Özpınar, 2016: 39).

Araç Mesajdır



Şekil 2.1 Sosyal Ağ Kavramı

Kaynak: <https://blog.adresgezgini.com/sosyal-medya-baglaminda-iletisim-kuramcileri-marshall-mcluhan>

(erişim tarihi: 14.10.2017)

Bu yaklaşıma göre araç bir insan uzantısı olması hasebiyle, insanların sahip olduğu duyu organları ve düşünce alışkanlıklarının üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olmaktadır. Televizyon örneği üzerinden açıklanmaya çalışılan kavramda, televizyonun insanın tüm

duyularını kullanarak tanımaya çalıştığı dünyada ulusçuluktan globalleşmeye doğru artan bir eğilim mevcuttur (Durmuş vd., 2010: 17). Bunlara bağlı olarak internet ağı ve sosyal medya, sayısız bilgisayar ve cihazın birbirine uzaktan bağlantı yapması ile meydana gelen ağ içerisinde internetin “etkileşimci” iletişimi kurmalarına imkân tanımaktadır. Bahse konu karşılıklı bilgi alışverişi, bireylerin iletişimde bulunabilecekleri yeni bir mekan ve bir yeri göstermektedir (Durmuş vd., 2010: 11). Bu yeni mekân olarak tanımlanan şey aslında sosyal ağ siteleridir.

Sosyal ağ siteleri ile sosyal medya kavramları çoğunlukla birbirlerine karıştırılmaktadır. Oysa sosyal medyanın bir kategorisidir. Sosyal ağ sitelerinde kullanıcılar profillerini yaratarak, kendileri ve ilişkide bulundukları bireyler hakkında bilgi paylaşarak link vermektedirler.

Sosyal ağ siteleri kullanıcıların belirli bir sistem içerisinde toplumda yarı açık şekilde profil oluşturarak, ilişkide bulunduğu başka kullanıcıların listesini açık bir şekilde vermesine, başka kullanıcıların bu sistemdeki paylaştıkları yorum, video, fotoğraf ve çeşitli faaliyetleri uygulayarak paylaşmasına ve kullanıcıların karşılıklı olarak arkadaşlarının duvarlarında yorumda bulunmalarına olanak sağlayan internet tabanlı hizmetlerin bütünüdür. Kullanıcılar kendilerine dair kişisel haberleri duyurabileceği, arkadaş edinebileceği ya da arkadaşlarıyla karşılıklı olarak iletişim kurup etkileşimde bulunabileceği, fotoğraflarını, videolarını, müzik paylaşımları ve çeşitli etkinlikler yapabilecekleri internet sitelerine genellikle “sosyal ağ” ve “sosyal paylaşım sitesi” denilmektedir (Eldeniz, 2010: 26).

Ong ve Day’e (2010: 196) göre “sosyal ağ siteleri” bireylerin birbirleriyle iletişim sağlayarak bilgi paylaşımı yapmaları için yeni ve etkin web hizmetleri olarak tanımlanır. Fotoğraf, müzik, video, blog vb gibi öğeleri de yapısına ilave ederek kullanıcılara ait paylaşımları güncellenmesi noktasında onlara motivasyon sağlamaktadır. Bir sosyal ağ sitesi, arkadaşlık ve akrabalık, çeşitli aktivitelere katılım, ortak ilgi alanları vb. gibi belli bir anlam ve değerdeki ilişkiler bağlamında gelişen ve geliştirilen ağ tabanlı servisleri ifade eder. Bu siteler için ilişki inşası ve bilgi paylaşımı vb. türlü gayelerle kişilerin sosyal bir ağ meydana getirmelerine olanak vermektedir.

Genel olarak sosyal ağ siteleri için kullanıcılar ilk olarak profillerini oluşturmalıdır. Oluşturdukları profillerde ad, soyadı, doğum günü, iletişim bilgileri, hobileri ve ilgi alanları, lakap, dini ve siyasi tercihlerinin yanısıra iş ve eğitim bilgileri gibi birçok farklı kişisel bilgilerini paylaşması beklenir. Bu aşamadan sonra profillerini oluşturan bireyler benzer hobi ve ilgi alanları, aynı mesleği icra etmeleri ve aynı şehirlerde bulunuyor olmaları gibi çeşitli benzerlikler yoluyla birbirleri ile iletişime geçmektedirler. Bu süreci başlatabilmek

maksadıyla sosyal ağlarda “Arkadaş Listesine Ekle” yada bir takım kriterler (ad soyadı, e-posta, GSM numarası vb.) vasıtasıyla arama özelliğinin bulunmasından dolayı kullanıcılar bahse konu kriterler yardımıyla başka kullanıcılarla iletişim sağlayabilmektedir (Weinberg, 2009: 150). Bütün bunlar sayesinde kişilerin sosyal ağ sitelerinde birbirleriyle iletişim kurması kolay hale gelmiştir. İnternet vasıtasıyla sosyalleşme bilhassa genç kuşak yetişkinler arasında kayda değer bir yer tutmakta, milyonlarca genç birey sosyal paylaşım ve ağ platformlarını kullanmaktadırlar. Günümüzde gençlerin zamanlarını genellikle bu sosyal ağlarda harcadığı görülmektedir. Bu platformlar, bireylerin birbirlerinin yaşamları ile alakalı bilgi edinme, yeni ve eski dost ve tanıdıklarını bulma, görüş teklif ve deneyimlerini paylaşma ve sohbet etme gibi hususlarda önemli role sahiptir (Hacıfendioğlu, 2010: 57).

Sosyal ağ sitelerini diğer web sitelerinden ayıran genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Sosyal ağ sitelerinin birçoğu kullanıcılarına geçmişteki gibi sohbet ortamı sunmanın yanında günümüzde artık fotoğraf, video, müzik, dosya, anlık mesajlaşma, görüntülü konuşma ve oyunlar vb gibi hizmetler sağlayarak kullanıcıların etkileşimini artırmaktadır.
- Sosyal ağ sitelerinde kullanıcılar kendi profillerini yaratarak, fotoğraf, video, ses, metin yoluyla kendilerini tanıtmalarını sağlamanın yanında arkadaşlarını bulabilir, topluluklar oluşturabilir.
- Sosyal ağ sitelerinin birçoğu kullanıcılardan gelen eleştiri ve fikirlerle kendilerini geliştirerek yeni özellikler eklemektedirler.
- Çoğu sosyal ağ siteleri kullanıcılarına çevrimiçi olarak gruplar oluşturma ve gruplara katılma imkânı tanımaktadır.
- Sosyal ağ siteleri kullanıcılara yabancılarla tanışma olanağı tanınmasının yanısıra günlük yaşamında tanıdığı kişilerle irtibat kurma olanağı tanır. Bu sayede kişiler başka zamanlarda oluşturamayacağı bağlantıları oluşturmaktadır.
- Kullanıcılarının gizlilik ve erişim olanaklarını kendilerinin düzenlemesini sağlar. Paylaştıkları şeyin kimlerin görebileceğine, nasıl, ne kadar ve ne paylaşmak istediklerine kullanıcılar karar verebilmektedir. Bu konuda kullanıcıların kişisel bilgilerini paylaşmasının sınırlandırılabilmesi noktasında önem teşkil etmektedir. Hatta karşı tarafla özel olarak iletişimde bulunmak için sadece sizin görebileceğiniz özel mesaj sistemi sunan sitelerdir.
- Sosyal ağ sitelerinde kullanıcılar paylaşılan içeriklerle ilgili beğenme, yorum yapma, fikirlerini özgürce ifade edebilme, oy kullanma gibi olanaklara sahiptir.
- Sosyal ağ sitelerinde; arama motorlarından telefon numaraları, grupların isimleri, kişilerin adları, sosyal medyada paylaşılan herhangi bir içerik hakkında bilgi edinilebilir.

- Birçok sosyal ağ sitesi kullanıcıların rahatlıkla erişim sağlayabileceği bir tasarım tercih etmektedirler. Bunlar arasında alışveriş yapabilecekleri interaktif uygulamalar, bireylerin ilgi alanlarına bağlı kalınarak tercihler ve paylaşımlar sunulmaktadır.

2.7.2. İçerik Paylaşım Siteleri

Sosyal medyanın en önemli öğelerinden olan içerik paylaşımı çeşitli hizmetler ve uygulamalar aracılığıyla yapılmaktadır. İçerik paylaşım sitelerinin genel olarak; paylaşılan içeriklerin kullanıcılar tarafından erişilebilmesine, web üzerinde görünür hale gelmesine, arkadaşlar veya diğer kullanıcılara gönderilmesine ve başka web siteleri üzerinden paylaşılmasına olanak tanıyan uygulamalardır (Gökgül, 2016: 60).

İçerik paylaşım sitelerinde, paylaşılan medya içeriği birçok multimedya içermektedir. “Bahse konu sitelerin sosyal ağ sitelerinden farkı, kullanıcı üyelerin “kişisel profil” oluşturmaksızın içeriklerden istifade edebilmeleridir. İçerik paylaşım sitelerini video ve fotoğraf paylaşımı, yazılı haber ve içerik paylaşımını sağlayan sitelerdir” (Kaplan ve Haenlein, 2010: 63).

İçerik paylaşım sitelerinde kullanıcıların ilgi alanlarına uygun içeriklere erişebilmek için “tag” adı verilen anahtar sözcüklerden yararlanılmaktadır. Bu sitelere yüklenen içeriklere (fotoğraf, video, ses, metin, sunu, müzik) bu anahtar kelimeler eklenerek diğer kullanıcıların rahat bir şekilde erişmesine imkan tanınmaktadır.

İçerik paylaşım siteleri, video paylaşımı sağlayan Youtube, web üzerinde fotoğraf paylaşımına olanak tanıyan Flickr ve powerpoint sunularının hazırlanmasına yardımcı olan “Slideshare” vb. gibi türlü medya çeşitlerinden oluşmakta ve çoğu “sosyal medya” kullanıcıları bu ortamlarda aktif olarak bulunmaktadır.

2005 Şubat ayında yayına giren site, dünyada ciddi bir yankı uyandırmıştır. Milyarlarca insana video bulma, izleme ve paylaşma imkanı tanıyan Youtube, bilgi ve ilham verecek insanlar, kendine özgü içerik yaratıcıları ve reklam verenler için dağıtım platformu görevini üstlenen bir tür sitedir. Youtube, kullanıcılarına web siteleri, mobil cihazlar, bloglar ve e-posta aracılığıyla internet üzerinden video klipleri yükleyerek paylaşmak için izin veren bir online paylaşım sitesi olarak amatör veya profesyonel medya, televizyon programı, film fragmanları, haber, spor olaylarının yanı sıra amatör filmler gibi birçok içeriği barındırmaktadır. Kullanıcılar, videolara yorum yapabilmekte, topluluklara katılabilmekte ve e-posta ile web sitesindeki bir içeriğin kodunu diğer kişilere gönderebilmektedir (Safko ve Brake 2009: 531).

Youtube aracılığıyla bireyler her gün, şirketler, örgütler ve devlet kurumları kendi yaratmış oldukları içerikleri paylaşarak tanıtımlarını yapmakta vermek istedikleri bilgiyi kullanıcılara ulaştırmaktadırlar. Youtube günümüzde en etkin toplu iletişim vasıtalarından biri olmasına ilave olarak kitle iletişiminde şekil veren nitelikleri ile ön plana çıkmaktadır. Youtube vasıtasıyla sosyal medya kayda değer bir atılım yapmış ve geleneksel medyaya göre çok daha farklı olan üretim biçimiyle toplulukları etki altına aldığı görülmüştür. 61 farklı dilde yayını olan Youtube sitesi aynı anda, bir tanınma vasıtası olarak da çalışmaktadır (Bostancı, 2015: 68). YouTube dışındaki diğer popüler video paylaşım platformları arasında Dailymotion, Google Video, Vimeo, Metacafe, Vine ve Scorp sayılabilir.

2005 yılında Yahoo tarafından 35 milyon dolar bedel ile Ludicorp'tan satın alınmış olan Flickr sitesi ise, para ödemeyen kullanıcılarına kısıtlı, ödeyen kullanıcılarına ise kısıtsız fotoğraf paylaşım alanını vermektedir. Bu özelliğiyle, sosyal medya ruhuna aykırı davranıyor gibi olsa da, halihazırda en çok tanınan görsel sosyal medya paylaşım sitelerinden biridir. Bu seviyede tanınmış olmasının nedeni ise Flickr'in bu ortamda ilk yer alan olması ve bloggerların sözü edilen siteyi senelerdir fotoğraf deposu gibi kullanmasıdır (Sevinç, 2012: 121).

Sunum paylaşım siteleri, kullanıcıların çeşitli amaçlar için hazırladıkları (eğitim, iş, eğlence vs.) "Power Point" sunumları ya da yazılı dokümanları web ortamına yükleyerek diğer kullanıcılarla paylaştıkları sitelerdir. Bu alanda "Slideshare" ve "Scribd" siteleri öne çıkmaktadır (Köksal, 2012: 37).

İçerik/medya paylaşım sitelerinin günümüzde bu kadar popüler hale gelmesinin nedeni yüksek hızlı internet bağlantılarının yanında kullanımı kolay dijital fotoğraf makinelerinin ve video kameraların yaygınlaşmasıdır. Başka bir nedeni ise bu sitelerde kullanıcıların içerik paylaşımı için herhangi bir teknik bilgiye ihtiyaç duymamasıdır. Kullanıcılar çektikleri video ve fotoğrafları rahatlıkla yükleyerek, milyonlarca kişiye ulaştırabilmekte ve değiş tokuş etmektedirler. Bu yolla firmalar ve çeşitli kurum çalışanları, tanıtmak istediği ürünleri ya da işletmeleri fotoğraflayarak veya videolarını çekerek sitelere yükleyip milyonlarca tüketiciye bu içerikleri maliyet ödemediği ulaştırabilmektedirler.

Medya paylaşım siteleri olarak da adlandırılan bu siteler Rigby'ye göre (2008: 99) teknik bilgiye sahip olmayan kullanıcıların web üzerinde basit ve ücretsiz araçlar sayesinde içerik yayınlaması olanağı tanımaktadır ve aşağıda içerik paylaşım platformlarını tanımlayan bazı özellikler gösterilmektedir:

- **Kolay Yayınlama Araçları:** Bu sitelerin ortaya çıkmasından önce medya içeriklerini web üzerinde yayınlamak ve siteyi biçimlendirmek teknik uzmanlık

gerektirmekteydi. Fakat içerik paylaşım siteleri tüm bu güçlüğü ortadan kaldırarak kullanıcıların kolay paylaşım yapmalarını sağlamıştır.

- **Sosyal Özellikleri:** Bu siteler beğeni, yorum alanları ve arkadaşlara fotoğraf ya da video gönderme araçları gibi çeşitli paylaşma ve tartışma yöntemleri sunmaktadır.
- **Kişisel Sitelerde Yayınlama:** İçerik paylaşım siteleri içerikleri basit bir yöntemle doğrudan sosyal ağlara, bloglara ve web sitelerine de aktarma şansı tanımaktadır.
- **Düşük Maliyet:** İçerik paylaşım siteleri verdikleri hizmetler karşılığında ücret almamaktadır veya ücretsiz seçeneği de olan dereceli bir fiyatlama planı sunmaktadır.

2.7.3. Sosyal İmlleme/Etiketleme Siteleri (Bookmarking)

Sosyal imleme/etiketleme (Social Bookmarking), kullanıcıların beğendiği web sitelerini anahtar sözcüklerle ilişkilendirmelerini ve kategorilendirmelerini kolaylaştıran bir web uygulamasıdır (Karaman vd., 2008: 37).

Sosyal imleme siteleri internete kullanıcıların sevdiği veya beğendiği siteleri, sayfaları diğer insanlarla paylaşım yapmasına imkân tanımaktadır. İnternet kullanıcıları sözü edilen paylaşılmış içeriklere oy vererek, beğenerek ve yorum yaparak takip etmektedir. Bunun sayesinde internette mevcut olan on milyonlarca içerik arasında en çok ilgi çeken unsurlar olarak; resimler, yazılar ve videoların ön plana çıktığı görülmektedir. Bunların arasında en çok bilinenleri, Digg, Delicious, Reddit, ve StumbleUpon platformlarıdır. Bunlar vasıtasıyla üyeler zaman kazanmakta ve etkili bir şekilde etiketledikleri sayfaları takip etmektedirler (Eraslan ve Eser, 2015: 14).

Sosyal imleme sitelerinde, etiketleme ile birey konuyu sınıflandırarak ve internet ortamında diğer kullanıcıların düşünebileceği kelimeleri kullanarak aranan sonuçlarda hemen bulunur hale getirebilir. Etiketlemede en önemli özellik anahtar kelimenin yaratıcı ve herkesin ortak düşünebileceği şekilde tasarlanmasıdır. Konuyla uzak olan bir anahtar kelime arama sürecinde yer almaz dolayısıyla konu ile ilişkin detaycı bir düşünceyle anahtar kelime seçimi gerçekleşmelidir (Akar, 2010: 78).

İnternete gezinirken her bir tıklamayla kolayca gidebilirken, ilgi çeken sayfalara nasıl ulaşacağını unutanlara birebir olan sosyal işaretleme siteleri, elimizde olan bir kitapta bulmak istediğimiz yerlerin altını çizerek işaretlemek veya renkli kâğıt yapıştırmak gibidir. Sosyal imlemenin en önemli özelliği bulunabilirliği artırma ve sanal toplumlar arasında içerik paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Kişilerin etiketleme davranışını takip edebilmek, kullanıcılarda yaratılan algıyı ölçmek için doğru bir araçtır. Şirketin web sitesinin ya da marka işaretlenirken ne sıklıkta ve nasıl etiketlendiği bulunabilirlik ve bilinirliğe katkıda bulunurken,

aynı zamanda içerik tarafından verilen mesajın nasıl algılandığına ışık tutar (Özkaşıkçı, 2012: 120-121).

Millen vd. göre (2005: 30) sosyal imleme sitelerinin paylaştığı bazı ortak özellikler bulunmaktadır;

- Sosyal imleme siteleri kullanıcılara kolayca kişisel yer imi koleksiyonları oluşturarak bunları diğer kullanıcılarla paylaşma imkanı verir. Bu koleksiyonlar merkezi olarak depolanmakta ve internet altyapısı olan herhangi bir cihaz yoluyla erişilebilir durumdadır.
- Bu sistemleri geliştiren etken, kullanıcılar tarafından her yer işareti için girilen anahtar kelime veya etiketlerin kullanımıdır. Bu etiketler kullanıcıların yer imlerini düzenlemesi ve görüntülemesi için olanak sağlamaktadır. Ayrıca birden fazla etiket yer imlerinin farklı kategorilerde yer almasına izin verebilmektedir.
- Yer imi koleksiyonları bireysel olarak hazırlanır, sürdürülür ve diğer kullanıcılar tarafından da görüntülenebilir. Bu da sosyal imleme sitelerinin sosyal doğası ve şeffaflığından kaynaklanır.
- Bir dizi kullanıcı arabirimi unsurları yer imi alanında sosyal tarama yapmayı sağlar. Örneğin sosyal imleme sitelerinde kullanıcı isimleri tıklanabilir linklerden oluşur. Herhangi bir kullanıcının ismine tıklayarak o kullanıcının yer imi koleksiyonlarına erişmek ve ilgi duyduğu konulara erişebilmek mümkündür.

Bu bağlamda sosyal imleme siteleri kullanıcılara hızlı bir erişim imkanı sunmasının yanısıra basit bir şekilde kategorize etme ve bunu diğer kullanıcılarla paylaşma fırsatı oluşturmaktadır. Bireylerin beğenilerine yönelik siteleri tek bir platform üzerinde tutarak bunu diğer kullanıcılarla paylaşması beraberinde sosyalliği getirmektedir. Sonuç olarak sosyal imleme siteleri hem bireysel hem de toplumsal düzeyde kullanıcılara özgürlük ve çok seslilik ortamı sağlamaktadır.

2.7.4. Bloglar (Ağ Günceleri)

Bloglar en genel anlamıyla kullanıcıların teknik bilgiye ihtiyaç duymadan kolayca oluşturdukları internet günlükleridir. Kullanıcıların ilgi alanlarına göre kişisel deneyim ve düşünceleriyle blog oluşturabileceği gibi her konuda blog yazılabilmektedir. Günümüzde kişisel bloğa sahip olmak bir statü göstergesi olarak sayılmaktadır.

Blog kelimesinin ilk olarak, “Web” ve “Log” kelimelerinin birleşmesi sonucu, “Weblog” olarak isimlendirilmiştir. Bu isimlendirilme tekniğin biraz daha yaygınlaşmasıyla, “blog” olarak kısaltılmıştır. Bu terimin karşılığı Türkçeye “ağ günlüğü veya web günlüğü” olarak çevrilmiştir. Ancak, bu çeviri yerine Türkçede “blog” olarak kullanılmaya devam

edilmektedir. “Weblog” terimi ilk kez 1997 yılında internet yazarı Jorn Barger tarafından kullanılmıştır, “blog” kısaltması ise birkaç yüz bloğun olduğu 1999 yılında ortaya çıkmıştır (Özata ve Özataşkın, 2005: 36).

Blog yazmak için ücretli veya ücretsiz blog hizmetlerinden birini kullanarak ve birkaç dakika içinde blog yazmaya başlamak mümkündür. "Blogger" blog yazarı, "Blogging" ise blog yazmak anlamına gelmektedir. Blogosfer (blogosphere) ise sanal ortamdaki blogların tümünü ifade etmektedir (Gümüş ve Özel, 2013:5). Bloglara yapılan her yeni yazı girişine “post-gönderi” adı verilir. Genellikle en son yapılan gönderinin blog ana sayfasında en üstte sergilendiği ve her gönderinin son bölümünde tarih, saat ve yayın sahibi kullanıcı adının gösterilmesi biçiminde meydana gelmektedir. Aynı zamanda bu gönderilerin içeriği fotoğraf, haber, yorum, video, ses kayıtlarını içeren pek çok bağlantıdan oluşmaktadır.

Bloglar kendi arasında 4’e ayrılmaktadır. Bu bloglar; tematik, bireysel, topluluk ve kurumsal bloglar şeklinde ayrılmaktadır. Kişisel bloglar, kullanıcının herhangi teknik bilgi beceriye gerek hissetmeden kendi fikirlerini açıkça ifade ettiği, kişinin kendine ait olan sanal ortamı ifade eder. Tematik bloglar ise yalnızca belli alan ve temalarda yazıların yayınlandığı ve bu çoğunlukla alanında uzman sayılan kişilerin yazdığı bloglardır. En çok kullanılan ve popüler olan tematik bloglar gezi ve yemek bloglarıdır. Topluluk blogları çoğunlukla bir topluluğun kendi içerisinde iletişim sağladığı ve haberleştiği blog türüdür ve topluluk haricinde girişe engel koymaktadır. Kurumların kendi hakkında bilgi vermek maksadıyla kurumsal blogları kullanır. Müşterilerine samimi ve sıcak bir ortamda duyuru ve haberlerini iletme ve ilanlarını sunmak maksadıyla kurumların kullandıkları bir blog türüdür. Kullanıcılar bloglarını kendi sunucuları üzerinde işletebildikleri gibi, bahse konu servisi temin eden ücretli ve ücretsiz host servis sağlayıcılarının olanaklarından da yararlanabilirler. Anılan servis sağlayıcılarının çok kullanılanları Blogger ve Wordpress olduğu görülmektedir (Bostancı, 2010: 48-51).

Farklı sektörde ve farklı amaçlarda kullanılan blogların Mavnaçioğlu’na (2015: 28-29) göre kullanım sahalarının, sayılarının ve etkilerinin süratle artmasını sağlayan nitelikleri aşağıdadır:

- Diğer internet sitelerine nazaran blogların çok daha kısa zamanda oluşturulabilmesi,
- Blogların farklı sektörler ve farklı hedefler gözetilerek düzenlenebilmesi,
- Kullanıcılar tarafından güncellenmeye imkan tanınması,
- Çoğunlukla maliyetsiz veya çok daha az maliyetle hazırlanabilmesi,

- İnternet sitesinde olduğu gibi oluşturulması için geniş kapsamlı bir teknik beceri ve bilgi gereksinimi olmaması, internet kullanan her bireyin kolaylıkla biçim verebileceği bir ortama sahip olması,

- Etkileşim seviyesinin çok yüksek olması,
- Elektronik posta hesabı oluşturma basitliğinde blog hesabı oluşturma kolaylığında olması,

- Bireylerin hatıralarını, tecrübelerini, yaşadıkları olayları, gezdikleri mekanları, gittikleri restoranları, günlük yaşama ilişkin önerileri, fikirleri ve bulguları, memnuniyet duydukları hususları, memnuniyet duymadıkları hususları (şikayetlerini) kolaylıkla bloga aktarmaları ve diğer kişilerle paylaşabilmeleri,

- Tecrübeye dayalı pazarlama ve ağızdan ağıza pazarlamanın önemli hale gelmesi,
- Markaların ve işletmelerin blogların fayda ve öneminin fark etmesi ve hedef alınan kitle ile iletişimde kullanılmaya başlanan yerlerden biri haline gelmesi,

- İnternet kullanıcıları arasında ilgi konularına bağlı olarak kategorilerin meydana getirilmesi,

- Bloglarda öneri, bilgi, şikayet ve tecrübelerin aynı ortamda paylaşılabilmesi,

- Kurum içi personelin yeni bir alan olarak istifade edilmesi.

Akar'a (2010: 35) göre blogları diğer medya araçlarından ayıran altı önemli özelliği bulunmaktadır:

1) **Yayımlanabilirlik (Publishable):** internet kullanıcısı herkes bir blog oluşturarak yayım yapabilir. Bu yayımlar ücretsiz veya çok düşük bir maliyetle ve sıklıkla gönderide bulunarak yapılabilir. Yapılan her gönderi, anında dünya çapında kullanılabilir olabilir.

2) **Bulunabilirlik (Findable):** Kullanıcılar arama motorlarında ya konu başlığını yazarak ya yazar ismini yazarak veya her ikisini de yazıp arama yaparak aradığı blogları bulabilir. Burada yapılan gönderilerin fazla olması bloğun bulunmasını kolaylaştırmaktadır.

3) **Sosyallik/Topluluk Olma (Social):** Tüm blogların toplandığı yere blogosfer denir. Blogosfer büyük bir diyalog alanıdır. Burada her şey siteden siteye taşınarak birbirlerine aktarılır. Bu da bloglar da sınırlandırılmamış ilişkiler oluşturur.

4) **Sözel Olma (Viral):** Bilgiler bloglar sayesinde, haber servisleri tarafından yayıldığından hızlı yayılmaktadır.

5) **Toplayarak Birleştirme/Bir Araya Getirme (Syndicable):** Bloglar, RSS beslemesi ikonuna tıklayarak, teklif vermeden, adrese teslim RSS uygulamalarını almayı

kolay hale getirmektedir. RSS bir bloğa üye olduğunuz zaman bu bloğun güncellendiğini arama zamanında sizi kaydederek, bilmenizi sağlar.

6) Birbirine Bağlanabilme (Linkable): Her blog diğer başka bloglara link yapabilme yoluyla bağlanabildiği için, her blog yazarı milyonlarca insana büyük bir blog alanı üzerinden ulaşabilir.

Kullanıcıların her birine istediği şekilde ve zamanda bilgilenme olanağı sunan bloglar iletişimi küreselleştirerek, toplumsallaştırır. Bireyselleştirilmesinin asıl nedeni herkesin çok rahat bir şekilde fikir ve düşüncelerini ifade edebilmesidir. Toplumsallaştırmasının nedeni de blog hareketleriyle toplumdaki iletişim şekilleri değişmekte ve fikirleri ifade etme özgürlüğü düşünce ve davranış şekillerini etkilemektedir (Aslan, 2011: 18).

2.7.5. Mikrobloggerlar

Mikrobloggerlar, blog (ağ güncelerinin) gelişmesiyle birlikte ortaya çıkmışlardır. Bloglarda uzun ve detaylı yazılar yazdıktan sonra, mikroblogger uygulamasıyla artık insanlar daha kolay, öz, portatif versiyonlarına dönüşen yazı biçimiyle gönderiler oluşturmaya başladılar. Bu da mikroblogger uygulamasının kısa sürede, geleneksel blogging'in daha kolay, hızlı ve daha çabuk erişilebilir bir versiyonu haline gelmesini sağlamıştır. Bu avantajları nedeniyle Mikroblogger insanların günlük aktiviteleri ve bilgi arayış ya da paylaşımı için kullanmaya başladıkları, giderek daha çok rağbet gören bir sosyal etkileşim ve iletişim biçimi haline gelmiştir (Safko ve Brake, 2009: 264).

Çoşkunurt'a (2013: 15) göre mikrobloggerlar, belirli sayıda karakter kullanımı sınırlamasıyla kullanıcıların bilgi, link ve çeşitli medya ürünlerini paylaşımlarına izin veren web siteleridir. Bu sitelerde iletiler tek taraflı olarak gönderilmektedir. Başka bir deyişle genel erişime açık (public) platformlarda yayınlanan iletiler internet ağı üzerindeki arama motorlarında görüntülenmekte; başka bir kullanıcılar bu iletilere kendi web sayfaları üzerinden cevap verebilmektedir. Ancak diğer sosyal medya platformlarının aksine orijinal iletinin yayınlandığı sayfaya müdahale edememektedirler.

Mikrobloggerları, bloglarla karşılaştıracak olursak, kısa ve anlık içerikler paylaşmaya olanak veren uygulamalardır. İnsanların günlük hayatlarında ne yaptıklarını ve yapacaklarını başkalarıyla paylaşmayı sağlayan mikrobloggerlar, özellikle alanlarında yetkin kişiler tarafından haber ve bilgi paylaşımı amacıyla kullanılmaktadır. Zaman ve mekan algısını ortadan kaldıran mikroblogger dünyanın herhangi bir yerinde olan olayı hızlı bir şekilde duyuran bloglardır.

Kullanıcılarına, resim, metin, video veya diğer medyadan oluşan küçük çaplı dijital içerik gönderme imkanı sunan mikroblogger; tanıdıklarla iletişimi koparmamak, iş ortakları ile

toplantıları koordine etmek, konser, imza günü, konferans veya turne günlerini duyurmak gibi çok farklı alanlarla ilgili kullanılmaktadır (Akar, 2010: 55).

Diğer araçlara göre çok daha popüler ve kullanıcı sayısı bakımından lider olduğu için mikroblog denildiği zaman ilk akla gelen sosyal medya aracı Twitter'dır. 2006 yılında San Francisco merkezli kurulan Twitter Obvious şirketindeki bir AR-GE projesi neticesinde ortaya çıkmıştır. İlk çıktığında sadece şirket içi anlık mesajlaşma aracı olarak kullanılan Twitter, 2006 yılının Ekim ayında diğer başka kullanıcıları da kullanımına açılmıştır. En fazla 140 karakterden oluşan anlık mesaj paylaşılabilen ve bu mesajların "Tweet" olarak isimlendirildiği bir mikroblog hizmetidir (Safko ve Brake, 2009: 264).

Başka yaygın olarak kullanılan mikroblog servislerine "Tumblr, whatyoudoin.com, Plurk, Emote.in, PingGadget, Beeing, Jaiku ve identi.ca sayılabilir. Facebook, MySpace, LinkedIN, Yahoo Pulse, Google Buzz, XING" gibi başka sosyal medya sitelerinin de mikroblog özellikleri bulunmaktadır.

Holotescu ve Grosseck'a (2010: 2) göre mikroblogların temel özellikleri şöyle sıralanabilir;

- Sanal ortamda hızlı bir şekilde fikirlerini açıklama ve tartışabileceği ortamlar oluşturmayı mümkün kılar.
- Hiç beklenmedik durumlarda ve çeşitli konularda fikir birliği sağlayan sanal topluluklar oluşmasını olanaklı kılar.
- Süreç odaklı öğrenmeyi temel alan işbirlikçi çevre yaratır.
- Farklı disiplinlerden gelen bireylerin gruplaşmasını kolaylaştırır.
- Proje yönetiminde işbirliği yapmak ya da öğrencilerin düşüncelerini değerlendirmek gibi durumlarda yararlı bir araçtır.
- Konferans ve benzeri gibi etkinlikleri destekleyici bir rol oynar.
- Kişinin kendi kişisel öğrenme ağını kurmalarına yardımcı olur.
- Günlük dilin kullanımını öğrenmeye, anlamaya yarar. (Özellikle yabancı dil öğrenimi sırasında önemlidir.) Eğitim-öğretim sürecinde veya kütüphanelerde referans hizmeti olarak etkili kullanılabilir.

Basit, hızlı ve pratik bir iletişim biçimi sunan mikrobloglar, mobil iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte daha da güç kazanmaktadır. Hemen hemen herkesin zamansızlıktan yakındığı günümüz dünyasında kullandığımız sosyal medya araçlarının kullanıcılar açısından pratik olması önemli bir unsurdur.

2.7.6. Wikiler

Sosyal medya araçlarından biri olan wikiler, hawaii dilinde hızlı ve kolay anlamına gelmektedir. Başka kaynaklarda ise wiki “ingilizce ‘What I know is’ sözcüklerinin kısaltılmasıdır ve Türkçe’ye ‘bildiğim kadarıyla’ şeklinde tercüme edilebilir” (Askeroğlu, 2010: 47) İlk basit “Wiki” sitesi olan WikiWikiWeb, ABD Bilgisayar Programcısı Ward Cunningham tarafından 1994 yılında geliştirilmiş ve 1995 yılında internette kullanılabilir hale gelmiştir (Akar, 2010: 66).

Wiki sitelerinin yaratıcısı Ward Cunnigham, bu yaratışını aşağıda belirtilen üç maddeyle açıklamaktadır (Leuf ve Cunningham, 2001) ;

- Wiki, öyle bir Web tarayıcısı olmalıdır ki, kullanıcılar yeni sayfalar oluşturmanın yanında var olan sayfalara düzeltme yapabilmeli,
- Bir Wiki’nin amacı, oluşturulan içeriklerde link sayfaları yaratarak bulunulan sayfadan başka bir sayfaya geçmeye olanak tanımalı ve bu bağlantılı sayfaların birbirlerine anlam olarak ilişkili olması gerekmektedir,
- Wiki, içerikler oluşturulduktan sonra kullanıcın sadece ziyaret edip göz gezdirip kapatacağı içeriğe sahip olmamalı, site sürekli olarak güncel tutulmalı ve katılımcıların aktif bulunması teşvik edilmelidir.

Wiki sayfaları herkesin içerik oluşmasında katkıda bulunduğu sanal ansiklopedidir. Bütün kullanıcıların bu sayfalara girerek herhangi bir konu hakkında yayınlanmış olan bir bilgiyi değiştirip dönüştürebilecekleri özgür bir mecradır. Yani wiki uygulamaları açık kaynak mecralarıdır. Açık kaynak ortamı, açık geliştirici gruplar tarafından geliştirilen ve hemen hemen isteyen herkesin kullanabileceği bir bilgi türüdür (Bostancı, 2010: 64).

Yazılı ve görsel belgelerin paylaşım ve üretimine dayalı model olan Wikiler, günümüzde pek çok topluluk tarafından, bazı amaçlar ve tasarılar üzerinde iş birliği yapma, eylemde bulunmak yada bilgi akışının hızını artırmayı sağlamak için kullanılmaktadır. Bu özellikleri sebebiyle Wikiler, hızlı bir şekilde haberleşmeyi sağladıkları gibi, merkezi olmayan ve denetim dışı kalabilen yeni bir bilgi havuzunun yaratımına da kaynaklık etmektedir. Diğer yandan kavram“underground” (yeraltı) çağrışımı yaptığından ötürü kurulu düzen karşısında söyleyecek çeşitli ve daha özgün sözü olan kişilerin alternatif bir yayın organı konumundadır (Köse, 2008: 91).

Wikiler, blog ve forumlara yapısal olarak benzerlik gösterse de bazı özellikleri bakımından hem bloglardan hem de forumlardan farklıdırlar. Örneğin, bloglar genel olarak tek bir yazar düşünülerek yaratılırken, wikiler birden fazla yazar ve grup birliğine göre tasarlanmaktadır. Aynı zamanda blogda okuyucular yazarın yazılarına yorum yazabilirken,

yazılarda herhangi bir düzenleme yapmaları mümkün değildir. Ancak wiki sayfalarında “düzenle” seçeneğiyle kullanıcılar varolan metin üzerinde değişiklik yapabilmektedirler. Bu da kullanıcıları bir anlamda yazar konumuna sokmaktadır.

2.7.7. Forumlar ve Sözlükler

Forumlar kullanıcıların ortak bir konu hakkında çevrimiçi gruplar oluşturup karşılık etkileşim içerisinde konuyla ilgili görüşlerini paylaştıkları ve cevap verdikleri bir platformdur. Kullanıcılar daha derine bilgi alışverişinde bulunabilmek ve konuşmalara katılmak amacıyla forumlara yönelmektedirler (Sherman ve Smith, 2013: 152).

Kalafatoğlu’na göre forumlar online fikir alışverişinde bulunma alanlarıdır. Paylaşılan başlıklar ve konular belli bir ilgi alanı çerçevesindedir. Konum bakımından forum, sosyal medyadan daha önce güçlü bir şekilde popüler olmuş ve internet üzerinde yerini almıştır. Ancak kullanıcıların çeşitli içerik, dosya, bilgi ve fikir paylaşımlarını sürekli olarak belli konu başlıkları altında gerçekleştirmelerinden dolayı, günümüzde sosyal medya içerisinde bir mecra olarak yerini almıştır (<http://www.slideshare.net/yicit/sosyal-medya-ve-epazarlama-ilelikisi> erişim tarihi: 12.09.2017). “Dünyada bilinen ilk forum sitesi 1979 yılında Kuzey Carolina ve Duke üniversitelerinin işbirliği ile ortaya çıkan ve mail listeleri aracılığıyla mesajlaşmak amacı güden ve halen varlığını sürdüren Usenet’tir” (Zarella, 2009: 147).

“Dünyada bilinen ilk forum sitesi 1979 yılında Kuzey Carolina ve Duke üniversitelerinin işbirliği ile ortaya çıkan ve mail listeleri aracılığıyla mesajlaşmak amacı güden ve halen varlığını sürdüren Usenet’tir” (Zarella, 2009: 147).

Forum belli bir konu çerçevesinde tartışmalar içerebileceği gibi birden fazla konudan da bahsedilebilir. Bloglar ve Wikilerden ayrılan yönü forumlar da kurallar ve sürekli olarak denetlenen üyelik sistemleri mevcuttur. Yöneticileri tarafından sürekli olarak kontrol edildiği gibi tartışmaların belli bir kurallar çerçevesinde oluşması sağlanır. Forumlar da açılan tartışma başlıkları kimi zaman kitlenebilir ya da silinebilir. Başlığın kilitlenmesi tartışmaya yeni yorumun yapılamaması şeklinde gerçekleşir. Konularına göre genellikle din, etnik, politika, kimlik gibi özen gösterilmesi gereken konularda tartışma ortamı yaratılmasına izin verilmez veya çok katı kurallar uygulanır. Forum adminleri sorun çıkartan veya kurallara uymayan kullanıcıların forum üyeliklerini silebilirler (Eldeniz, 2010: 25).

Bickart ve Schindler’e (2001: 37) göre forumlar, oldukça güçlü bir şekilde ağızdan kulağa iletişim ortamı oluşturmaktadır. Ağızdan kulağa iletişimde fazlasıyla önemli bir faktör olan güvenilirlik, forumların imajını iyi oranda güçlendirmektedir. İnternet forumları, katılımcılar arasındaki empati duygusu geliştirmek bakımından da önemli bir konumdur.

Çevrimiçi tartışma ortamlarındaki kullanıcılar, başka kullanıcılara karşı bir performans sergileme amacındadırlar. Performans beğenildiği ilgi gördüğü taktirde kullanıcının saygınlığı artar. Tartışma forumlarındaki gönderi sayısı, bu forumların popülerliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde dünya genelinde forumlarda yaklaşık günlük 3 bin adet kadar yeni konu başlığı açılmakta ve aylık yaklaşık 1.3 milyar aktif kullanıcısı olduğu bilinmektedir. Yine aylık ortalama 60 milyon üyeden elde edilen toplam 150 milyon yorum, diğer kullanıcıların erişimine ve yorumlamasına açık durumdadır (Eşitti ve Işık, 2015: 13).

Forumların yanında sözlükleri de ele alacak olursak Gürel ve Yakın'a göre (2015: 210) sözlük kamuoyunu meşgul eden birtakım olayların, halkın içerisinde gelen ve herhangi bir çıkar amacı ilişkisi içinde olmayan sıradan insanlar tarafından, kitle iletişim araçlarındaki hakim söylemden çeşitli üslupla ele alınmasını sağlayan katılımcı oluşum olarak tanımlanmaktadır.

Katılımcı sözcükler forumlara benzer özellik göstermektedirler. Kullanıcılar konu başlıklarının altına giriş yaparak paylaşımda bulunabilir veya fikirlerini iletebilir. Yapılan paylaşımlar için herhangi şart bulunmamasının yanı sıra kullanıcılar düşüncelerini iletebilmek için özgür olarak bırakılmaktadırlar. Aynı zamanda paylaşımlar kullanıcıların konular hakkındaki bir takım tutumları olduğu için yapılan girişlere cevap vererek ilerleyerek, diyaloglara hatta bazen tartışmalara dönüşmektedir. Katılımcı sözlükler her konuda serbest bir şekilde görüş belirtilebilen genel sözlükler olmanın yanında belli konulara odaklanan ve belli alanlarda Siyasi Sözlük gibi tematik sözlüklerde olabilmektedir. Ayrıca "İTÜ Sözlük" ve "Uludağ Sözlük" gibi okul sözlükleri de bulunmaktadır. Okul sözlükleri; genel sözlüklerden katılımcıların çoğunun sözlüğün adını aldığı okulun mensupları olması açısından farklıdır. Kullanıcı profili dışında genel sözlüklerden farkı yoktur (Dikbıyık, 2016: 36).

Türkiye'de en çok kullanılan katılımcı sözlük Ekşi Sözlük'tür. 1999 yılında Sedat Kapanoğlu ve arkadaşları tarafından "Kutsal Bilgi Kaynağı" sloganıyla katılımcı sözlük olarak yayın hayatına girmiştir. Her konunun özgürce konuşulup, tartışıldığı ve destekleyici içeriklerle paylaşımın oluşturulduğu bir sanal cemaat mecrası olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk kurulduğu sene sözlüğe 38.904 giriş yapılmış ve 2013 yılı itibarıyla dört milyondan fazla bir sayıya ulaşmıştır. Bugüne kadar üç milyondan fazla başlık açılmış, bu başlıklara 20 milyondan fazla yorum yapılmıştır. Yorum sayısına bakıldığında zaman sözlüğün sürekli aktif olduğu, kullanıcılar tarafından sürekli desteklendiği görülmektedir (Gürbüz, 2014: 87-88).

Ekşi Sözlüğün diğer mecralardan en büyük farkı ise uzun süredir yazar alımının yapılmaması ve moderasyonun diğer mecralara göre çok daha kuvvetli olmasıdır. Birkaç sene

öncesine kadar Ekşi Sözlükte yazar olmak için hakikaten arzın talepten çok daha az olduğu bir durumdu. Son yıllarda toplu bir şekilde yazar alımının artması sonucu hem kullanıcı sayılarında artış meydana geldi hem de kullanıcı profilleri dikkat çekici biçimde değişti (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 6).

Günümüzde halen büyük ilgi görmekte olan Ekşi Sözlük Türkçe tabanlı arama motorlarında “ne”, “nedir” olarak arattırılan kelimelerin arama sonuçlarında ilk sıralarda yerini almaktadır. Adından anlaşılacağı gibi sözcük görevi gören, kullanıcılarının aynı zamanda burada yazar olmasına imkan sağlayan site aslında bir sözlük veya bilgi kaynağı olmaktan ziyade son zamanlarda mizahi bir içerikte üretmektedir. Bu sayede içerikle sitenin popülerliğinin giderek artması sonucunda sitenin reklamları hakkında bilgi içeren içerikler yayınlayan yeni bir kullanıcı profili oluşturulmuş ve oluşturulan bu içerikler sayesinde ticari kazançlar elde etmek amaçlanmıştır.

2.7.8. Podcastler

Teknoloji yazarı Ben Hammersley tarafından ilk kez “Podcast” terimi Şubat 2004’te türetilmiştir. Podcast, iPod’daki “pod” ve yayımlamada ki “cast”in birleşiminden oluşmaktadır. Bir Podcast, genellikle RSS yoluyla indirmek için internet üzerinden dağıtılan bir ses veya medya dosyasıdır. Tipik olarak “Podcasterlar” (Podcast yapanlar), “Video Bloggerlar” gibi, izleyicilerin tüketmesi için içeriklerde düzenli güncellemeler sunmaktadır. İçerikler, abonelerin bağlanması ve etiketlenmesi için genellikle ses yoluyla sağlanmakta ve iTunes yoluyla indirme imkanları sunulmaktadır (Akar, 2010: 106). Podcasting, “New Oxford American” sözlüğünde ise; “bir radyo yayınının veya benzerinin dijital ortamda kaydedilmesi ve kişisel medya oynatıcılarda indirilmek için internette hazır olarak bulundurulması” şeklinde ifade edilmektedir (Butow ve Bollwitt, 2010: 51).

Geoghegan ve Klass (2007: 5-6) göre web ortamlarında ses ve video hizmeti sunan podcastin kendinden önceki araçlardan oldukça üstün olmasını ve milyonlarca insanın günlük olarak podcast üretiyor olmasını, kısacası onun otomatik, tüketiciler tarafından kolaylıkla kontrol edilebilir, taşınabilir ve her zaman ulaşılabilir olmasına bağlamaktadırlar.

Podcastler, aynı zamanda önemli bir sosyal iletişim aracı görülmektedir. Günümüzde çoğu MP3 kullanıcısı, internette müzikten farklı içerikler de indirmektedirler. Bunlar arasında haberler, spor, hava durumu, kısa hikayeler ve diğer önemli güncel içerikler yer almaktadır. (Winer, 2009: 111). Podcastlerin en önemli özellik ve avantajlarından biri de takip edilen kanallara yüklenen yeni bölümün otomatik bir şekilde kullanıcıya beslenmesi ve istediği zaman, dilediği yerde izleyebilme fırsatı sunabilmesidir. Postcasting’in kişisel ve kurumsal

düzeyde çeşitli avantajları bulunmaktadır. Kişisel olarak internet sahibi herkes herhangi bir yayın imkânına sahip olmadan tamamen kişisel yayın yapabilirken, yayını takip edenler istediği yer ve zamanda, istedikleri sürede ya da istedikleri kadar izleyebilmektedir (Özkaşıkçı, 2012: 120-122).

Podcast, radyo yayınlarıyla da benzerlikler taşımaktadır. Ancak temel farklılığı oluşturan unsur; radyo yayınları bir stüdyo ya da belirli bir alan içerisinde gönderecek bir verici gerektirirken, Podcast'te önceden kaydedilmiş olan içerik internet üzerinden aktarılmaktadır. Radyo yayınlarında, radyo sinyalinin alabilmek için, bu belirli alan içerisinde radyonun uygun frekansa getirilmesi gerekmektedir. Podcast'ler ise dijital dosyalar olarak saklanabilen programlardır ve bu dosyalar dünyanın herhangi yerinden bir internet bağlantısıyla alınabilmektedir (Bell, 2009: 95).

Geçmiş yıllarda, Podcasting mp3 formatında birer ses dosyalarıyken, günümüzde ise mp4 formatına eğitim amacıyla yeni bir mobil öğrenme aracı şeklinde kullanılmaya başlanmıştır. Podcastler internet üzerinden mobil telefonlara yüklendikten sonra, internet bağlantısına ihtiyaç duyulmaksızın istenilen yere aktarılarak, istenildiği zaman dinlenebilmektedir (Gülseçen vd., 2010: 788). Bu da podcast kullanımını gittikçe yaygınlaştırmakta ve işlevini arttırmaktadır. Özellikle yaygınlaşan kullanım amaçları arasında eğitim amaçlı yayınlar (özellikle uzaktan eğitimler için) ve şirketlerin reklam ya da iletişim amacıyla hazırlamış olduğu yayınlar gelmektedir. Bu biçimdeki kullanım ise daha çok tanıtım ve pazarlama amaçlı yayınlara doğru bir dönüşüm göstermektedir.

2.7.9. RSS (Really Simple Syndication) Geri Beslemesi

“Really Simple Syndication (Gerçekten Basit Dağıtım)” veya “Rich Site Summary (Zengin İçerikli Site Özeti)” kelimelerinin kısaltması olan “RSS”, sitelerin başka bir sitelere, cep telefonlarına ve diğer veri alabilen platformlara kolaylıkla ve otomatik bir şekilde bilgi aktarımını sağlayan bir tür mesaj iletim formlarıdır (Karabulut, 2009: 152)

Güçdemir (2010: 31) RSS'i genel olarak haber sağlayıcıları, Bloglar ve Podcastler tarafından kullanılan, yeni eklenen içeriğin kolay bir şekilde takip edilmesini sağlayan, en basitleştirilmiş dosya türlerini kullanan (XML, HTML vs.) okuyucu sisteminin genel adı olarak tanımlamıştır. Ayrıca internet kullanıcısı RSS teknolojisiyle düzenli olarak içerik sunan sitelere abone olabilir ve çeşitli RSS istemcileri sayesinde içeriği anlık olarak takip edebilmektedir. Diğer taraftan, site yöneticisi ya da sahibi bu hizmeti sunmak için bir takım teknik düzenlemeler yaparak uygun formatta XML'i RSS istemcisi talep ettiğinde göndermelidir.

RSS (Really Simple Syndication) genel olarak forumlar, haber siteleri, bloglar ve basın bültenlerini dağıtan servisler ve diğer siteler tarafından kullanılmaktadır. Kurumların RSS uygulaması sayesinde kurumun yayınlamış olduğu basın açıklamasına abone olan binlerce kişi tarafından görüntülenmektedir (Scott, 2010: 13). Böylece RSS, kullanıcıların beğendiği blogları ve haber sitelerini her gün ziyaret etme gereksiniminden kurtarmıştır. Abonelik yoluyla güncellemeler doğrudan kullanıcıya aktarılmaktadır. Yahoo, Google, Netvibes, Bloglines, PageFlakes, ve Newsgator gibi pek çok siteden ücretsiz olarak RSS okuyucu yüklenebilmektedir (Bozarth, 2010: 7).

2.7.10. Sanal Dünyalar

Kullanıcıların bilgisayarlar vasıtasıyla kurgulanmış, çevrimiçi bir şekilde kullanılan üç boyutlu olarak tasarlanmış bir ortamda, kendilerini “Avatar” şeklinde ifade edilen ve sanal dünyada bireyi temsil eden simgelerle var olduğu platformlara sanal dünyalar adı verilmektedir. Gerçek dünyada olduğu gibi sanal dünyalarda da başka kişilerle iletişim kurulabilir. Bu ortamda kişiler yarattıkları avatarlar aracılığıyla kendilerini kimliklendirirler (Kaya, 2015: 288-289). Bu avatarlar yardımıyla kullanıcıların birbirlerine gönderdikleri metin mesajları, genellikle avatarlarının başının üstünde konuşma balonları içerisinde görünmektedir. Avatarlar bazı durumlarda vücut diliyle de iletişim kurabilmektedirler. Örneğin; The Sims Online isimli sanal dünyada avatarlar; sohbet etme, sarılma, alkışlama, öpme, dans etme, tuvalet ihtiyacını giderme vs. gibi insanlara özgü yüzlerce hareket yapabilmektedirler (Lastowka ve Hunter, 2004: 6).

En temel ifadesiyle Sanal Dünyalar, bilgisayarların altyapısını kullanıcıların avatarları vasıtasıyla kullanarak etkileşimlerini amaçlayan (simülasyon) benzetim ortamlarıdır. Topoğrafik yapı, aksiyon, yer çekimi, gerçek vakitli hareket ve iletişim şekillerinin mevcut olması gerçek dünyayla benzeyen net özellikleri arasında yer almaktadır. Eskiden iletişim yazı yoluyla yapılmaktayken, internetin sağlamış olduğu imkânlar vasıtasıyla gerçek sesli ve zamanlı olacak şekilde gerçekleşebilmektedir. Sanal dünyaların en yaygın olarak bilinenleri arasında Second Life (İkinci Yaşam), There (Orada), Active Worlds (Aktif Dünyalar) gibi oyunlar yer almaktadır. Yine aynı şekilde World of War (Warcraft Dünyası, WOW), Ultima Online, EverQuest, Lineage (Nesil) adlı oyunlar gibi pek çok oyun da çok oyunculu rol oyunları arasında farklılık yaratmaktadırlar. Rol oyunu tabiriyle bahsedilen, oyunun kullanıcıya bir kimlik vermesi ve o kimliğin gereklerini yerine getirmeniz gerekmektedir (Hanoğlu ve Mineoğlu, 2007: 36).

Rigby'nin 2008 yılında yaptığı araştırmada sanal dünyaların bazı genel özellikleri vardır. Bu özellikler şunlardır:

- **Üç Boyutlu Sanal Çevreler:** Sanal dünyalarda genel olarak üç boyutlu fiziki alanlar resmedilmektedir.

- **Dolaysızlık:** Olaylar yaşandığı vakitle aynı vakitte gerçekleşir, yani kişi gerçek olmayan dünyada yürüyorsa o vakitte orada bulunan diğer kişiler de yürüdüğünüze şahit olmalıdır.

- **Paylaşılan Alan:** Birçok kullanıcı eş zamanlı olarak aynı alana ortak bir giriş yaparak katılım sağlayabilmelidir.

- **Kişiselleştirme:** Kişiler sanal dünyada kullanılan nesnelerin değişimini ve dönüşümünü ya da uygulayabilirler.

- **Sosyalleşme ve Topluluk:** Kullanıcılar sanal dünyalarda kendi aralarında topluluklar, kulüpler, takımlar ve küçük gruplar oluşturabilmektedirler.

- **Devamlılık:** Hayat sanal dünyada hiçbir zaman durmaz. Yani sanal dünyada kullanıcılar giriş yapsa da yapmasa da vaktin işleyişi hiçbir zaman durmamakta, devam etmektedir (akt: İşlek, 2012: 60)

Günümüzde sanal dünyalar popüler eğlence araçlarından birisidir. Bireylerin oyunlara olan artan ilgisi, dikkatleri kendilerine çevrilmesine ve akademik olarak oyunlarla ilgili çeşitli araştırmaların yapılmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra oyunlar zengin görsel içeriklerle öğrenme süreçlerini hızlandıran ve anlamlı bir şekilde öğrenme kazanımları gerçekleştirebilen niteliklere sahiptir diyebiliriz (Doğusoy ve İnal, 2006: 11). Sanal dünyaların, özellikle büyük oranda gençler arasında popüler olmasından dolayı bu kazanım daha da önem kazanmaktadır. Bu açıdan düşünüldüğünde sanal dünyaların sadece eğlence değil aynı zamanda eğitim için de etkili bir şekilde kullanılmasının söz konusu olduğu düşünülebilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

NEFRET SÖYLEMİ İNŞASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ: EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

3.1. Metodoloji

Çalışma sosyal medya platformlarından bir tanesi olan Ekşi Sözlük içerisinde yer alan “Suriyeli Sığınmacılar” başlığı altında yer alan 3200 entry’nin %10’u örneklem olarak belirlenerek şükela modu (web tabanlı sözlüklerde yapılan bir girdiyi yada yorumu beğenmek amacıyla kullanılan beğeni sistemi) altındaki 320 entry’le içerik analizi yöntemi ve konuya yönelik literatür çalışması ile oluşturulmuştur.

İçerik analizi verileri özetleyerek anlamlı hale getiren bir analiz yöntemidir. Psikoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, gazetecilik gibi birçok alanda kullanılan analiz yöntemi davranışları doğrudan doğruya gözlemlemek yerine sembolik davranışlar ya da metinler üzerinden çözümlemeye dayanır (Öğülmüş, 1991: 213).

İçerik analizi yöntemi, çalışma sorununun ve araştırma amacının ortaya konulması, araştırma nesnelerinin seçilmesi, araştırma zamanının belirlenmesi, varsayımların oluşturulması, değişkenlerin somutlaştırılması, sınıflandırmaların yapılması, örneklem tanımlanması, ön kodlama, kodlama ve sonuçların yorumlanması aşamalarını kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizi için belirlenen kriterler çerçevesinde bu çalışmanın konusu ve örneklemine özellikler dikkate alınarak kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama cetveli oluşturulurken “Entry’de nefret söylemi hangisidir ?” sorusu altındaki kategoriler nefretsoylemi.org’un “Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Dil Eylül-Aralık 2013 Raporu”ndan (Arslan, Gelişli ve Barak, 2013: 3) ve “Yeni Medyada Nefret Ve Ayrımcı Söylem: Gazetelerin Twitter Hesapları Üzerine Bir Analiz” (Karaduman ve Akbulutgiller, 2015: 374) makalesinden yararlanılmıştır. Aynı zamanda “Konu ile ilgili nasıl yorum yapılmıştır ?” sorusu altındaki olumlu, olumsuz, nötr kategorileri ise (Ceri Mollard’dan akt: Pandır, Efe ve Paksoy, 2015: 10) “Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi” makalesinden yararlanarak oluşturulmuştur. Konunun nicel ve nitel olarak değerlendirilmesini sağlayacak kodlar ve bunların yer aldığı tablolar “bulgular” başlığı altında listelenecektir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Gün geçtikçe yaygınlaşan nefret söylemine sosyal medyanın kimlikleri gizleyerek görüş belirtebilme avantajı ile daha çok rastlanılır olmuştur. Söz konusu durum pek çok sosyal medya aracı tarafından incelemeye tabi tutulabilmektedir.

Çalışmanın amacı, nefret söylemleri üzerinden sosyal medya kullanıcılarının nefreti yorumlama biçimlerini ve bu süreçte sosyal medyanın rolü ve işlevini belirlemektir.

Örnekleme açısından ise Ekşi sözlük bağlamında yabancı ve göçmenlere özellikle de Suriyeli sığınmacılara yönelik gerçekleştirilen nefret söylemlerine dikkat çekmek ve yazarların nefret içeren ifadelerinde yabancı düşmanlığı, ayrımcılığı, ötekileştirmeyi teşvik eden yorumların yer aldığını görünür kılmaktır. Söz konusu nefret söylemi ifadeleri üzerinden hangi nefret kategorisi altında değerlendirileceğini ayımsallaştırmak, nefret söylemi içeren ifadelerin deyimlenmiş mi yoksa kaygısal düşünceler olduğunu saptamak, kaygısal düşüncelerin hangi alanlarda (ekonomik, güvenlik, sosyo-ekonomik gibi) yoğunlaştığını belirlemektir.

3.3. Araştırmanın Önemi

İnsanlar belli amaçlar doğrultusunda sosyal medyayı bir araç olarak kullanmaktadırlar. Sosyal medya ortamları sahip oldukları etkileşim, anıdalık ve multimedya özellikleri ile bireylere geleneksel medya araçlarının sağlayamadığı ifade özgürlüğü olanağını sağlamaktadırlar. Fakat sosyal medya ortamlarının sağlamış olduğu bu özgürlük ortamı kendilerini gizleyen kullanıcıların yorumlarının kim tarafından üretildiğinin bilinmemesi ve hiçbir denetimden geçmeyen nefret söylemlerinin üretimi ve paylaşılması bu noktada dezavantajlı bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Alanda yapılan çalışmaların daha çok geleneksel medyayı kapsadığı göz önüne alınırsa nefret söylemi ve sosyal medya ilişkisini irdelemek gelecekte yapılacak olan çalışma ve araştırmalara kaynaklık etmesi açısından önemlidir.

Bu noktada çalışmada elde edilen veriler Suriyeli sığınmacılara yönelik gerçekleştirilen nefret söylemlerini gündelik hayat içerisinde kullanım sıklığı ve erişim kolaylığı açısından gücü yadsınamayacak olan sosyal medya bağlamında ele alıp incelenmesi bakımından önem taşımaktadır.

3.4. Sınırlılıklar

Çalışmanın sınırlarına gelince, bütün araştırmalarda olduğu gibi çalışmanın yürütülebilirliği açısından bu sınırlar önem taşımaktadır. Tam olarak yapılan çalışmanın

çerçevesini oluşturmak, belirlenen yöntem nezdinde neyin çalışmaya dahil edildiğini neyin dışarıda kaldığını gösterir. Bu nedenle çalışmanın sınırları ise sosyal medya platformlarından birini oluşturan Ekşi Sözlük ile sınırlandırılmıştır. Ekşi sözlük bağlamında Suriyeli sığınmacılara yönelik nefret söylemini kategorileştirmek amacıyla hazırlanan kodlama cetveli ile içerik analizi yapılmıştır. Ekşi sözlük sitesi içerisinde “Suriyeli Sığınmacılar” başlığı altında yer alan 3200 entry’nin %10’u çalışmaya dahil edilerek şükela modu altındaki 320 entry’le evren sınırlandırılmıştır.

3.5. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Günümüzde birçok ülke gelişen teknolojilerle birlikte politik, ekonomik, teknolojik ve toplumsal olarak önemli derece etkilenmiştir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika’da bu etkilenmelerden nasibini almıştır. 21. yüzyılın en büyük olayı olarak atfedilen “Arap Baharı” ilk olarak 17 Aralık 2010’da Tunus’ta başlayıp daha sonra Ortadoğu’daki diğer ülkelere yayılmıştır. “Arap Baharı” adı verilen hareketin yansıması olarak Suriye’de yaşanan mezhepsel, dini, etnik gibi karışıklıkların ortaya çıkmasının yanısıra dünya devletlerinin de bu bölgeye karışması milyonlarca insanın ülke içerisinde yer değiştirmesine ve ülke dışına kaçarak göç durumuna sürüklenmesine neden olmuştur. Bu bağlamda yaşanan Arap Baharının olumsuz etkilerini en acı şekilde yaşayan ülke Suriye olmakla birlikte, Suriye’deki iç savaştan en çok etkilenen ülke de Türkiye olmuştur. Türkiye bulunduğu coğrafi konum sebebiyle göç hareketleri açısından önemli bir geçiş ülkesi olması, sınır komşularında meydana gelen iç karışıklıklar sonucu ülkelerini terk etmek zorunda kalan sığınmacılara ev sahipliği yapan bir ülke durumuna gelmiştir. 2011 yılından sonra Suriye’de yaşanan iç savaştan kaçan yaklaşık 2,5 milyondan fazla Suriyeli Türkiye’ye sığınmak zorunda kalmıştır.

Bu noktada Suriyeli sığınmacılara yönelik gerçekleştirilen nefret söylemini incelemek amacıyla Ekşi sözlük bağlamında gerçekleştirilen çalışmada içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Suriyelilere yönelik gerçekleştirilen nefret söylemleri oluşturmaktadır. Ekşi sözlük içinde “Suriyeli Sığınmacılar” başlığı ile sınırlandırılan çalışma amaçlı örneklem alma tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Analiz için veriler kodlama cetveli aracılığıyla sistematize bir şekilde toplanarak SPSS programıyla bir araya getirilmiştir. Daha sonra veriler analiz edilerek bir takım bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulgular ise Bulgular ve Yorum başlığı altında incelenmiştir.

3.6. Araştırma Soruları

- 1) Nefret söylemi inşasında sosyal medyanın rolü ve işlevi nedir ?
- 2) Nefret söylemlerinin oluşmasında sosyal medyada dolaşıma giren içerikler nefretin yeniden üretilmesine ve dolaşıma sokulmasına neden olmakta mıdır ?
- 3) Ekşi sözlükte Suriyeli sığınmacılara yönelik nefret söylemleri ne şekilde kategorize edilebilir ?

3.7. Bulgular ve Yorum

Tablo 3.1. Entry'lerin Paylaşım Dili

Entry Paylaşım Dili	Sayı	Yüzde
Türkçe	319	99,7
Hem Türkçe Hem İngilizce	1	0,3
Toplam	320	100

Entry'lerin paylaşım dilinin analiz edildiği frekans tablosuna bakıldığında %99,7'sinin Türkçe, %0,3'ünün hem Türkçe hem İngilizce olarak paylaşıldığı görülmektedir. Paylaşım dilinin en çok Türkçe olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2. Entry'lerin Kelime Sayısı

Entry Kelime Sayısı	Sayı	Yüzde
1-10	12	3,8
11-20	23	7,2
21-30	22	6,9
31-40	26	8,1
41-50	20	6,3
51 ve üzeri	217	67,8
Toplam	320	100,0

Entry'lerin kelime sayılarına bakıldığında en çok 51 ve üzeri (%67,8) en az ise 1-10 kelime arası (%3,8) paylaşım yapıldığı görülmektedir. Entry'lerin genel kelime dağılımları incelendiğinde, %8,1'inin 31-40, %7,2'sinin 11-20, %6,9'unun 21-30, %6,3'ünün 41-50, kelime aralığında paylaşıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.3. Entry'lerin İçeriği

Entry İçeriği	Sayı	Yüzde
İstismar	100	31,3
Güvenlik	98	30,6
Ekonomik	92	28,8
Politik	89	27,8
Barınma ve Beslenme	71	22,2
Çevresel	62	19,4
Psikolojik	60	18,8
İstihdam ve İş	33	10,3
Sağlık	32	10,0
Eğitim	23	7,2
Dini	11	3,4
Kültürel	10	3,1
Dil	4	1,3
Diğer	38	11,9

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

İçerik analizine tabi tutulan entry'ler içeriği açısından incelendiğinde en çok istismar içerikli (%31,3) en az ise dil içerikli (%1,3) paylaşımların olduğu ortaya çıkmıştır. Entry'lerin, % 30,6'sı güvenlik içerikli, %28,8'i ekonomi içerikli, %27,8'i politik içerikli, % 22,2'si barınma ve beslenme içerikli, %19,4'ü çevre içerikli, %18,8'i psikolojik içerikli, %10,3 'ü istihdam ve iş içerikli, %10'u sağlık içerikli, %7,2's, eğitim içerikli, %3,4'ü dini içerikli, %3,1'i kültürel içerikli, %1,3'ü dil içeriklidir. Entry'ler içerik açısından kategorilendirilip değerlendirildiğinde belirtilen kategoriler içerisinde değerlendirilemeyen, içeriğin %11,9'unu oluşturan entryler ise diğer kategorisinde yer almaktadır.

Entry'ler içeriği açısından değerlendirildiğinde en çok istismar içerikli nefret söylemi paylaşımlar olduğu görülmüştür. Paylaşımlardan birkaç örnek verecek olursak;

*salazar: "yediği tabağa s*çan serserilerdir çoğu. bugün iş çıkışı kırmızı ışıktta bir tanesi mendil satmaya çalışıyordu. 1 lira verip bir tane aldım. dilenci ya da bu şekilde yardıma muhtaç insanlar gördükçe dayanamam. yani camı kapatıp hiç kayıtsız kalamıyorum. çocuk parayı beğenmeyip daha çok istedi ve yok vs derken cama tükürdü. tam o anda yeşil*

yanmayıp arkamdakiler kornaya abanmasaydı inip bir güzel dövücektim. bu kadar yüz­süz­lük ola­maz.”

paradise garden: “bir kaç ay önce taksim'de malum yeni alt geçidimizin orada otobüs beklerken elimdeki poşete 7 yaşlarında suriyeli bir çocuk asılmıştı. doğal olarak hiç beklemediğimden bir hayli korkup tepki veremedim. bizim bu hümanist yardımsever insanlar var ya hani! heh işte onlardan hiçbiri lan oğlum bırak deyip yardım etmedi. öylece seyretti. neyse ki sonradan genç bir çocuk bağırdı da velet korkup bıraktı. sonuç olarak alın evinizde besleyin o kadar meraklıysanız. he yarın öbür gün ananızın çantası çalındığında, ablanız taciz edildiğinde ağlamayın.”

uhu not found: “dün otobüs durağında suriyeli bir aileyle karşılaştım. 4 5 yaşlarındaki çocukları gelip önümde elini açtı bişeyler söylemeye başladı. annesi geldi çocuğu çekiştirmeye başladı yüzünde de mahcup bi ifadeyle. bana da bişey söylüyor o sırada dediğini anlamıyorum ama kusura bakma der gibi bi hali var. bunun üzeriine ben çıkardım 1 lira verdim çocuğa mutlu olsun diye. parayı verdikten sonra o mahcup annenin tavrı değişti elimdeki sigaraya gözünü dikmiş cigara cigara diyen birine dönüştü. uyuz oldum ama sigarayı da çıkarıp verdim artık başımızdan gitsinler diye. sigarasını yaktı ailesinin yanına geçti. benden tarafa bakarak yüksek sesle ve gülerek bişeyler konuştular. büyük ihtimalle bu türkler amma enayi yav biz bunları daha ne yolarız be falan diyorlardı.”

burnuna sinek konmuş somali katibi: “bebek mamasını viagra niyetine yiyip bebekleri aç bırakan güruh. sanırım insanoğlunun üretilebilecek en alt modelini suriyeli etiketiyle üretmişler.”

mugumgumus: “mecidiyeköy'ün göbeğinde her köşede dilenmelerine, arabaların camlarına atlamalarına gözüm alışmıştı artık. dün de iş çıkışı atm kuyruğunda dalmış şekilde bekliyorum, aşağıdan biri çantama ve bacağıma vurmaya başladı, baktım küçük bir erkek "sığınmacı", yanında da kendisinden az büyük ablası. sert bir şekilde bakıyorum git diyorum sırtarak bakıyor, eli havada tekrar vurdu vuracak. bankanın güvenliği kızdı da gittiler. bu artık sığınmacılık, dilencilik vs değil. çocuklar bu şekilde yetişiyor. ne yazık ki gencecik kadınlara, minicik bebeklere üzülemez oldum artık. sonumuz hayır olsun, ne diyeyim..”

Tablo 3.4. Entry’lerde Sözü Edilen Konu/Olay

Sözü Edilen Konu/Olay	Sayı	Yüzde
Suriyeli Sığınmacıların Geneline Yönelik/ Toplumsal Suriyeli	301	94,1
Toplumsal Suriyeli Sığınmacı/Bireysel	19	5,9
Toplam	320	100

Entry’ler içerisinde sözü edilen konu ya da olaylar incelendiğinde paylaşımların %94,1’inin Suriyeli sığınmacıların geneline yönelik olarak ele alındığı görülürken, paylaşımların %5,9’u ise Suriyeli sığınmacıları bireysel olarak ele almıştır. Diğer bir deyişle Suriyeli sığınmacılara yönelik içerikler bireysellikten ziyade toplumun genelini işaret eden nefret söylemlerini oluşturmaktadır.

Entryler incelendiğinde en çok Suriyeli sığınmacıların geneline yönelik nefret söylemleri paylaşıldığı görülmektedir. Bunlardan bazılarına göz atacak olursak;

*jolteon: “s*ktir olup gitmelerini istediğim sığınmacılardır. sokaklarda potansiyel tehdit oluşturan yürüyen zombi gibiler. kendi halkını doyurdun da onlar kaldı.”*

yama yama tika tika: “20 yıla milyonlarca olacaklar. bunları düşünerek yeni modeller geliştirmek lazım. bu adamlarla aynı topraklarda yaşamak zorunda değiliz. buna mecbur değiliz. almanya’ya alınan mültecilerin yüzde 70’i üni. mezunu mesela. tüm hırboları bize attılar. hadi 300-400 bin filan olur anlarım da dünya rekoru 3 milyondan fazla mülteci ne demek ya? bildiğin ülkenin rejimini, sosyolojik yapısını değiştirebilecek potansiyel güçten bahsediyoruz. hayır dünyada başka bir ülke var mı 3 milyon mülteciyi enayi gibi almış olsun? hümanizm hümanizm bir yere kadar. suudi kralı bile ülkesini daha çok seviyor yeminle. daha rasyonel adımlar atıyor. mültecileri kabul etmedi adamlar.”

macapapaz: “köpek gibi üreyen topluluktur.”

*serefsiz apandisit agrisi sizisi: “kendi ülkesinde binlerce kimsesiz çocuk varken bir kere bile o çocukları ziyarete gitmeyen,onların gözlerindeki acıyı görmeyen,onlarla top oynamayanların sığınmacı çocuklarına sevgisinden dolayı içimize sokmamız gereken sevimli mültecilerdir.hümanist olcam diye g*tünü yırtanlara söylüyorum,o güzel yüzlerinize bir gün bu çocukların jilet atmayacağına emin olamazsınız. açlık,çaresizlik,tembellik,hazıra konma isteği insanlara hayret verici şeyler yaptırır.o hümanist kıçlarınıza tekme atacakları yıllar*

yakın.bu kadar çocuk doğurmaları planlı,pkk da böyle oluştu. tekrar ediyorum tüm ülkedekiler toplanıp çalışma kamplarında ağır işlerde çalıştırılmalı.biz bedavaya insan besleyecek kadar zengin bir ülke değiliz. g*tlerinizi sağlama almak için araplara bu kadar insancıl yaklaşmasanız iyi olur.”

emriiflexx: “uzuncayir metrobus duraginin oradaki kopruya coreklenmis bu ibneler. her yer pislik icinde. kokudan yanlarına yanasilmiyor. zaten. bir an once s*ktir olup gitmeleri gerek bu topraklardan. ulkede bu kadar ac olan gecim sikintisi yasayan dilenmekten utanarak acliktan olen vatandasim varken, bunlara yagmurlu havada su vermem arkadas. s*ktirsın gitsinler. evet bu konuda irkciyim hemde sonuna kadar...”

Tablo 3.5. Entry’lerde Sözü Edilen Konu/Olay Deneyimlenmiş midir ?

Deneyimlenme Durumu	Sayı	Yüzde
Kaygısal	254	79,4
Deneyimlenmiş	66	20,6
Toplam	320	100

Entry’ler içerisinde sözü edilen konu ya da olayın birebir yaşanmış veya tecrübe edilmiş durumlara istinaden mi? yoksa kaygısal düşüncelerin ifadesi olarak mı? yer aldığına dair gerçekleştirilen frekans analizi sonucunda konunun/olayın kaygısal boyutta ele alındığı sonucuna ulaşılmıştır. Entry’ler de sözü edilen konu ya da olay %79,4 kaygısal olduğu görülürken, deneyimlenmiş konu ya da olaylar %20,6 olarak paylaşıldığı görülmektedir.

Tablo 3.6. Kaygıların Temeli ve İlişkilendirildiği Konular

Kaygıların Temeli	Sayı	Yüzde
Güvenlik	87	33,9
Ekonomik	56	21,8
Sosyokültürel	41	16
Diğer	116	45,1

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Kaygıların temeline odaklanıldığında kategoriler içerisinde en çok güvenlik (%33,9) konusunda en az ise sosyo-kültürel (%16) konularda endişe duyulduğu görülmektedir. Ekonomik temelli kaygılar %21,8 oranında iken ekonomik, güvenlik ve sosyo-kültürel alanların haricinde kaygı duyulan diğer konular ise içeriklerin %45,1’ini oluşturmaktadır.

Güvenlik temelinde Suriyeli sığınmacılara yönelik olarak doğrudan ya da dolaylı olarak çatışmalar, adli suçlar, sınır ihlalleri gibi konular görülmektedir. Entry’lerde ağırlıklı olarak kaygıların temelinde güvenlik ilgili olarak günümüzde sıkça rastladığımız abartılı ifadeler göze çarpmaktadır bunlardan bazıları;

nickdedigin: “Türkiye’yi de diğerleri gibi terör yuvası haline getirmek ve parçalamak için sistematik olarak uygulanan ortadoğu projelerinden biridir.”

einemeinekeine: “evinin kapısı açılıyor. senin rızan olmadan bir sürü insan alınıyor ve sen onlara bakmak zorunda kalıyorsun. ayrıca bu misafirler tehlikeli ve saldırgan. yapabileceğin hiçbir şey yok. ne diyelim. umarım ileride burada da iç savaş çıkmaz.”

kargi331: “tv’den gördüm şimdi şanlıurfa’da sınırı yok etmişler neredeyse teli atlayan bu tarafa geçiyor aklım almıyor bu ülke ne yapsın o kadar insanı biz asgari ücretle beş kişi geçinemiyoruz onlar hala türkiye’ye geliyor. bunlara acil bir çözüm üretilmezse yakın zamanda ülkeyi çok ciddi sorunlar bekliyor.”

bubez laab: “suriyenin de dünyanın da g*t deliği olan mahluklar. güneydoğunun anasını s*ktiler şimdi de büyük şehirlere başladılar. ulan savaştan kaçmış mazlumlar edebiyatı yapıyorsunuz da, suriye’de savaştan kaçmamış koca bir halk var. ne farkları var bunların? kendi ülkelerinin hainleri bizim ülkenin de yeni nesil yobazlarıdır. hatayda yaptıklarını her okuduğumda elim ayağım titriyor. esad’ın bitiremediklerini kızgın türkler bitirecek bu gidişle. vallahi de üzülmem billahi de üzülmem. adam cahil diye acıyorsunuz da bu herifler cehaletten kurtulmak istiyorlar mı diye sormuyorsunuz.”

melyus:” sscc dagildikten sonra rusya’da siginan tacik, ozbek ve azerilerin bir sure sonra sirasiyla uyusturucu, hirsizlik ve fuhus mafyasiyla olan kirli baglantilarini cok kısa da olsa rusya’da bulunan herkes bilir. iste duzen boyle bir duzendir ki, simdi suriyeli siginmacilar yarin acliktan, kiskancliktan ve guvensizlikten senin gotunu kesecek kivama gelecektir. cok az kaldi turkiyem, boku yiyeceksin.”

Tablo 3.7. Konu ile İlgili Yapılan Yorum Türleri

Yorum Türü	Sayı	Yüzde
Olumsuz	304	95
Yansız/Nötr	16	5
Toplam	320	100

Entry yazarının konuya yada olaya karşı tutumunu irdelemek amacıyla içerikler olumlu, olumsuz ve yansız/nötr olmak üzere üç seçenekte incelenmiştir. İnceleme sonucunda

entrylerin en çok olumsuz (%95) en az yansız/nötr (%5) bir tutumla yazıldığı sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen 320 entry içerisinde hiç olumlu yaklaşım söz konusu olmamıştır.

Tablo 3.8. Olumsuz Metin İçerikleri

Metin İçerikleri	Sayı	Yüzde
Varlıklarını toplumsal karmaşa nedeni olarak görme	152	49,8
Doğrudan olumsuz kelime/ifade kullanımı	106	34,9
Çağrışım yolu ile olumsuz ifade kullanımı	85	27,8
Varlıkları hakkında muhalif/düşmanca görüşler	61	20,1
Ekonomik külfet, işsizlik, fiyat/kira artışı nedeni gösterme	55	18,2
Tanımlamada ırkçı ifadeler	31	10,2
Diğer	18	5,9
Ülkelerine geri dönmeleri için olumsuz öneri sunan	13	4,3

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Paylaşımların büyük bir çoğunluğunu oluşturan olumsuz metin içeriklerine odaklanıldığında en çok “Varlıklarını toplumsal bir karmaşa nedeni olarak görme” (%49,8) ifadesi yer bulurken en az ise “Ülkelerine geri dönmeleri için olumsuz öneri sunan” (%4,3) görüşler yer almaktadır. Diğer olumsuz metin içerikleri ise şu şekildedir: “Doğrudan olumsuz kelime/ifade kullanımı” (%34,9), “Çağrışım yolu ile olumsuz ifade kullanımı” (%27,8), “Varlıkları hakkında muhalif/düşmanca görüşler” (% 20,1), “Ekonomik külfet, işsizlik, fiyat/kira artışı nedeni gösterme” (%18,2). Olumsuz metin içeriği ifadeleri kategorilerinde değerlendirilemeyen %5,9 entry ise diğer kategorisi içerisinde.

Analizi yapılan 320 entry içerisinde Suriyeli sığınmacılara yönelik “Varlıklarını toplumsal karmaşa nedeni olarak görme” potansiyeli barındıran nefret söylemlerine birkaç örnekle bakacak olursak;

*hoopp cardak gitti: “ülkenin *mına koyan insanlardır. güneydoğu'da sokak sokak her yere sızmışlar, kimisi dilencilik kimisi hırsızlık yapıp yol kesmekte adam öldürmektedir. kimsenin bana onları savunmasını istemediğim insanlardır. urfa'da birçok restoran sahibi sırf bu kişileri doyurmak için aylardır iş yapamamakta çünkü yemek vermediği zaman akşam olunca ya dükkanın camı indirilmekte ya da dükkanı yağmalanmaktadır. sokaklar güvensiz adeta bir sömürü alanına dönüştürülmektedir. kendi ülkemizdeki hırsız arsız yetmezmiş gibi bir de bu insanlara insanlık yapma peşine düştük. inanmayan varsa suruç'a gitsin, antakya'ya gitsin. birçok şehir bu insanlar yüzünden yaşanmaz hale geldi. söylediklerim asla insanları*

küçümsemek ya da dışlamak için değil ama inanın bana bu olaylar ne gazetelerde ne de medyada bir gram geçmiyor. halkın ne can ne de mal güvenliği var.”

*anesyu: “haklarında olumlu yorum duymaya dahi tahammül edemediğim kitledir. istemiyorum arkadaşım yolda yürürken etrafımın bacaklarıma sarılan çocuklarla dolmasını, ben akşama kadar g*tümden ter akıtırken bu at hırsızı tipli adamların benim paramla beslenmesini, iki adımda bir önüne "suriyeliyim yardım edin" yazısını koyup başında uzanıp uyuklarken para istemelerini istemiyorum *mına koyim. ben yol param kalmadığı için tüm yorgunluğumla 13 km yürümeyi göze alıp kimseden 2 lira isteyemiyorsam bu g*tlerde yattığı yerden para isteyemez *mk. lan benim dilencim gene dua karşılığı para istiyor bunlar direk kaldırım kenarlarında uzanıp para bekliyorlar lan.”*

minnakh: “her sabah, çankaya göç idaresinin önünde, kalabalık gruplar halinde görmekten midem bulanıyor. açık havada bile yaydıkları kötü kokuları korkunç. kadınlarının, siyah çarşaf altında şişmiş hamile göbekleri, erkeklerinin ise iğrenç bakışları, salyalar salçarak ve bağırarak konuşmalarıyla, bulundukları her yeri çirkinleştiren insanlar.”

kerk: “bugün metronun şişli durağında gözümüzün önünde bir kadının çantasından cüzdanını çalmaya çalışırken yakalanıp sonra allah, kitap diyenleri de mevcut. güvenlikler de "suriyeli abi biz napalım" diyor olayın sonrasında. süper hacı aynen devam.”

yilmaz namazkilmaz: “bir an önce defolup gitmesi gereken insanlar. ben toplu taşıma araçlarında ayakta seyahat ederken bunların oturmalarından, hastanelerde ve bilumum kuyruklarda bunlardan herhangi birinin arkasında sıra beklemekten hiç hazetmiyorum arkadaşım. açmışlar zor durumdaymışlar beni hiç ırgalamıyor. bizim açımız bizim fukaramız bize yetiyordu zaten. bir de bunlar çıktı başımıza. gidin lan yallah habibi yallah hayde.”

kasar yaza: “bu adamlarla sorunumuzun nedeni asla ırkçılık filan değil. böyle düşünenler ilk önce ayrılсын. savaştan kaçıp gelenlere olabilecek en iyi misafirperverliği gösteririz lakin; bu adamlar bu ülkeye minettar olacaklarına, ülkeye zarar veriyolar. burda resmen gangsterleşme niyetindeler. hırsızlık yapıyolar, kadınlara kızlara yiyecek gibi bakıyolar, yol kesiyolar. eminim sınıra yakın yerlerde durum daha vahimdir. bundan dolayı artık gitmeleri gerektiğini düşünüyorum.”

Tablo 3.9. Yansız/Nötr Metin İçerikleri

Metin İçerikleri	Sayı	Yüzde
Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren	5	35,7
Sığınmacılar ile ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen metinler	5	35,7
İlave bir yorum olmaksızın sığınmacılarla ilgili gerçekleri, bilgileri aktaran	4	28,6
Diğer	1	7,1

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Yansız/Nötr metin içerikleri incelendiğinde “Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren” (%35,7) ve “Sığınmacılar ile ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen metinler” (%35,7) eşit oranda yer alırken en az ise “İlave bir yorum olmaksızın sığınmacılarla ilgili gerçekleri, bilgileri aktaran” (%28,6) metinlere ulaşılmıştır. “İlave bir yorum olmaksızın sığınmacılarla ilgili gerçekleri, bilgileri aktaran”, “Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren”, “Sığınmacılar ile ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen metinler” içerisinde yer almayan yansız/nötr metin içerikleri ise diğer (%7,1) kategorisi altında değerlendirilmiştir.

Yansız/Nötr metin içerikli entry’lerden “Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren” metinler bazılarına örnek verecek olursak;

punkgeisha: “dün gece hayatımda şahit ve müdahil olacağım en kötü şeylerden birisini yaşadım. olayın sonunda emniyete de ihbarda bulundum bunu belirtiyim. ve insan olarak insanlıktan bir kere daha igrendim. geçici bir süreliğine gaziantep'teyim. dün gece en yakın kız arkadaşım ile evde biraz takıldıktan sonra gece çorba içelim dedik. gece 2'yi biraz geçiyordu. bilen bilir burada bir otelin olduğu bir cadde vardır (otelin adını vermiyorum özellikle ama altında bir pavyon olan bir otel ve daha çok fuhuşun döndüğü ve son yıllarda suriye'lilerin yaşamaya başladığı bir yer burası) o caddeden geçerken dikkatimizi gençten bir adam ve yanında sarı saçlı (bir kısmı boyalı) üzerinde açık bir bluz ve altında tayt olan taş çatlasın en fazla 5 veya 6 yaşlarında bir kız çocuğu dikkatimizi çekti. arkadaşşıma arabayı durdurmasını söyledim çünkü durum çok tuhafıma gitti. gecenin o saatinde yolun ortasında bir aşağı bir yukarı yürüyen bir adam ve 5 yaşlarında bir çocuk getirin gözünüzün önüne. arabadan inip adama seslendim adam çocukla hemen yanıma geldi. türkçe ve ingilizce çocuğun onun kızı olup olmadığını sordum ancak kendisi arapça konuştuğu için anlayamadık.

hemen kenarda ileride duran bir adama seslendi (ben arabadan inmeden önce de o adamla konuşuyordu zaten) o adam da türkçe bilmediğini ifade etmeye çalıştı. elindeki telefonu gösterdi bir numara çevirdi ve bana verdi telefonu. telefondaki adam bana buyrun filan derken benim artık nevrime döndüğü için adama direkt bu kız çocuğu kimin diye sormaya başladım. adam telaşla telefonu arkadaşına ver dedi, ben telefonu verdikten sonra diğer adam ve çocuklu adam saniyesinde yanımdan ayrıldılar. o saatten sonra peşlerinden gidemedik çünkü iyice ara sokaklara girmişlerdi artık. polisi aradık bilgi verdik. ama peşine düşecekler mi bilmiyorum. elimden hiçbir şey gelmemesi de iyice canımı yakıyor. ama suriyeliler meselesi bireylerin tek başına çabasıyla çözülecek bir durum değil. işin daha kötü yanı bu tür durumlar arz-talep meselesi gibi. o gece o kız çocuğu için pazarlık yapacak pisliklerin de bu dünyada varolduğunu bilmek ise bende büyük bir nefret ve öfke uyandırıyor. iyi insanlardan tek dileğim olabilir, bu tür durumlara daha duyarlı ve gözleri açık yaklaşımları gerekiyor. ben dün gece arabadan inerek belki o gecelik kurtardım o kız çocuğunu. birileri daha dikkatli olursa belki de o ve onun gibi kız çocuklarının hayatlarını kurtarabiliriz. onun ötesinde benim bu devletten yana hiçbir umudum yok. *telefondaki polisin bize iki kadın olarak o saatte orada ne işimiz olduğunu sorması sanırım benim umutsuzluğumu size tarif edebilir. ** ne yapılabilir, ne yapabiliriz; her türlü destek vermeye, yardım etmeye açığım. *** çok kişiden destek ve yardım mesajı aldım, çok teşekkür ederim herkese. sadece şikayet dilekçesi için savcılık mı emniyet mi daha verimli olur bunu bilemiyorum. ama umarım bir tane de olsa el birliğiyle bir çocuğun hayatını kurtarırız. ayrıca burada da bir çocuk hayatı söz konusu: (bkz: minik eymen celep'e yardım ediyoruz kampanyası)"

mutlu tüccar: "kafamı karıştıran topluluk. şimdi bunlara karşı çıkan faşist, ırkçı oluyor ya, bunu merak ediyorum: suriyeliler, ırk olarak türklere, afrikalılardan* daha yakın, değil mi? e peki o zaman bu ırkçılar, haddini aşan* 1-2 dallama hariç, neden hiç afrikalı göçmenlere, sığınmacılara laf etmiyor? sayıları az da değil, semtine göre bir sürü afrikalı göçmen görmek kolayca mümkün. e peki neden bu ırkçılar zerre rahatsız olmuyor bunlardan? ulan yoksa afrikalıların, dilenmektense en kötü durumda bile hiç olmadı işportacılığı tercih ettikleri için, savaştan kaçıp "hadi 5 çocuk yapayım" demektense bakabildikleri kadar çocuk yapmaları ile alakalı olmasın bu olay? e peki bu adamlar neden it, kopuk olmak yerine insan gibi geçinmeyi tercih ediyor? tamam, suriyeliler savaştan kaçmış da somali, sudan, eritre, darfur gibi yerler çok mu parlak? afrikalılar hiç mi yardıma muhtaç değil? hep afrikanın prensleri, dükleri ve kontları mı sığınmış yoksa türkiye'ye? adam bildiğin soykırımdan kaçmış ve türkiye'ye sığınmış, durumu en az suriyeli mültecilerinki kadar perişan, yine de "tamam

türkiye'ye kapağı attım, istediğim gibi ortalığın amına koyabilirim artık" demiyor. yani ilginç bir durum var ortada. iki mülteci topluluğu var ülkede. ikisi de benzer şartlar altına türkiye'ye sığınmış, ama biri* sevilmezken diğeri* seviliyor. ve sevilmeyen topluluk, türklere genetik ve kültür açısından sevilen topluluktan daha yakın. evet ilginç bir durum. çünkü törklerin faşik ırkçılığından dolayı. hmhm. başka açıklaması yok. tanım: ırkçılardan kurtulabilmesi için acilen türkiye'yi terketmesi gereken topluluk.

Yansız/Nötr metin içerikli entry'lerden "Sığınmacılar ile ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen" metinler bazıları;

herospower: "ne ilk ne de son. sığınmacılar her daim oluyor. ancak burası istanbul... taksim, zincirlikuyu, beşiktaş, eminönü, sultanahmet, kadıköy derken şehrin her yerine şanslarını denemek maksatlı gelmiş ve çareyi dilencilik yapmakta bulan binlercesi var. kabul edilemez olan budur. ülke olarak sorumluluk alıp madem tuttun getirdin, üstüne maaş bağladın bari takip edilsin. dilencilik suç değildir kanunlara göre ancak bu kadar çok olmaları normal mi? kaybolan çocuk felci geri geldi. temizliklerine dikkat edemiyorlar çünkü şartları olağanüstü kötü. şimdi aramızda yaşıyorlar daha mı mutlular? ne olacakları belli değil. bildiğin koca ülkede arafta yaşıyorlar. zaten 3. dünya ülkesi gibi memleket bu hükümetin keyfe keder uygulamaları ile iyice dayanılmaz bir hal alıyor. sınırda çok büyük devasa kamplar yapılmalı ve aldıkları 800 lira ile asgari bir yaşam sunulmalı, gerekirse onlara köy/kent yapılmalı ancak koca metropolde başı boş bu kadar adamı kontrol altına alamamak çok feci sonuçlar doğuracaktır. ne olur bu hikayeyi başka ülkelere göre uyarlayın, nerede bu kadar başıboş takılabilirlerdi? gerektiğinde binlerce polisi bir anda başımıza dikebilen sistem bu konuda çıt çıkarmıyor. ben sorguladığım zaman mı kötü oluyor?"

minnesota: "geçenlerde bir akraba sohbetinde konuşulurken kulak misafiri oldum. bizim didinin didisinin didisi doktora gitmiş, sgk'sı ya yokmuş ya sgk da doktorun yazdığı ilacı karşılamıyormuş, çok pahalı olduğu için alamamış. türk milleti çok zeki insanlardan oluşuyor bence, adam bi suriyeli bulup onun üzerine yazdırmış ilacı da beleşe edinmiş eczaneden. çooook komik değil mi lan. aslında vatandaşı olmasak çok eğlenceli bi ülke türkiye."

Tablo 3.10. Entryler'de Hedef Gösterilme Durumu

Hedef Gösterilme Durumu	Sayı	Yüzde
Hedef gösterilme var	315	98,4
Hedef gösterilme yok	5	1,6
Toplam	100	100

Entrylerde paylaşılan metin içeriklerinin büyük bir çoğunluğunda hedef gösterilme (%98,4) söz konusu iken içeriklerin %1,6'sında hedef gösterilmemiştir.

Tablo 3.11. Entryler'de Hedef Gösterilenler

Hedef Gösterilenler	Sayı	Yüzde
İrk	239	75,4
Erkekler	25	7,9
Çocuklar	24	7,6
Aileler	24	7,6
Kadınlar	11	3,5
Diğer	7	2,2
Gençler	6	1,9
Yaşlılar	1	0,3

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Entryler'de kimlerin hedef gösterildiğini ölçümlemeye yönelik olarak oluşturulan 8 kategori içinde veriler analiz edildiğinde en çok ırk olarak (%75,4) yani toplumun bütünü hedef gösterme sonucu görülmektedir. En az hedef gösterilenler ise yaşlılar (%0,3) ve gençlerdir (%1,9). Diğer hedef gösterilenler ise; %7,9 Erkekler, %7,6 Çocuklar ve Aileler, %3,5 Kadınlar hedef gösterilmektedir. Kategoriler dışında başka hedef gösterilen diğer %2,2'lik kısmı 7 tane entry oluşturmaktadır.

Entry'lerde hedef gösterilen ırk'a (toplumun bütünü) yönelik olarak üretilen nefret söylemlerine örnek verecek olursak;

extranonino: “geri postanlanması gereken virüslerdir. istanbul'da özellikle aksaray ve fatih bölgesinde her yeşillik ve köprü altında bunlar, trafik ışıklarında bunlar, leş gibi üstleriyle metrolarda bunlar. kendileri yetmiyormuş gibi hastalıklarıyla beraber geldiler ve kuruttuğumuz hastalıklar geri geldi. araplarla geçirdiğim bir yazdan zaten sevmezdim iyice tiksindim millettten. istanbul'un anasını ağılattılar ve görünen o ki daha da beter edecekler. milletin zaten canı burnunda bir de bunlar tuz biber ekiyorlar, yetmiyormuş gibi çete gibi her yere çöreklenmeye çalışıyor lanet herifler.”

ozgrsrky: “vay arkadaş açık ve net bir şekilde ileride olacakları söyleyen adamların ne faşistlikleri kalmış, ne ırkçılıkları kalmış. amelenin bir de karşısına çıksa bir suriyeli bir tas çorba vermez ama buradan millete saydırır. la aslanım o kadar meraklıysan al evine, iş

ver fakat şu örnekleri unutma; evine aldığı suriyeli giderken evi soyar, iş verdiği 50 tl için bogazını kesmeye kalkar dükkana giren ya para ister yada ne çalabilirim diye bakar yolda yürürken ya sevgiline ya anana yada kız kardeşine tacizde bulunur üniversiteye girecek olursun kontenjan dolmuş olur asgari ücretle bile olsa iş ararsın ama onun dahi yarısına çalışan suriyeli olduğu için s*kindirik bir iş bile bulamazsın. bunlar daha iyi günler daha öncede sığınmacı veya göçmen geldi bu memlekete baktık bağrımıza bastık; sayıları 100-150 bin civarı idi belli yerlere yerleştirildiler iş verildi konut verildi vs. suriyeli durumu farklı en azından sayı 2.5 milyon civarına yaklaştı ve hiçbiridoğru dürüst kayıt altında değil; iki gün sonra g*tünü kesseler ara belki bulursun. yada arama lan al evine besle.”

oylemelesineinsann:” hiç bir zaman yardım etmediğim sığınmacılardır. neden mi kendim de dahil türk halkı olarak yoksuluz ve giderekte yoksullaşıyoruz ve nüfus olarak azalıyoruz. yardım edecek olsam kendi insanıma yardım ediyorum. "önce can sonra canan", "önce caminin içi sonra dışı" demiş eskiler. geldiklerinden beri türlü türlü çakallıklarını gördük. dolandırıcısı mı dersin evli insanların yuvalarını yıkan mı dersin. acıma ve yardımlaşma hissini bu arkadaşlar sayesinde kaybettim. dün anadolu yakasını gezeyim dedim biraz, belki orada yoklardır diye tam sevinirken dönüş yolunda yine aynı tablo. evde, sokakta metro da işe giderken her yerde yamuk ve iğrenç tipler ve iyice nefret ettiğim gırtlaklı arapçaları. edit: virgül”

rakirikirealdo: “her ne kadar şu an için çok fazla sesleri çıkmasa da ki bazı yerlerde sürekli sorun oldukları haberlerini okuyoruz bi yirmi yıl sonra özerklik isteyecek bir başka grup olacaklardır.bu hızda göç ve bu hızda üremeye devam ederlerse 2035 te bu ülkede kaba hesap 25 miyon suriyeli olacak ana dilde eğitimle başlayacak süreçte olaylar olaylar.. bu senaryo hiç yabancı değil sanki.”legolarn: “defolup ülkelerine geri dönmeleri gereken zararlı topluluk. gidip kendi topraklarında savaşıp ülkelerine düzeni getirmeleri ya da bunu denerken gerekirse ölümlerle ülkelerini kurtarmaya çalışmaları gerekiyor. kuyruklarını bacakları aralarına sıkıştırıp benim ülkeme gelip zaten dağılmak üzere olan düzeni iyice hırpalamalarına gerek yok. bu sözde gariban mülteciler!! günümüzün katilleri , hırsızları , savaş suçluları ve geleceğin mafyaları , teröristleri olacaklar. benim topraklarımda bana sorun çıkartacaklar. insan hakları diyenin ağzına sıçarım artık. ıslak neo-osmanlı hayalleri kuran akp hükümeti tarafından sadece müslüman bunlar osmanlı ailesi bunlar diyerek ülkeye dolduruldular. arap sevicilerin arap kültürünü yayma , halka benimsetme hamlesi ve oy depoları olarak özellikle kıyı şehirlerine ve büyük şehir merkezlerine doldurduğu bu sürüyü artık akp bile kontrol edemiyor. adamlar ellerini kollarını sallayarak her yere doluştular. yaşam şartlarına bakmadan ürüyorlar. alışık olmadıklar ve muhtemelen alışamayacakları

sosyal hayata her yaptıklarıyla zarar veriyorlar. insan haklarına uygun mültecilik böyle olmaz. alırsın belli bir sayıda insanı koyarsın kamplara orada her türlü imkanı sağlarsın ki adamlar mağdur olmasın. savaş bitince de sınır kapısından postalayıp ülkelerine yollarsın. budur.”

Tablo 3.12. Entryler’de Ayrımcılık

Ayrımcılık İfadesi	Sayı	Yüzde
Ayrımcılık var	232	72,5
Ayrımcılık yok	88	27,5
Toplam	320	100

İncelenen entryler arasında ayrımcı ifadelere yer verilip verilmediğini ölçümlemeye yönelik olarak kategorileştirilen ifadelerin verilerinin analizi sonucunda içeriklerin büyük bir çoğunluğunda (%72,5) ayrımcı ifadeler yer bulurken %27,5’inde ise ayrımcı ifadelerin yer almadığı görülmektedir.

Suriyeli sığınmacılar başlığı altında ayrımcılığın var olduğu entry’lere örnek vermek gerekirse;

*ray quick: “iki milyon kisiden bir tane yetenekli cikmasi geri kalanlarin emlak piyasasinin agzina s*ctigini,ben yuzlerce lira prim oderken kendilerinin hastanede beles tedavi oldugunu ilaca para odemediklerini,kendileri geldikten sonra asayis probleminin arttigini olaylatda artis oldugunu,cocuk felcinin yeniden hortladigini,biz yillarimizi calisarak heba edip universiteye girerken kendilerinin sinavsiz alindigini devletin birkac yuz lira borc icin vatandasin girtlagina cokerken kendilerine para verip 2 milyar lira harcadigini,her yerde kacak calisarak bircok ailenin ekmegi ile oynadiklari gercegini degistirmiyor maalesef.evet yeteneki ise yarar insanlari alalim beyin gocu yapalim ne guzel ya geri kalan milyonlarcasi? once bunlardan sonra bunlara sebep olanlardan kurtulmak umidiyle bir sozluk yazarinin dedigi gibi "suriyelilerden de bir b*k olmaz onlari savunanlardan da.””*

ruzgarin fisiltisi: “başımıza resmen bela olmuşlardır. türkiye'deki bazı üniversitelerin master ve doktora programlarına sinavsız ve mülakatsız olarak, sanki babalarının çifliği gibi rahatlıkla kabul edilmektedir bu sıfatsızlar. bununla kalmayıp mevcut hükümetten şahane burs almaktadırlar. bu sayede hükümete sonsuz bir minnet duygusuyla bağlıdırlar. hükümete yapılan eleştirilerden çok rahatsız oldukları gibi, gerektiği durumlarda adeta muhbir veya ajan gibi çalışabilme özellikleri de vardır. okul ortamı içinde huzursuzluk ve fitne çıkarmak

gibi uğraşları da vardır. bu sakat suriye politikası yüzünden resmen kendi evimizde mülteci durumdayız, farkında mısınız?”

bubez laab: ”(bkz: ırkçı değilim ama araplar türkiye'ye gelmesin) şaka lan şaka mevzubahis araplar olunca gayet de ırkçıyım. sevmiyorum arkadaş bi milleti, dilini, kültürünü sevmiyorum. zorla mı kardeşim?”

*medvedev: “resmi rakamlara göre 2 milyon..ama gerçek rakamlara göre 5 milyonu geçtik suriyeli, şuan anadolu ve trakya topraklarında. bu *.ç'larının memleketine sen gitsen..anana bacına tecavüz ederler..senin de kafanı keser top oynarlar. bunlar *.ç. olmasa, kendi topraklarını bırakıp gitmezler..*q yamyamlarına karşı savaşırlar. bugün herkes kürtlere kızıyor! ama kürtler kobane'de topraklarını bırakıp gitmediler..o işid denen o.ç topluluğuna karşı direniş gösterdiler.. yine söylüyorum..bu adamlar türkiye'de tutunursa eğer..gasp, yaralama, öldürme, tecavüz, hırsızlık had safhaya ulaşır.. istanbul'da o kadar yok..gidin bi ankara'ya da, ankara'nın halini görün..başkent olacak sözde..*

*sonbaharadam: “kadın ve çocuk sığınmacıları alırsın güvenli biyerde tutarsın da erkekleri niye alıyosun hala anlamış değilim. kendi ülkende savaştan kaçıyosun madem burada milletin karısına çoluğuna çocuğuna niye sarkıyosun. o zaman huzur bozuyorsan gebermeye de hakkın var. geberin gidin not: cebinde ki elli lira için işverenini, kafasına demir çubukla vura vura öldüren suriyeli p*ç kurusunu da unutmadım”*

Tablo 3.13. Entryler’de Önyargı

Önyargı İfadesi	Sayı	Yüzde
Önyargı var	294	91,9
Ön yargı yok	26	8,1
Toplam	320	100

Entry’lerde sözü edilen konunun veya olayın ön yargısal ifadeler ile dile getirilip getirilmediğine bakıldığında içeriklerin büyük bir çoğunluğunda (%91,9) önyargı ifadeleri göze çarpmaktadır. Olayın ya da konunun ifade ediliş biçiminde önyargı içermeyen üsluplar ise içeriklerin %8,1’ini oluşturmaktadır.

Suriyeli sığınmacılar başlığı altında önyargının var olduğu entry’lere örnek vermek gerekirse;

hayvanım ama evcil değilim: “esad tarafından bize itelenen cahil, geri ve hain insanlar.buraya gelip adamlar savaştan kaçıyor empati yapın biraz yahu diyen arkadaşları anlayamıyorum. ne empatisi kardeşim bu ülkenin insanı tarihte hiçbir savaştan

kaçmadı.çanakkaledede ,yemende, sarıkamışta, kurtuluş savaşında şehit olacağını bile bile gitti vatanını korumak için savaştı.güneydoğuda teröre binlerce şehit verdik.kanla canla kurulan bu ülkeye elin arabı gelsin elini kolunu sallaya sallaya bok etsin kendi karanlığına çeksin diye ölmedi o insanlar. en kısa zamanda defolup gitmezlerse bu başlık altında çok ofsayt entrylerim olacak.”

neptun savascisi: “savaş esnasında şehirlere bombalar yağarken korunmasız sevişmekte beis görmeyen, çocukları savaşın içine doğurup bilmedikleri bir ülkede dilencilığe sürükleyen ve hala korunmasız sevişen insanlardır. hümanizm ayakları yapılacak son insanlardır. kendi çocuğuna nasıl bir gelecek verebileceğini düşünmeyen adama insancılık yapmak abestir. kendilerine sorulduğunda "tayyip bize bakacak..." deyip ellerinde minnacık bebek karınları burunlarında sokaklarda sürünen insanlardır ayrıca. araplar türkleri bırak birbirlerinden bile nefret ederler, fazla hümanizminizi alın daha faydalı yerlere harcayın.”

*anesyu: “haklarında olumlu yorum duymaya dahi tahammül edemediğim kitledir. istemiyorum arkadaşım yolda yürürken etrafımın bacaklarına sarılan çocuklarla dolmasını, ben akşama kadar g*tümden ter akıtırken bu at hırsızı tipli adamların benim paramla beslenmesini, iki adımda bir önüne "suriyeliyim yardım edin" yazısını koyup başında uzanıp uyuklarken para istemelerini istemiyorum *mına koyim. ben yol param kalmadığı için tüm yorgunluğumla 13 km yürümeyi göze alıp kimseden 2 lira isteyemiyorsam bu g*tlerde yattığı yerden para isteyemez *mk. lan benim dilencim gene dua karşılığı para istiyor bunlar direk kaldırım kenarlarında uzanıp para bekliyorlar lan.”*

kasar yaza: “aylardır ülkemizde olmalarına rağmen dilenmeye devam etmektedirler. bir tanesinin bile bir şey sattığını görmedim. isteseler hiç değilse karın doyuracak paralarını emekleriyle kazanırlar. ama dilenmek daha kolay ve kazançlı geliyor. bir kartona "açız" yazıp bütün gün oturmak, selpak satmaktan daha evla onlar için. ülkemizdeki zencileri örnek vericem şimdi de. ben bu adamların birini bile dilenirken görmedim. muhtemelen açlıktan ölmek üzereyken buraya gelmelerine rağmen sürekli bir şeyler alıp satarken gördüm bu arkadaşları. ve hiç pislik yapmadan, bu milletin insanına yan gözle bakmadan yapıyorlar bu işi. bu memleketin onlara ekmek verdiğinin farkındalar ve günde 50 lira civarında kar etseler bile müteşekkirlere. sonuç olarak, bana göre bu biraz da insanın onuruyla alakalı. aşırı zengin de olsalar, aşırı fakir de olsalar arapların genel yaşayış tarzı yattığı yerden para kazanmak. bundan dolayı da gittikleri hiçbir yerde kabul görmüyorlar.”

kup tuz: “geçen gün kapımıza gelip, valide hanıma çamaşır makinemizi kullanmayı sormuslar. şuan meşgulüz diye geçişdirdi kadın. ayrıca tanıdık simalar vs bile değilken bu ne yürektir. asıl olaykullandırmamak değil, alıştırılmamak. (hazıra) sorunları var ise direkt

muhtar,a belediyeye veya kimse bunlardan sorumlu onlara gitmeliler. bir ara suriyeli sığınmacılar güneş gözlüğü istiyor diyorlardı da biz asparagas sanıyorduk. izmir'e de heryere dolmuşlar. çalışma izinleri de çıktı, nerdeyse benden çok hakları ve devlet güvenceleri var, (ben gss ödüyorum ve bilimum vergi veriyorum) başımıza bunları bela edenlerin her yerine...”

Tablo 3.14. Entry’lerin Nefret Söylemi Kategorisi

Nefret Söylemi Kategorisi	Sayı	Yüzde
Yabancılar ve göçmenlere yönelik nefret söylemi	286	91,4
Siyasal nefret söylemi	49	15,7
İrk temelli nefret söylemi	43	13,7
İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi	16	5,1
Engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemi	9	2,9
Cinsiyet temelli nefret söylemi	8	2,6

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Suriyeli sığınmacılara yönelik olarak geliştirilen nefret söylemleri kategorilerini temel olarak incelenen verilerin sonuçlarına göre entryler’de en çok yabancılar ve göçmenlere yönelik nefret söylemini (%91,4) içerirken en az ise cinsiyet temelli nefret söylemine (%2,6) rastlanılmıştır. İçeriklerin % 15,7’sinin “Siyasal nefret söylemi”, %13,7’sinin “İrk temelli nefret söylemi”, %5,1’inin “İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi”, %2,9’unun “Engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemi” kategorisinde yer aldığı söylenilebilir.

Suriyeli sığınmacılar başlığı altında en çok yabancılar ve göçmenlere yönelik nefret söylemleri ortaya çıktığı görülmektedir. Entry’lere bakıldığında sıkça rastladığımız yabancılar yönelik nefret söylemlerinin ve küfür dilinin ekşi sözlük üzerinde yeniden üretildiğine ve dolaşıma girdiğine dair örnek entry’ler ise şöyledir;

*17december: “siyasal islam'ın musibetlerinden en beteridir. ülke olarak onlarca sene yok etmek için uğraşılan ve başarılan verem, çocuk felci, kolera, tifo, cilt hastalıkları ve onlarca hastalık sayelerinde salgınlaşmaya başladı. bazı dangalaklar sırf aynı dindeniz diye tolerans tanıyor lakin bu yaratıkların din kitap gibi dertleri yok. istediklerini alamamaya başlayınca daha da saldırganlaşacaklar. o zaman ne boy yiyeceksiniz bakalım. vallaha ne diyim alevi düşmanlığı uğruna bir ülkenin *mına koymak bu olsa gerek.”*

lahmacun kafa: “türkiyenin geleceğini s*kmek için aramıza sokulan insanlar. en az 2 milyon insanı türkiye'nin göbeğine rastgele bırakmak tarihin en büyük vatan hainliklerinden biridir.”

burnuna sinek konmuş somali katibi: “emek veriyorlarmış. vergi ödüyorlarmış. çalışıyorlarmış. tam ciddiye alacağım, bana bir gülme geliyor. troll herhalde. başka açıklaması yok. tanım: bebek maması yiyerek s*k kaldırmaya çalışan sürü.”

allahdiyenaslan: “suriyelileri gordukce sinirlerim zipliyor arkadasim. suriyeli gebeye ultrason yaparken sinirlerim zipliyor. yaninda 2 cocugu daha var. yetmemis ucuncuyu yapalim demisler. kapidan kocasi gorunuyor, belli bir derdi var. meger biz erkek ogrenciler kiymetli karisina dokunacak diye huzursuzlanıyormus. s*ktir cekiliyor adama. sove sove bir seyler ogrenilmeye devam ediliyor. adam yabancı bir ulkede siginmaci, turkce bilmiyor, hicbir seye para vermiyor ve olanca piskinligiyle olay cikarabiliyor. ben yediremiyorum abi, bu ulkenin evlatlarına harcanacak paraların suriyelilere yedirilmesine dayanamıyorum. para hadi neyse, *rospu cocukları buranın sahipleriymis gibi davranıyor simdiden. cok degil 5 sene sonra ne olacak bu cogalma hiziyla?”

masa penisi: “az önce evimin önünde silahlı kavgaya karışan topluluğun insanları, sığınmacı deniyormuş kendilerine. nedense kavganın silahlı olmasına neden olanlar kendileridir. bizim mahallenin gençlerine kuru sıkı silah çekip hiç tereddüt etmeden ateş etti gözümün önünde, kuru sıkı değil de gerçek silah olsaydı ne olacaktı? bul bulabilirsen 2 milyonluk sürünün içinden ne idiği belirsiz bi adam, ne kaydı var ne birşey, polise desen uğraşmaz kestirip atar olan vurulan çocuğa olur. neyseki mahallenin esnafı hızlı davrandı da kafasını gözünü patlattılar bu "sığınmacının". hayır madem bu kadar silah kullanmayı bilen delikanlısın o silahı çok yanlış yerde kullanıyosun s*ktir git ülkeni kurtar *mk.”

Tablo 3.15. Entry’lerde Nefret Söylemi

Nefret Söylemi	Sayı	Yüzde
Yargıda bulunma/kendince konumlandırma	249	79,6
Abartma/anlam yükleme söylemi	215	68,7
Küfür/hakaret söylemi	92	29,4
Aşağılama/alay etme söylemi	92	29,4
Düşmanlık/savaş söylemi	16	5,1
Önemsememe/yok sayma söylemi	8	2,6
Doğal kimlik ögesini nefret olarak kullanma	4	1,3
Diğer	3	1,0

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Suriyeli sığınmacılara karşı geliştirilen nefret söylemine odaklanıldığında, en çok “Yargıda bulunma/kendince konumlandırma” (%79,6) ve “Abartma/anlam yükleme” (%68,7) söylemi, en az ise “Doğal kimlik öğresini nefret olarak kullanma” (%1,3) söylemine yer verildiği görülmektedir. İçeriklerin %29,4’ünde “Aşağılama/alay etme söylemi” ve “Küfür/hakaret söylemi”, %5,1’inde “Düşmanlık/savaş söylemi”, %2,6’sında “Önemsememe/yok sayma söylemi” yer almaktadır.

İncelenen entry’lerde öfke, kızgınlık, önyargı, hakaret duyguları içeren ifadeler çoğunlukla yer almaktadır. Bunlardan bazılarına örnek verecek olursak;

einemeinekeine: “türkiye’yi en az 20 yıl geri götürenler; otobüslere, uçaklara doldurulup bağırta bağırta ülkelerine teslim edilesiceler. yılda 30 bin adet yavru bırakıyorlar. yavrular, parklarda çete halinde gezip salıncak kırıyor, zorbalık yapıyor türk çocuklarına. duruma müdahale eden bekçiye, kendi dillerinde küfür sallayıp el kol hareketi yaptıktan sonra bu yaratıklar, oradan hızla uzaklaşıyorlar.(bkz: ev sahibini döven misafir)”

*xaxxbczcaaxax: “ülkeyi hacı baba tekkesi sananların aşığı olduğu yağmacılar. herif ülkeden o kadar kopmuş ki burayı norveç filan sanıyor. savaştan kaçarlara ama durmadan çocuk peydah etmekten de geri kalmazlar, ne de olsa besleyen var *mk, dur durak bilmeden üreyin. doğurmaya devam edin, devam edin ki kıyılara cesedi vurunca vicdan masturbasyonu yapacak malzeme çıksın hümanist sığırlara, bir tek o zaman varlığınızdan haberdar oluyorlar çünkü.”*

*camdaki kedi: “pek çoğu vatan hainidir(bizim meşhur siyasetçimizin işine gelmeyece etiket olarak vurduğu anlamda değil bildiğin ciddi ciddi vatan haini) geçen fotoğraf çekimi için gittiğim eskişehir’de bir kafeye oturdum, böyle esmer, pis bakışlı, pek çoğu kilolu, bağıra çağıra bilmediğimiz bir dilde konuşan, fütursuzca kahkahalar savuran bir kaç masa dolusu tipler gördüm. çoğu orta yaşlı ve gayet sağlıklı görünen tipler. keyifle nargilelerini tütürüp, tavlalarını oynuyorlar, çayların biri boşalınca hemen yenisi geliyor masaya. aklıma bile gelmedi suriyeli sığınmacı olabilecekleri. arkadaşla döndüm ve burada da mülk alan çok arap zengini var mı dedim. ne zengini bunlar mağdur(!) suriyeli sığınmacı kardeşlerimiz dedi. kelle başı 800 lira yardım alıyormuş ağalar. yaşlı, kadın çoluk, çocuk anlarım da ulan elin, kolun sağlam, gencecik bir insansın. ülkende savaş var,ortalık yangın yeri, sense g*t korkusuna kaçmışsın gelmişsin burada gününü gün eyliyorsun. sen hain değilsen ben miyim hain?”*

kuntz 31: “sadece antakya’da 5 tane araba çaldıklarını bizzat bildiğim mazlumlardır ! muhtemelen bu arabaları suriye’de patlatılıp sivillerin ölmesine sebep olacak olan terörist ve destekçileridir bu hırsızlığı yapanlar. son olarak dükkanında suriyeli çalıştıran ve bugün

suriyeli işçisiyle beraber arabası ortaldan kaybolan adama geçmiş olmasın diyorum. hatta iyi olmuş. şimdi duyanlar görenler lütfen bildirin diye ağla bakalım.”

patlak fermuar: “şayet bu arkadaşları sevmemek ülkemde istememek ırkçılık ise ırkçıyım. bak bunlar iyi günlerimiz ben size söylüyorum bir ailede 7-8 adet 18 yaş altı çocuk var. aç kalmamak için her şeyi her işi yapıyorlar. oturduğum yer adına konuşacak olursam kiralar geçen seneye nazaran %75-80 oranında arttı. konfeksiyon atölyeleri silme bunlarla kaynıyo. ulan kasadan geçtiğim ürüne bakıyorum kek gofret. adamlar gofretle çalışıyor. milletin yakasına yapışıp açız demeler para istemeler torbalarını aşımalar neler görmedim ki. bugünün çocukları yarın büyüdülerinde çete kurup asayiş de bozacak. tecavüzü gaspı o zaman gör. bir an önce hudut güvenliğinin üst düzeye çıkarılması kuş dahi uçurulmaması bu insanların mülteci sıfatıyla kamplara alınması ve şehirlerden toplanıp bu kamplarda tutulması gerekir ya da sınırın diğer tarafına mı postalarsınız ne yaparsınız bilmem. kendi aralarında bağıra çağıra konuşmalar kural tanımamazlık hırsızlık gasp hepsi bunlarda.”

Tablo 3.16. Entry’lerin Favorilere Eklenme Durumu

Favori	Sayı	Yüzde
Favorilere eklenmiş	283	88,4
Favorilere eklenmemiş	37	11,6
Toplam	320	100

Suriyeli sığınmacılar başlığı altında şükela modunda incelemeye tabi tutulan entry’lerin favorilere eklenme durumu incelendiğinde entry’lerin büyük bir çoğunluğunun (%88,4) favorilere eklendiği görülmektedir. 37 tane entry’nin de (%11,6) orana sahip olduğu görülmektedir.

Favorilere eklenen entryler arasından birkaç örnek verecek olursak;

tychey: “3,5 aylık gebeyim ve geçen hafta özel hastanedeki kadın doğumcuya cebimden 65 tl fark vererek muayene oldum. bir ay sonra detaylı ultrason çektirmemi istedi doktor ve yine başka özel bir yerin telefonunu verdi. aradık 450 tl istediler, yuh dedim noluyor başka birkaç yeri daha araştırdım en ucuz 270 tl fiyat aldım. madem sgk’lıyım devlet hastanesine gideyim dedim ki daha önceden iki kere gidip binpişman olduğum halde. hastane anababa günü ne yana dönsem suriyeli. sıramı beklerken içeriden suriyeli bir kadın çıktı hamile. 1 ve 1,5 ay sonrasına bile detaylı ultrason için yer olmadığını söyledi doktor hanım, özele gitmemi önerdiler ve çıktım. yine hemşire bir suriyeliye şu soruyu soruyordu o sırada: sen daha geçen sene hamile değil miydin? kadın da gülümseyerek yarı utanarak başıyla

onayladı; 2 aylık hamileymiş. 12 yıldır bu devlete vergimi ödüyorum ama ultrasonu, muayeneyi özelde yaptırmak zorunda kalıyorum yoğunluktan dolayı. hayatımda ilkkez hamileyim ve devletin hizmetinden yararlanamıyorum. tepe tepe yararlanıyor suriyeli bacılarım.” (336 favori)

masai mara: “suriyelilerden rahatsız olanları ırkçı, kemalist, elitist, gezici, solcu vs. diye yaftalayan adam kaç suriyeliyi evinde barındırıyor bi söylesin. davar sürüsü gibi memleketin içine 2 milyon yabancı salmak senin gibi adamların yapacağı iş. o düşman olduğun modernler yapmıyor böyle şeyler. niye? çok vicdansızlar di mi? burası ülke lan ülke, koskoca bir memleket. millet kirlayacak ev bulamıyor, it gibi çalışıp günde 50 lira kazanmaya çalışan insanların işlerini 20 liraya suriyeliler yapıyor. antepi, urfalı, hataylı insan değil di mi? bizim ülkemizde savaş yok diye hepimiz çok rahat yaşıyoruz di mi? klavyenin başından öyle görünüyorsa ülke biz de orda yaşayalım. bakabileceğin kadar adam alırsın, onu da belli bir alanda tutarsın. en azından adam gibi bakarsın. ne vatandaşını rezil edersin, ne o insanları perişan edersin. ustanızın suriye politikası yerlerde sürünüyor, şunu kabul edin de kafa ütölemeyin.” (172 favori)

sag eliyle dusunen adam: “bak guzel kardesim. 80'lerde bu memlekete bir gecede 300 bin kadar bulgar turku akin etti. bir tanesi sokaga cikip dilencilik yapmadi, vatandasa satasmadi, dovlet bize bahmiir demedi, etrafa rahatsizlik vermedi. hepsi once kendine is bakti. seviyesinin altindaki ise bile burun kivirmadi. ucu-besi bir araya gelip baslarini sokacak bi yer yapmaya giristiler. insan gibi yasamak, kabul gormek icin it gibi calistilar. yasi musait olup o gunlere tanik olanlar daha iyi anlayacaktır aradaki farki.” (141 favori)

kalbini sokup okyanusa atan adam: “100 bin bebek doğurmuşlar. adamlar mülteci, sığınmacı değil seks makinası *mk. ülkenin anasını s*ktiler. bu nasıl iç savaştan kaçmak lan? savaştan kaçıyorsun, sefalet içindesin(büyük çoğu) ama hala sevişip çocuk yapıyorsun. 100 bin bebek ne demek? 5 buçuk milyar dolar gitmiş bu arap kardeşlere, bu ülkenin aç, yoksulu yok mu da bu kadar para gidiyor. kendini padişah sanmanın, herkese atarlanmanın sonu budur işte.100 bin bebek, 100 bin potansiyel gaspçı, dilenci, hırsız, katil! (bkz: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/29098215.asp>.” (103 favori)

isolde: “istanbul'un bir ilçesindeki toplum sağlığı merkezinde çalışan doktor bir arkadaşım 2004 doğumlu suriyeli bir kız çocuğunun 31. hafta gebelik kaydını girdi bugün. hemen ihbar et dedim, ailenin imzalı kağıdı olduğu için ihbar edilemiyormuş. bazı milletlerin kültürü olmaz, onlar kültür üretmez, pedofili ve mizojini üretir. gebelik, 2004. ikisini aynı cümle içinde duyunca tüyleriniz ürpermiyorsa insan değilsiniz.” (153 favori)

Tablo 3.17. Entry'lerdeki Favori Sayısı

Favori Sayısı	Sayı	Yüzde
1-10	162	56,4
11-20	62	21,6
21-30	16	5,6
31-40	11	3,8
41-50	7	2,4
51 ve üzeri	29	10,1
Toplam	287	100

Entryler en çok 1-10 (%56,4) arasında favorilere alınırken en az 41-50 (%2,4) arasında favorilere eklendiği söylenilebilir. Entry'lerin genel favori dağılımları incelendiğinde, %21,6'sının 11-20, %10,1'inin 51 ve üzeri, %5,6'sının 21-30, %3,8'inin 31-40 favori aralığında eklendiği görülmektedir.

Entry'lerden favori sayısı 1-10 arasında olan Suriyeli sığınmacılara yönelik nefret söylemlerinden birkaç örnek verecek olursak;

*lostdiary: "bunlardan 10-15 kişilik bir çocuk dilenci çetesi var atatürk havalimanı dış hatlar terminali girişinde... mutlaka çete başı bir yetişkin. allah'lı rıza'lı arapça bir şeyler konuşup tüm gelen geçen turistin bacağına yapışıyorlar. 10 çocuk günde hiç toplamasa 100 lira toplamda para alır. 3000 tl aylık eder o da. len öğretmen 2300 alıyo burada! kardeşim s*ktir git kampına. y*vşak! savaştan kaçtın diye 3 odalı daire mi vereceğiz sana? Hayatın kurtulduysa ve karnın toksa oturacaksın orada. istanbul'da işin ne? sanki deprem olsa memlekette biz farklı koşullarda yaşayacağız? yaşayın işte kampta... bunlar kalıcı *q. ben diyim size!"*

makinedeki hayalet: "depresyon, yalnızlık, mutsuzluk gibi birçok illetle boğuşurken bunların bebek arabaları ile minibüsleri işgal etmelerine tahammül edemiyorum arkadaş. ülkeniz enkaza, mezarlığa dönmüşken hiç mi tasa duymazsınız? sınırlı sayıdaki hippy bozuntusu dışında kimse tahammül edemiyor bu bedevilere. edit: bebek arabaları "çoğalmaya" ilişkin bitmeyen enerjilerine dair bir metafordur!"

kararsizmiyimbilemedim: "bayramda ülkelerine gidebilecek kadar rahatlırsa, neden sürekli bu insanlar üzerinden duygu sömürüsü yapıp duruluyor? her şeyin nedeni apaçık belli de, siz "ırkçılar yha aynı durum sizin başınıza gelse nolurdu?" diyip durun."

housemdninbastonu: "gelmesinler kardeşim artık ya. masrafını da ben ödemek istemiyorum enayi miyim ben? iyi valla adam gelsin burada bizim ekmeğimizi çalsın ben de

*buna müsaade edeyim. üstüne bir de deli gibi suç işlesinler. s*ktirin gidin lan buradan. biz kendimize yetemiyoruz daha.”*

onucuncukizginadam: “sığındıkları topraklarda sadece sığınmakla kalmayıp 30.000 tane de çocuk yapan grup. bu geçen senenin eylül ayının kayıtlı verileri. var sen bunun kayıtdışı boyutunu düşün. araştırmanın üzerinden 10 ay geçmiş o günden bu yana yine rahat durmamışlardır hınzırlar. biz bi kafede öpüşsek garson gelir 'lütfen düzgün oturun' der. dağda, bayırda, kaldırımında kalan mülteciler üstüne bir de çocuk yapıyor. insan hakaten hayret ediyor.”

Tablo 3.18. Entry’lerde Referans Gösterilme Durumu

Referans	Sayı	Yüzde
Referans kullanılmamış	263	82,2
Ekşi sözlük içinde başka bir başlık	24	7,5
Ekşi sözlük dışında başka bir referans	19	5,9
Her ikisi de	4	1,3

*Satır yüzdeleri hesaplanmıştır.

Entry’ler içerisinde sözü edilen konu ya da olayın başka bir referans kaynak gösterilerek desteklenilip desteklenmediğini incelemeye yönelik olarak gerçekleştirilen veri analizi neticesinde entry’lerin büyük bir çoğunluğunda ifadelerin başka bir kaynak referans gösterilerek desteklenmediği (%82,2) görülmüştür. Bulgulara göre içeriklerin %7,5’inde ifadeler ekşi sözlük içinde başka bir başlık ile desteklenirken, %5,9’unda ekşi sözlük dışında başka bir referans gösterilmiştir. Hem ekşi sözlük içinde bir başlığın hem de ekşi sözlük dışında bir kaynağın referans gösterildiği içerik ise toplam içeriğin %1,3’ünü oluşturmaktadır.

Tablo 3.19. Aynı Yazarın Konu ile İlgili Başka Bir Entry’si var mı ?

Yazarın başka bir entry’si	Sayı	Yüzde
Başka bir entry yok	194	60,6
Başka bir entry var	126	39,4
Toplam	100	100

Ele alınan entryler’de ekşi sözlük yazarlarının Suriyeli sığınmacılar başlığı altında %10’luk dilimde, şükela modunda başka bir entry’sinin olup olmadığı incelendiğinde %60,6 oranında başka entry’si olmadığı sonucuna ulaşılırken, %39,4 oranında da başlık altında yazarların başka bir entry’leri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak toplumsal birliktelik ruhundan uzaklaşarak kendisini “ben” merkezli bir özne olarak konumlandıran günümüz insanı eşitsiz iletişim ve etkileşim süreciyle birlikte kendilerini benzer duyguları olan ve aynı dünyayı paylaşan eşit insanlar olarak değil, ayrı dünyaların ayrı insanları olarak görme eğilimdedirler. “Ben” merkezli bir zihniyete sahip düşünceler ve içerikler üreten bireyler biz olma ruhundan ve öteki olarak konumlandığı kişileri anlayabilme duygusundan uzak davranışlar sergilemektedir.

Gündelik hayatımızda birtakım süreçlerden geçerek oluşan nefret söylemlerinin inşasında sosyal medyanın rolü yadsınamaz. Sosyal medyanın olumlu çıktılarının yanısıra nefret söylemlerini “ötekine” karşı düşmanlığı ve nefreti doğrudan sınırsızca dile getirme imkanı tanıyarak söylemin üretilmesine ya da dolaşıma sokulmasına olanak sağlamaktadır.

Sosyal medya araçları içerisinde önemli bir kullanıcı ve etkileşim alanı bulunan Ekşi Sözlük’te Suriyeli sığınmacılara yönelik üretilen ve dolaşıma sokulan nefret söylemlerini incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada Ekşi sözlük yazarlarına ait 320 entry incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizi incelendiğinde entry paylaşım dilinin büyük bir çoğunluğunun Türkçe olduğu görülmüştür. Entryler kelime sayısı olarak incelendiğinde en fazla 51 ve üzeri kelime kullanılarak tanımlamalar gerçekleştirildiğini, diğer bir deyişle Suriyeli sığınmacılara yönelik gerçekleştirilen nefret söylemi içerikli entry’lerin yorumlarının boyutsal olarak kısa metinler olmadığını söyleyebiliriz.

Entry’lerin paylaşım içerikleri incelendiğinde daha çok istismar ve güvenlik içerili oldukları görülürken en az değinilen içerik konusu ise dil, kültür ve din alanlarını kapsamaktadır. Nefret söyleminin bireysel olarak mı yoksa toplumsal olarak mı oluşturulduğunu incelemek amacıyla yapılan analiz sonucunda ise nefret söylemlerin ağırlık olarak daha çok toplumsal olarak işlendiği Suriyelilerin geneline yönelik söylemler olduğu görülmüştür. Entry içerisinde sözü edilen olay ya da konunun deneyimlenme boyutu incelendiğinde deneyimlenmiş ifadelerin kaygısal ve endişe bildirici ifadelerden daha az yer aldığı belirlenmiştir. Kaygısal ifadeler ise en çok güvenlik konusu noktasında yoğunlaşmaktadır.

Entry'ler içerisinde değinilen konuya yaklaşımın nasıl olduğu incelendiğinde, konu veya olay daha çok olumsuz nitelendirmeler ile ifade edilirken yansız/nötr içeriklerin varlığı da ortaya çıkmıştır. İlk kategori olan olumlu değerlendirme boyutunda ise veri elde edilememiştir.

Entry'lerin metin içeriklerine baktığımızda olumsuz içeriklerde ön plana çıkan düşünce daha çok “Varlıklarını toplumsal kargaşa nedeni olarak görme” noktasında yoğunlaşmaktadır. Yansız/Nötr metin içerikleri ise “Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren” ve “Sığınmacılar ile ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen metinler” kategorileri altında eşit şekilde yoğunlaşmış olarak incelenmiştir.

Entry'lerde konu olan durumlarda paylaşımların büyük bir çoğunluğunda hedef gösterilme durumu söz konusu iken en çok hedef gösterilen kategorinin ise ırk kategorisi olduğu söylenilebilir. Irk kategorisi ise kadınlar, erkekler, çocuklar ve yaşlılar kategorileri altında bireysel olarak nitelendirilemeyecek Suriyeli sığınmacıların geneline yönelik toplumsal hedef göstermeler ele alınmıştır.

Çalışmanın temel noktalarından birini oluşturan önyargı ve ayrımcılık açısından veriler incelendiğinde entry'lerin büyük bir çoğunluğunda önyargı ve ayrımcılık ifadelerine sıkça yer verildiği sonucuna varılmıştır. Yazarların paylaştığı olduğu entry'lerin dili dışlayıcı, ötekileştireci, sert ve yüksek oranda hakaret ve küfür içerikli ifadeler mevcuttur. Bu ifadelerin favorilere eklenmesi daha fazla kişiye ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum nefret söyleminin sosyal medya aracılığıyla gündelik yaşamda daha fazla yer edinmesine neden olmaktadır. Böylece bireylerin bilişlerindeki algılar, sadece geleneksel medyayla değil, gündelik hayat içine yer alan tartışmaların beslediği sosyal ağ tartışmalarıyla da sığınmacı karşıtı bir yapıya bürünmektedir.

Çalışmanın örneklemini oluşturan nefret söylemlerinin tür ve kategorilerine odaklanıldığında ise en çok yabancılara ve göçmenlere yönelik en az cinsiyet temelli nefret söylemi olduğu görülmüştür. Suriyeli sığınmacılara karşı geliştirilen nefret söylemine odaklanıldığında, en çok “Yargıda bulunma/kendince konumlandırma” ve “Abartma/anlam yükleme” söylemlerinin kullanıldığını da belirtmek gerekmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre Ekşi sözlük ortamında genelde nefret söylemlerinin, özelde ise Suriyeli Sığınmacılara karşı gerçekleştirilen nefret söyleminin ne kadar yoğun olduğu görülmüştür. Sözü edilen nefret söylemlerinin önlenmesi ya da en azından azaltılması yönünde bir takım düşüncelerden hareketle gerçekleştirilen Ekşi sözlük çerçevesinde uygulamaya konulan bir denetim projesi bulunmaktadır. 2011 yılında uygulamaya konulan “Ekşi Sözlük Denetim Projesi” kapsamında paylaşılan entryler sözlüğün

yönetmeliğindeki nefret söylemi tanımına uyan başlık ve ifadeler, “Nefret Söylemi Denetim Grubu” tarafından incelemeye alınarak silinebilmekte ve nefret söylemi içeren paylaşımı yapan yazarın kendisine çeşitli yaptırımlar yapılabileceği söylenmektedir (https://docs.google.com/document/d/1rwBnpWsIEgeLVfF8rh790T_c3C4w3SvCWGiOovpvkkI/edit?hl=en_US erişim tarihi: 12.11.2017).

Ekşi Sözlük Nefret Söylemi Denetim Grubu’nun ifade ettiği şekilde nefret söylemi; “İrk, etnik köken, dil, inanış durumu, fiziksel veya zihinsel engel, bölgesel farklılıklar, cinsiyet, cinsel kimlik ya da cinsel yöneliminden dolayı belirli kişi veya gruplara bu temel özelliklere dayalı, mevcut her türlü olumsuz önyargılardan beslenerek yöneltilen nefret ve/veya şiddet oluşturabilecek nitelikteki ifadeler” nefret söylemi olarak kabul edilmektedir (https://docs.google.com/document/d/1NXmaYeRB6axl_VeOCT_vz2i8C17HNa4hEOuL6dRjJnM/edit?hl=en_US erişim tarihi: 15.11.2017).

Annakarenin, curt, filbert, guriyemin düğümleri, harrage, ok pazartesi, rygard, serhan477 kullanıcı adlarına sahip Nefret Söylemi Denetim Grubuna tüm sözcük yazarlarının nefret söylemi içeren başlık ve entry’leri şikayet etme hakkı bulunmaktadır. Şikayet edilen entryler Denetim Grubu tarafından incelemeye alınarak, entrylerin nefret söylemi içerip içermediği konusunda grup üyelerinin oylamasıyla karar verilmekte ve yazara birtakım yaptırımlar uygulanabilmektedir.

19 Haziran 2011 tarihinde uygulamaya konulan denetim mekanizması sözlük yazarları tarafından bir çeşit sansür olarak algılanmıştır. Aynı zamanda nefret söylemleriyle mücadele etmek amacıyla başlatılan projenin başarılı olduğunu söylemek mümkün değildir. Gelen şikâyetler çerçevesinde nefret söylemi içeren başlıklar ve entryler silinmektedir. Ancak her ne kadar denetime tabi tutuluyor olsa da her gün açılan başlık ve entry’lerin çokluğu, nefret söylemi içeren paylaşımların gözden kaçmasına neden olmaktadır. Ayrıca proje kapsamında nefret söylemi tanımı yapılmış olsa da hangi ifadelerin nefret söylemi kapsamında ele alınıp alınamayacağı mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra nefret söylemi içeren içeriklerin şikayet edildiği taktirde değerlendirilip yayından kaldırılması söz konusu olabileceği için, nefret söylemi içeren çok sayıda başlık ve entry halen dolaşıma sokulmakta ve sürekli yenileri üretilmektedir.

Toplumdaki düşüncelerin ürünü olan nefret söylemleri sosyal medya ortamlarında bireyleri “biz” ve “öteki” olarak ayırmsallaştırmaktadır. Böylelikle nefret söylemlerinin daha kolay yayılabilmesinin yanı sıra söz konusu söylemlerin nefret suçuna dönüşmesine sebebiyet vermesi ihtimalini de arttırmaktadır. Sürekli yenilenen içeriği ve potansiyel şiddet barındıran nefret söylemleri, toplum içerisinde hedeflenen birey ya da gruba yönelik olarak din, dil, ırk,

cinsel yönelim, etnik köken, fiziksel ya da zihinsel engellilik gibi bir takım özellikleriyle ötekileştirilerek yeni bir aidiyet değeri oluşmasını sağlar. Devamlı olarak nefret söyleminin beslendiği toplum yapıları içinde kalıpyargılar oluşmaktadır. Sözü edilen durumun sonucu olarak ise öteki olarak konumlandırılan kişi ve gruplar öncelikle kendilerine yabancılaşarak çevresine karşı soyutlama davranışı ile tepki vererek topluma karşı da yabancılaşmaktadırlar veya tam tersi bir şekilde aynı durum toplumsal bir öfkenin birikiminin başlangıcı da olabilmektedir.

Son olarak bütün bu sorunların aşılabilmesi için internet ortamlarının kendi iç düzenlemelerini oluşturmalarının yanında gerektiği zaman kullanıcılara sağladığı hizmetin iptalini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Aksi taktirde sosyal medya ortamları günümüzde olduğu gibi boş bırakılarak çeşitli nefret söylemlerinin merkezi haline gelmesine sebebiyet verilmektedir. Ek olarak sosyal medya ortamlarının kullanıcılara yönelik olarak nefret söylemiyle ilgili farkındalık oluşturulması, medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir. Toplumlarda farklı cinsel yönelimleri ve yaşam tarzları olan, etnik, dini veya diğer benzer faktörlere sahip olanlara yönelik önyargıları kırarak bir arada yaşama bilincinin gelişmesini engelleyen nefret söylemlerle mücadelede etkili olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*. Efil Yayınevi, Ankara.
- Akbulut, E., Sönmez, B. ve Okumuş, M. (2014). “Türkiye’de Fortune 500 Listesinde Yer Alan Kuruluşların Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Düzeylerine Yönelik Bir Analiz”. *Atatürk İletişim Dergisi*, (6): 104-189.
- Akdeniz, Y. (2010). “İnternet’te Irkçılık”. Ö, Dalkıran (Ed.). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 175-193.
- Akkaya, D. T. (2013). *Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algularının Tutum, Davranış ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Alankuş, S. (2013). “Başka bir Habercilik İhtiyacı ve Hak Odaklı Habercilik”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı, İstanbul, s. 219-250.
- Alğan, T. C. ve Şansever, F. L. (ed.). (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 yıl 10 örnek, Sosyal Değişim Derneği*, İstanbul.
- Alikılıç, Ö. A. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0: Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler*. Efil Yayınevi, Ankara.
- Allport, G. W. (1958). *The Nature of Prejudice*. Anchor Books Edition, US.
- Apsar, M. (2014). *Dijital Medyada Fanatizm: Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi*. Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arman, S. ve Ünlü, N. (2013). “Trans +”. B, Şeker (Ed.). *Başkaldıran Bedenler: Türkiye’de Transgender, Aktivizm ve Altkültürel Pratikler*. Metis Yayınları, İstanbul, s.105.
- Arslan, Z., Gelişli, B. ve Barak, R. (2013). *Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Dil: Eylül-Aralık 2013 Raporu*. Hrant Dink Vakfı, İstanbul.
- Arzuman, M. Ç. (2015). *Sosyal Medyanın Politik Pazarlamaya Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Askeroğlu, O. (2010). *Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medya Rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, P. (2011). *Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya*, Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Ataman, H. (2012). “Nefret Suçlarını Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak: Etik, Sosyo-Politik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları”. Y, İncoğlu (Ed.). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s.47-80.
- Ataman, H. ve Cengiz, O. K. (2009). *Türkiye’de Nefret Suçları*. İnsan Hakları Gündemi Derneği Yayınları, Ankara.
- Aygül, E. (2010). “Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması”. T, Çomu (Ed.). *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Kalkedon Yayınları, İstanbul, s.95-140.
- Aygül, E. (2013). *Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ayverdi, İ. (2008). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*. Kubbealtı Yayınevi, İstanbul.
- Babacan M.E., Haşlak İ. ve Hira İ. (2011). “Sosyal Medya ve Arap Baharı”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2): 63-92.
- Barın, H. (2014). *İslamofobi: Bir Irkçılık Çeşidi ve Nefret Suçu*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Başer, A. (2014). *Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Tutumları Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayram, A. (2012). *Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bell, A. (2009). *Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools - Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Worlds, And More*. Katy Crossing Press, Georgetown.
- Bickart, B. ve Schindler, R.M. (2001). “Internet Forums As Influential Sources Of Consumer Information”, *Journal Of Interactive Marketing*, 15(3): 31-40.
- Bilge, R. (2016). “Sosyal Medyada Nefret Söyleminin İnşası ve Nefret Suçlarına İlişkin Yasal Düzenlemeler”. *Yeni Medya E- Dergi*, (1): 1-13.
- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Binark, M. (2010). “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”. T, Çomu (Ed.). *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Kalkedon Yayınları, İstanbul, s.11-54.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon Yayınları, İstanbul.

- Binark, M. ve Çomu, T. (2013). “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s.199-216.
- Bonilla-Silva, E. (1997). “Rethinking racism: Toward a structural interpretation”. *American sociological review*, (62): 465-480.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bostancı, M. (2015). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Palet Yayınları, Konya.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers Techniques for Enhancing and Extending Learning*. Pfeiffer, San Francisco.
- Bozkurt, A. (2011). “Ayaklanmalar, İnternet ve Sosyal Medyanın Devrim 'i mi?’”. *Bilişim Dergisi*, 130: 12-16.
- Burgaz, A. (2014). *Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medyada Pazarlama (Bizce Tanıtım Halkla İlişkiler Ajansı ve Sesli Harfler Dijital Reklam Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Butow, E., ve Bollwitt, R. (2010). *Blogging To Drive Business: Create And Maintain Valuable Customer Connections*. Que Publishing, Indianapolis.
- Bütün, M. (2016). *E-Belediye Faaliyetlerinde Sosyal Medya Kullanımının Etkilerinin E-Yönetişim Bağlamında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Coşkunurt, E. Y. (2013). *Sosyal Medya Kullanımının “Kurumsal Yenilikçi İtibar” Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çavdar, A. ve Yıldırım, A. B. (ed.). (2010). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Çayır, K. (2010). “Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumu”. A, Çavdar ve A. B, Yıldırım (Ed.). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 45-54.
- Çınar, M. (2013). “Habercilik ve Nefret Söylemi”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s.137-152.
- Çoban, B. (2009). *Medya, Milliyetçilik ve Şiddet*. Su Yayınları, İstanbul.

- Çoban, S. (2009). “Medya Milliyetçilik ve Öteki”. B, Çoban (Ed.). *Medya Milliyetçilik Şiddet*. Su Yayınları, İstanbul, s.64.
- Çolak, Ö. (2009). *Eşcinsellere Yönelik Nefret Suçları ve Toplumun Bu Suçlar Kapsamında Faile ve Mağdura Yönelik Tutumları*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü, İstanbul.
- Dikbıyık, D. (2016). *Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerin Ürün Ve Hizmet Satın Alma Davranışına Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğu, B. (2010). “Sanal Nefret Pratikleri: İnternet’te Nefret Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler”. T, Çomu (Ed.). *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Kalkedon Yayınları, İstanbul, s.223-252.
- Doğusoy, B. ve İnal, Y. (2006). “Çok Kullanıcı Bilgisayar Oyunları İle Öğrenme”, VII. *Ulusal Fen bilimleri ve Matematik eğitimi kongresi*. 07-09 Eylül 2006, Ankara.
- Domaç, A. (2014). *Sosyal Medyada TV Reyting Ölçümlerinin Analizi: Twitter Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S., Ulusu, Y. ve Kılıç, B. (2010). *Facebook’tayız: Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelemesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Eldeniz, L. (2010). “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0”. F. Aydoğan ve A. Akyüz (Ed.). *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayınları, İstanbul, s.18-32.
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal Medyayı Anlamak (Bir Sosyal Medya Rehberi)*. Nobel Yaşam, Ankara.
- Eraslan, L. ve Eser, D. (2015). *Sosyal Medya Toplum Araştırma*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Erdem, B. K. (2005). *Medyanın Sivil İtaatsizlik Olgusuna Yaklaşımı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eroğlu, Ç. (2008). “Kenize Mourad’ın Romanlarında “Öteki”. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, (48): 43-51.
- Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2015). “Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye’yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi”, *Dergi Karadeniz*, (27): 11-30.
- Evre, B. (2009). “Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi”. İ, Parlak (Ed.). *Medyada Gerçekliğin İnşası*, Çizgi Kitabevi, Konya, s.107-152.
- Geoghegan, M. W. ve Klass, D. (2007). *Podcast Solutions The Complete Guide to Audio and Video Podcasting, Second Edition*, Friends of, USA

- GL, K. (2012). “Nefret Suçları Kimin Sorunu? LGBT Bireyler, Nefret Söylemi ve Medyadaki Temsil”. Y. İncoğlu (Ed.). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 289-306.
- Göçoğlu, V. (2014). *Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gökçül, N, A. (2016). *Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Göregenli, M. (2013a). “Nefret Söylemi ve Nefret Suçları”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s.57-74.
- Göregenli, M. (2013b). “Habercilik ve Nefret Söylemi”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s.23-37.
- Güçdemir, Y. (2010). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. Derin Yayınları, İstanbul.
- Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar, B., Çilengir, S. ve Canım, S. (2010). “Yeni nesil mobil öğrenme aracı: Podcast”. *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. 10 - 12 Şubat 2010, Muğla Üniversitesi, s. 787- 792.
- Gümüş, S. Özel, M. (2013). “Üniversite Öğrencilerinin Dijital Pazarlama Ve Sosyal Medya Kullanımı”. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 2(2): 1-25.
- Güngör, N. (2011). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Gürbüz, G. (2014). *Sosyal Medya Ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye’de Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Gürel, E. ve Yakın, M. (2005) “Bir Reklam Mecrası Olarak Ekşi Sözlük”. *Pi – Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 4(14): 26-42.
- Gürler, C. (2010). “Nefret Suçları ve İş Hayatı”. *Ankara Barosu Dergisi*, 68(1): 259-274.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). “Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma”. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2): 56-71.
- Halis, B. (2012). “Tüketicinin Değişen Yüzü: Elektronik Ticaret Uygulamaları ve Sosyal Paylaşım Ağlarının Rolü”. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4): 149-160.

- Hanoğlu, Ö. ve Mineoğlu, E. (2007). “Sanal Dünyalar”. *Bilim ve Teknik Dergisi*, 40(478): s. 34-42.
- Hazar, M. (2011). “Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması”. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32): 151-174.
- Heres, J. ve Thomas, F. (2007). “Civic participation and ICTs”, *Information and Communication Technologies in Society E-living in a digital Europe*, By B, Anderson (Ed.). Malcolm Brynin. Jonathan Gershung and Yoel Raban, Routledge, s. 175-188.
- Holotescu, C. ve Grosseck, G. (2010). “Learning To Microblog And Microblogging To Learn. A case Study On Learning Scenarios In A Microblogging Context”. *The 6th International Scientific Conferance*. 15-16 Aralık 2010, Romania.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. Okuyan Us Yayınevi İstanbul.
- İnceoğlu, A. A. (2010). “Nefret Suçu Kavramı ve Türk Ceza Hukukundaki Yeri”. H, Ataman (Ed.). *Nefret Suçlarıyla Mücadele Toplantıları*, İnsan Hakları Gündemi Derneği, 2010, s. 83-84.
- İnceoğlu, A. A. (2012). “Nefret Suçu Kavramı ve Türk Ceza Mevzuatı Açısından Değerlendirilmesi”. Y. İnceoğlu (Ed.). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 103-120.
- İnceoğlu, Y. (2013a). “Tartışmalı Bir Kavram: Nefret Söylemi”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s.75-92.
- İnceoğlu, Y. (2013b). *Medya ve Nefret Söylemi*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul.
- İnceoğlu, Y. ve Çomak, N. A. (2009). *Metin çözümlemeleri*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İnceoğlu, Y. ve Sözeri, C. (2012). “Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: Ya Sev Ya Terk Et Ya Da...”. Y. İnceoğlu (Ed.). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 23-39.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Karaman.
- Kahraman, M. (2014). *Sosyal Medya 101 2.0*. Kapital Yayınları, İstanbul.
- Kaplan, M. A. ve Haenlein, M. (2010). “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”. *Business Horizons*. 53(1): 59-68.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. Beta Yayınları, İstanbul.

- Karabulut, N. (2009). *Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler*. Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları, İstanbul.
- Karadeniz, S. (2012). *Nefret Söylemi Kapsamında Halkı Kin ve Düşmanlığa Tahrik Suçu*. Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaduman, M. ve Akbulutgiller, B. (2013). “Yeni medyada nefret ve ayrımcı söylem: gazetelerin twitter hesapları üzerine bir analiz”. *Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongresi Kongre Kitabı*. 26-27 Şubat 2015, İstanbul, s. 371-389.
- Karaman, S., Kaban, A. ve Yıldırım, S. (2008). “Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar ve Sonuçları”. *İnettr’08 - XIII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, 22-23 Aralık 2008, Ankara Orta Doğu Teknik Üniversitesi, s. 35-40.
- Karan, U. (2010). “Nefret Suçlarından Ne Anlıyoruz?”. A, Çavdar ve A. B, Yıldırım (Ed.). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 56-62.
- Karan, U. (2012). “Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü Ve Uluslararası Hukuk”. Y. İnceoğlu (Ed.). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 81-102.
- Karan, U. (2013). ”Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret”. M, Çınar (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar Mecralar Tartışmalar*. Hrant Dink Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 95-125.
- Kaya, A. (2013) “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”. Ali B. Ve Ali Murat K. (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları-1*. Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, s. 155-206.
- Kaya, M. (2015). “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali”. *TBB Dergisi*, (119): 277-306.
- Kazancı, M. (2002). “Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57(1): 56-87.
- Kınık, B. N. (2013). *What is Wrong with hate Speech: Reflection on Political Theory, Legal Regulations and Turkish Case*. Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Kırcova, İ. ve Enginkaya, E. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Kırık, A. M. (2013). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”. A, Büyükaslan ve A. M. Kırık (Ed.). *Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları*, Çizgi Kitapevi, İstanbul, s. 69-101.

- Kızılarıslan, A. (2012). *Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir Yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. ve Silvestre, B. S. (2011). "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media". *Business Horizons*, 54(3): 241-251.
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Köker, E. ve Doğanay, Ü. (2010). *İrkçi Değilim Ama... Yazılı Basında İrkçi-Ayrımcı Söylemler*. İHOP Yayınları, Ankara.
- Köksal, Y. (2012). *Bir Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkileri*. Doktora Tezi. Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Köse, H. (2008). "İnternette "Açık" ve Demokratik Yayıncılık: "Sanal Ortam Günlükleri" ve "Wiki'ler"". *Marmara İletişim Dergisi*. (13): 83-94.
- Kymlicka, W. (1998). *Çokkültürlü Yurttaşlık*. (Çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Lastowka, F. G. ve Hunter, D. (2004). "The Laws of the Virtual Worlds". *California Law Review*, 92(1): 1-73
- Laurel, P. (2011). *Twitter: Reputation Management in Social Networks*, The Bussiness of Being Social, Workshops Keynotes Consulting.
- Leuf, B. ve Cunningham, W. (2001). *The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web*. Addison Wesley, Boston.
- Lincoln, S. R. (2009). *Mastering Web 2.0*. Kogan Page, London and Philadelphia.
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültür*. (Çev. N. Güngör), Vadi Yayınları, Ankara.
- Macovei, M. (2001). "İfade Özgürlüğü, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. Maddesi’nin Uygulanmasına İlişkin Kılavuz". *İnsan Hakları El Kitapları*, (2): 5-80.
- Mavnacıoğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Millen, D., Feinberg, J. ve Kerr, B. (2005). "Social bookmarking in the enterprise". *ACM Queue*, 3(9): 28-35.
- Muslu, K. G. ve Bolışık, B. (2009). "Çocuk Ve Gençlerde İnternet Kullanımı". *TAF Prev Med Bull*, 8(5): 445-450

- Ong, C. S., ve Day, M. Y. (2010). "An İntegrated Evaluation Model of User Satisfaction With Social Media Services". *IEEE International Conference on Information Reuse and Integration*, 4-6 Ağustos 2010, USA: Las Vegas, s. 195-200.
- Öğülmüş, S. (1991). "İçerik Çözümlemesi". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(1): 213-228.
- Özata, Z. ve Öztaşkın A. (2005), "Pazarlama Dünyası Blogsfer'i Keşfetti: Büyük Bir Değişimin İlk Adımları", *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi (Pi)*, 4(13): 36-47.
- Özer, Ö. (2009). *Eleştirel Haber Çözümlemeleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Özgen, E. ve Kara, T. (2012). *Sosyal Medya-Akademi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Özkaşıkçı, I. (2012). *Sosyal Medya Pazarlama (Yeni Çağda Sosyal Medya Kullanımı ve Performans Ölçümü)*. Şahsi Yayın, İstanbul.
- Özpınar, B. (2016). *Geleneksel Medyanın Gündem Belirlemesinde Sosyal Medyanın Etkisi: Soma Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öztekin, H. (2015). "Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38): 925-936
- Özulu, S. (2014). "Nefret Söyleminin Engellenmesinde Siyaset Kurumu". *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(7): 15-29.
- Pandır, M., Efe, İ. ve Paksoy, A. F. (2015). "Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi". *Marmara İletişim Dergisi*, 24: 1-26.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). *Sosyal Medya Sosyal Değişim*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Perry, B. (2002). *In The Name of Hate Understanding Hate Crimes*. Routledge Press, London.
- Rigby, B. (2008). *Mobilizing Generation 2.0: A Practical Guide To Using Web 2.0 Technologies To Recruit, Organize, And Engage Youth*. Jossey-Bass, San Francisco.
- Saçak, E. (2017). *Sosyal Medyada Siyasal İletişim, Siyasi Liderlik ve 2015 Genel Seçim Çalışmalarına Katılan Liderlerin Twitter Söylem Çözümlemeleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Safko, L. ve Brake D. (2009). *The Social Media Bible*. John Wiley And Sons, New Jersey.
- Sayimer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Scott, D. M. (2010). *The New Rules Of Marketing And PR: How To Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, And Viral Marketing To Reach Buyers Directly*. John Wiley And Sons, New Jersey; Hoboken.
- Seçkin, S. (2012). *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*. Optimist Yayınları, İstanbul.

- Sevinç, S. S. (2012). *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Sherman, A. ve Smith, D. E. (2013). *Social Media Engagement for Dummies*. John Wiley And Sons, New Jersey.
- Sözen, E. (1999). *Söylem, Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Stokes, R. (2009). *eMarketing: The Essential Guide To Online Marketing*. Quirk eMarketing (Pty). Ltd.
- Sürvegil, O. (2008). "Farklılık Kavramına ve Farklılıkların Yönetimine Temel Oluşturan Sosyo-Psikolojik Kuramlar ve Yaklaşımlar". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(20): 111-124.
- Şensever, L. (2012). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi İzleme Rehberi*. Sosyal Değişim Derneği, İstanbul.
- Talimciler, A. (2012). "Ötekine Yönelik Nefretin fark edilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası". Y. İnceoğlu (Ed.). *Nefret Suçları ve/veya Nefret Söylemi*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 247-288.
- Tosun, G. (2013). *Sosyal Medyanın Yazılı Basında Gündem Oluşturmadaki Rolü (Örnek Çalışma; Twitter)*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tuncer, A. S. (2013). "Sosyal Medyanın Gelişimi". F. Z, Özata (Ed.). *Sosyal Medya. Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir, s. 2-25
- Tutkun, Ö. F. ve Koç, M. (2008). "Mesleklere atfedilen kalıp yargılar". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1): 255-273.
- Uluç, G. (2009). *Medya ve Oryantalizm Yabancı, Farklı ve Garip... Öteki*. Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Uslu, C. (2013). "Nefret Söylemi Suçu Versus İfade Hürriyeti". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38): 185-202.
- Uygun, O. (2011). *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Türk Hukukunda İfade Özgürlüğünün Sınırları*. XII Levha, İstanbul.
- Van Dijk, T. (2002). "Discourse and Racism". D. T. Goldberg ve J. Solomos (Ed.). *A Companion to Racial and Ethnic Studies*. Blackwell Publishing, Blackwell Reference, s. 145-159
- Vardal, Z. B. (2015). "Nefret Söylemi ve Yeni Medya". *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 132-156.

- Vergin, N. (2003). *Siyasetin Sosyolojisi: Kavramlar, Tanımlar ve Yaklaşımlar*. Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of Yasar University*, 5(20): 3348-3382.
- Weber, A. (2009). *Nefret Söylemi El Kitabı*. (Çev. M. Çulhaoğlu), Avrupa Konseyi Yayınları, Fransa
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. O'Reilly Media, e-library, New York.
- Winer, R. S. (2009). “New Communications Approaches in Marketing: Issues and Research Directions”. *Journal of Interactive Marketing*, 23(2): 108-117.
- Yanikkaya, B. (2009). “Gündelik Hayatın Korkusu, Görsel Şiddet Suretinde: Öteki”. B, Çoban (Ed.). *Medya Milliyetçilik Şiddet*. Su Yayınları, İstanbul.
- Yavuz, Ş. (2015). “Erkeklerle Patates Yiyip, Bira İçmek Varken, Bir İnsan Niye Kadın Olmayı Seçsin?: Benim Çocuğum Filminin İzleyici Alımlaması”. Ş. Yavuz (Ed.). *Toplumsal Cinsiyet & Medya Temsilleri*. Heyamola Yayınları, İstanbul, s. 41-68.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, F. (2008). *Avrupa Birliğinde Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı ile Mücadele*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yılmaz, H. S. (2013). *Siyasal Nefret Söylemi ve Medya: Haberdan Söyleme Kısa Bir Yolculuk*. Literatürk Yayınları, Konya.
- Ying, M. (2012). *Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler*. Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Yücel, M. Ö. (2011). *Televizyonlarda Terör, Irkçılık Ve Nefret İçerikli Yayınlar*. Yayımlanmış Uzmanlık Tezi, Ankara: RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu).
- Zarella, D. (2009). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media Inc, Canada.
- Zenelaj, B. (2014). *Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi İle Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

İnternet Kaynakları

“Ekşi Sözlük Nefret Söylemi Denetim Projesi”.

https://docs.google.com/document/d/1NXmaYeRB6axl_VEoCT_vz2i8C17HNa4hEOuL6dRjJnM/edit?hl=en_US (erişim tarihi: 15.11.2017).

“Ekşi Sözlük Nefret Söylemi Denetleme Yönetmeliği”.

https://docs.google.com/document/d/1rwBnpWsIEgeLVfF8rh790T_c3C4w3SvCWGiOovpvkkl/edit?hl=en_US (erişim tarihi: 12.11.2017)

“İnternette Kimlik Oluşturma”. <http://siberkimlik.blogspot.com.tr>.

(erişim tarihi: 28.09.2017).

AdresGezini Sosyal Medya Ekibi., “Sosyal Medya Bağlamında İletişim Kuramcıları: Marshall McLuhan”.

<https://blog.adresgezini.com/sosyal-medya-baglaminda-iletisim-kuramcilar-marshall-mcluhan>. (erişim: 14.10.2017).

Binark, M. ve Çomu, T., “Sosyal Medyanın Nefret Söylemi için Kullanılması İfade Özgürlüğü değildir!”.

<https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir/>. (erişim tarihi: 20.04.2017).

Hrant Dink Vakfı., “Medyada Nefret Söylemi İzleme Raporu”. https://hrantdink.org/attachments/article/93/Ocak-Nisan2015raporu_SON.pdf.

(erişim tarihi: 16.06.2017).

Kalafatoğlu, Yiğit., “Sosyal Medya ve E-Pazarlama İle İlişkisi”. <http://www.slideshare.net/yicit/sosyal-medya-ve-epazarlama-ile-likisi>.

(erişim tarihi: 18.10.2017).

Kaos GL Derneği., “Türkiye Medyası’nda Ekim 2011”. <http://www.kaosgl.com/sayfa.php?id=10118>. (erişim tarihi: 15.03.2017).

Korkmaz, A., “Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü”.

https://www.academia.edu/3464365/Arap_Baharı_Sürecinde_İnternet_ve_Sosyal_Medyanın_Rolü. (erişim tarihi: 23.10.2017).

Korkut, T., “MEDİZ Raporu: Medyada Yönetimde Olmayan Kadın, Haberlerde Nesne”.

<http://bianet.org/bianet/medya/107742-mediz-raporu-medyada-yonetimde-olmayan-kadin-haberlerde-nesne>. (erişim tarihi: 25.04.2017).

Pozitif Yaşam Derneği., “ Medyada Nefret Söylemi ve/ya Suçları: HIV/AIDS”.

<http://pozitifyasam.org/tr/medyada-nefret-soylemi-ve-ya-suclari-hiv-aids.html>.

(erişim tarihi: 25.04.2017).

TDK'daki diyalog tanımını için.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a1e5c4ecf0a06.93119659. (erişim tarihi: 24.08.2017).

TDK'daki kimlik tanımını için.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a1e5be05e1e47.44598435. (erişim tarihi: 10.09.2017).

TDK'daki nefret tanımını için.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a2afb82f10960.29830963. (erişim tarihi: 03.02.2017).

Yasemin, İ., “Bilgi Kaynağı Medya”.

<http://pozitifyasam.org/tr/pyd/bilgi-kaynagi-medya.html>. (erişim tarihi: 15.02.2017).

Yeşilyaprak, R., “Sosyal Medyada Farklı Boyutlarıyla Nefret Söylemi”.

<http://www.ontodergisi.com/sosyal-medyada-farkli-boyutlariyla-nefret-soylemi/>.

(erişim tarihi: 25.04.2017).

EK 1 – KODLAMA CETVELİ

S1) Entry'nin Paylaşım dili ?

1.)Türkçe 2.) İngilizce 3.) Hem Türkçe hem İngilizce 4.)Diğer

S2) Entry'nin kelime sayısı ?

1.) 1 - 10 2.) 11- 20 3.) 21-30 4.) 31-40 5.) 41-50 6.) 51 ve üzeri

S3) Entry'nin içeriği ?

1.) Politik 2.) Ekonomik 3.) Çevresel 4.) İstihdam ve İş 5.) Eğitim 6.) Sağlık 7.) Barınma ve Beslenme 8.) Dil 9.) Psikolojik 10.)İstismar 11.) Güvenlik 12.) Kültürel 13.) Dini 14.) Diğer

S4) Entry'de sözü edilen konu/olay ?

- 1.) Suriyeli Sığınmacı/Bireysel
- 2.) Suriyeli Sığınmacıların geneline yönelik/Toplumsal

S5) Entry'de sözü edilen konu/olay deneyimlenmiş midir ?

1.) Deneyimlenmiş 2.) Kaygısız

S6) Kaygıların temeli ve ilişkilendirildiği konular nelerdir ?

- 1.) Ekonomik Kaygılar
- 2.) Güvenlik ile ilgili kaygılar
- 3.) Sosyo-kültürel konulardaki kaygılar
- 4.) Diğer

S7) Konu ile ilgili nasıl yorum yapılmıştır ?

1.) Olumlu 2.) Olumsuz 3.) Yansız/ Nötr

S8) Olumlu metin içeriği nedir ?

- 1.) Sadece olgusal gerçekleri içeren
- 2.) Sığınmacılarla ortak kültür/dine vurgu yapan
- 3.) Sığınmacıların Türkiye'ye (ekonomik ve kültürel) katkısını aktaran

- 4.) Sığınmacılara yönelik negatif tutumları kınayan
- 5.) Sığınmacı haklarını savunan görüşlere yer veren
- 6.) Sığınmacıların (Türkiye’de ya da diğer ülkelerde) yaşadıkları zorluklara yer veren
- 7.) Sığınmacıların kendi görüşlerini (birinci ağızdan) aktaran
- 8.) Sığınmacıların olumsuz temsillerini eleştiren ifadeler
- 9.) Diğer

S9) Olumsuz metin içeriği nedir ?

- 1.) Doğrudan olumsuz kelime/ifade kullanımı
- 2.) Çağrışım yolu ile olumsuz ifade kullanımı
- 3.) Tanımlamada ırkçı ifadeler
- 4.) Ülkelerine geri dönmeleri için olumsuz öneri sunan
- 5.) Varlıkları hakkında muhalif/düşmanca görüşler
- 6.) Varlıklarını toplumsal karmaşa nedeni olarak görme
- 7.) Ekonomik külfet, işsizlik, fiyat/kira artışı nedeni gösterme
- 8.) Diğer

S10) Yansız/Nötr metin içeriği nedir ?

- 1.) İlave bir yorum olmaksızın sığınmacılarla ilgili gerçekleri, bilgileri aktaran
- 2.) Sığınmacı sorununun her iki tarafına da eşit olarak yer veren
- 3.) Sığınmacılarla ilgili gerçek dışı yorumlara ve negatif/ırkçı bir dile yer vermeyen metinler
- 4.) Diğer

S11) Entry’de hedef gösterilen var mı?

- 1.) Var 2.) Yok

S12) Entry’de hedef gösterilen kimlerdir ?

1.) Kadınlar 2.) Erkekler 3.) Çocuklar 4.) Gençler 5.) Yaşlılar 6.) Aileler 7.) Irk 8.) Diğer

S13) Entry’de ayrımcılık var mı ?

1.) Var 2.) Yok

S14) Entry’de önyargı var mı ?

1.) Var 2.) Yok

S15) Entry hangi nefret söylemi kategorisi içerisinde ?

- 1.) İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi
- 2.) Irk temelli nefret söylemi
- 3.) Cinsiyet temelli nefret söylemi
- 4.) Siyasal nefret söylemi
- 5.) Yabancılarla ve göçmenlere yönelik nefret söylemi
- 6.) Engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemi

S16) Entry’de nefret söylemi hangisidir ?

- 1.) Abartma/Anlam Yükleme
- 2.) Önemsizleme/Yok Sayma Söylemi
- 3.) Küfür/Hakaret Söylemi
- 4.) Aşağılama/Alay Etme Söylemi
- 5.) Düşmanlık/Savaş Söylemi
- 6.) Yargıda Bulunma/Kendince Konumlandırma
- 7.) Doğal Kimlik Ögesini Nefret Olarak Kullanma
- 8.) Diğer

S17) Entry favorilere eklenmiş mi ?

1.) Evet 2.) Hayır

S18) Entry’lerin favori sayısı ?

1.) 1-10 2.) 11-20 3.) 21-30 4.) 31-40 5.) 41-50 6.) 51 ve üzeri

S19) Entry referans gösterilerek desteklenmiş mi ?

- 1.) Ekşi sözlük içinde başka bir başlık
- 2.) Ekşi sözlük dışında başka bir referans
- 3.) Her ikisi de
- 4.) Referans kullanılmamış

S20) Aynı yazarın konuyla ilgili birden fazla entry'si var mı ?

- 1.) Var 2.) Yok



Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Hüseyin YAŞA

Doğum Yeri - Tarihi: Manavgat/Antalya - 22.06.1992

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya, Manavgat Şelale Lisesi, 2010

Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
Antalya, 2015

Yüksek Lisans

Diploması : Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Antalya, 2017

Tez Konusu : Nefret Söylemi İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği

Yabancı Dil : İngilizce – (İyi derece)

İş Deneyimi

Stajlar : Doğan Haber Ajansı - 30 Gün - Temmuz 2013

Akdeniz TV - 8 ay – Kasım 2013

E-Posta : hysnyasa@gmail.com