

T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

SOSYAL MEDYADA LİNÇ OLGUSU:
GENÇLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Atiyenur OKUR

KOCAELİ 2021

**T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADA LİNÇ OLGUSU:
GENÇLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Atiyenur OKUR

Doç. Dr. İhsan KARLI

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No.: 17.05.2021/11

KOCAELİ 2021

ÖN SÖZ

Süreç, uzun ve zordu. Yapamayacağımı düşündüğüm, dönem dönem çıkmaza girdiğim zamanlar oldu. Bilinmesi gerekir ki sabretmek bu işin en önemli ve zor olan kısmıydı.

Tez çalışma sürecimde, öncelikle bir şekilde işlerimi kolaylaştıran ve bana yardım eden O'na, sonrasında ise özellikle moral olarak desteğini hiçbir zaman esirgemeyen ve beni motive eden değerli tez danışmanım Doç. Dr. İhsan Karlı'ya, her zaman yanımda olan ve beni özellikle bu süreçte anlayışla karşılayan sevgili aileme, teşekkür ve minnetlerimi sunarım.

Yine bu süreçte sabır ve anlayışla yanımda olan arkadaşlarım Nihal Bakışçı'ya ve Şeyda Etlik'e, desteğini hissettiğim, adını yazamadığım tüm arkadaşlarıma ve hayatım boyunca öyle ya da böyle, iyisiyle kötüsüyle bir şekilde hayatıma katılmış, bir dönemine eşlik etmiş herkese, farkında olmadan da olsa bana kattıkları ve öğrettikleri her şey için teşekkür ederim.

Atiyenur OKUR

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
KISALTMALAR	viii
RESİMLER VE TABLOLAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.	YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYAYA GENEL BAKIŞ	
1.1.	YENİ MEDYA KAVRAMI.....	5
1.2.	SOSYAL AĞ VE SOSYAL MEDYA KAVRAMI	7
1.2.1.	Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Karşılaştırması	9
1.2.2.	Popüler Sosyal Medya Platformları	11
1.2.2.1.	Facebook	12
1.2.2.2.	Instagram.....	13
1.2.2.3.	Twitter	14
1.2.3.	Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	18
1.3.	SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ	22
1.3.1.1.	Kullanım ve Doyuma Etkisi.....	23
1.3.1.2.	İnternet Bağımlılığına Etkisi.....	24
1.3.1.3.	Mahremiyete Etkisi	26
1.3.1.4.	Kişilerarası İletişime Etkisi	28
1.3.1.5.	Toplumsal Hareketlere Etkisi.....	29
1.3.1.6.	Benlik Sunumuna Etkisi.....	31
1.3.1.7.	Kimliğe Etkisi	33
1.3.1.8.	İfade Özgürlüğüne Etkisi	35
1.3.1.9.	Kamusal Alan ve Gündem Belirlemeye Etkisi	36

İKİNCİ BÖLÜM

2.	LİNÇ OLGUSU VE SOSYAL MEDYA	
2.1.	LİNÇ OLGUSUNA GENEL BAKIŞ.....	39
2.1.1.	Kitle Kavramı ve Birey	45
2.1.2.	Biz ve Öteki	55
2.2.	SOSYAL MEDYADA LİNÇ.....	61

2.2.1.	Trollük.....	71
2.2.2.	Sanal Dünyada Gruplaşma ve Linç.....	72
2.2.3.	Sosyal Etki Kuramı	75
2.2.4.	Gerçekçi Grup Çatışma Kuramı.....	76
2.2.5.	Suskunluk Sarmalı	77
2.2.6.	Engellenme Saldırganlık Kuramı.....	79
2.2.7.	Nefret Söylemi ve Sanal Linç İlişkisi	81
2.2.7.1.	Sosyal Kimlik Kuramı	86
2.3.	SOSYAL MEDYADA LİNÇİN HUKUKİ BOYUTU.....	88

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SOSYAL MEDYADA LİNÇ OLGUSU: GENÇLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1.	ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	92
3.2.	ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI.....	93
3.3.	ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	93
3.4.	ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	93
3.5.	ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	94
3.6.	ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN BULGULAR	95
3.6.1.	Cinsiyet Değişkenine Göre Bulgular	95
3.6.2.	Eğitim Durumu Değişkenine Göre Bulgular	109
3.6.3.	Yaş Değişkenine Göre Bulgular	119
	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	125
	KAYNAKÇA	137
	EK 1: ANKET FORMU	143
	ÖZ GEÇMİŞ.....	148

ÖZET

20. yüzyılın sonlarına doğru teknolojide yaşanan gelişmeler sonrası, gündelik hayat içinde birtakım yenilikler ortaya çıkmıştır. Şüphesiz bunlardan biri de yeni medya olarak nitelendirilen iletişim ortamıdır. Yeni medya ortamı, kullanıcılarına hem medya içeriklerinin üretimi hem de geleneksel medyadaki gibi mevcut içeriklerin tüketimi imkânını sağlamaktadır. Bu noktada geleneksel medyanın tek yönlü iletişim özelliğinin aksine çift yönlü iletişim imkânı sunan yeni medya ortamı veya platformları, kullanıcılarına sunduğu olanaklarla çeşitli alanlarda kolaylıklar sağlamaktadır. Yeni medyayla gelen, ondan tamamen ayrı bir alan olarak değerlendirilemeyecek sosyal medya uygulamaları, günümüzde hayatın neredeyse ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu uygulamalar, gerçek, fiziki dünyadan tamamen de ayrılmaz şekilde ama yine de kendi başına farklı bir alan yaratmıştır: Sanal Dünya. Özellikle sosyal medya uygulamalarının içindeki dünyayı ifade eden sanal dünyada çeşitli motivasyonlarla yer alınmaktadır. Sunduğu özellikler ile kullanıcıların bu alanlarda yer almasını sağlayan sosyal medya uygulamaları, kimi zaman çeşitli sorunların yaşandığı mecralar haline gelebilmektedir.

Yeni medya ve sosyal medyayla birlikte yeni kavramlar ortaya çıkarken zaten var olan kavramlar da yeni anlamlar kazanmıştır. Bunlardan biri de linç kelimesidir. Linç de yeni medyayla birlikte sanallıktan payını almış ve sanal ortamda da gerçekleştirilebilen bir niteliğe de bürünmüştür. Linç, bugün, fiziki zorbalık, şiddet boyutundan farklı olarak sanal ortamda özellikle sosyal medya uygulamalarında hakaret, küfür, küçük düşürücü ifadeler veya nefret söylemi içerikleriyle baskı, sindirme gibi sonuçlar doğuran psikolojik şiddet olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu linçler, fiziki özellik, fikirler, gündelik hayatta yaşanan olayların sosyal medyaya yansması veya sosyal medya paylaşımları gibi çeşitli konularla farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. Yalnızca tek bir tez çalışmasında bütün linç türlerini ele almak mümkün olmadığından bu çalışmada özellikle sosyal mecralarda fikir beyanı, özgürlük gibi temalara odaklanılmıştır.

Bu tez son zamanlarda sıklıkla şahit olunan sanal linç, sanal şiddet, dijital şiddet veya siber zorbalık gibi kavramlarla görünürlüğü artan linç kültüründen yola çıkılarak;

sosyal medyada gerçekleştirilen linçlere insanların bakış açısının ne olduğu, sosyal linçlerin insanlarda nasıl bir etki oluşturduğu, durumun ne kadar farkında olduğu, ve konuyla alakalı kimi zaman sosyal medyada da kullanıcılar arasında gözlemlenen kimi tartışmalara istinaden birtakım sorulara cevap bulma merakından ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda hazırlanan anket formu, evrimii ortamda, 19-40 yaş arası bireyler tarafından doldurulmuştur. Elde edilen veriler, SPSS ile analiz edilmiş ve ortaya çıkan bulgular değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sanal Linç, Dijital şiddet



ABSTRACT

After the developments in technology towards the end of the 20th century, some innovations have emerged in daily life. Undoubtedly, one of these is the communication medium that is described as new media. The new media environment provides users with the opportunity to both produce media content and consume existing content as in traditional media. At this point, unlike the one-way communication feature of traditional media, new media environments or platforms that offer two-way communication offer convenience in various fields with the opportunities they offer to their users. Social media applications that come with new media and cannot be considered as a completely separate area from it have become an almost inseparable part of life today. These applications, in a way that are completely inseparable from the real, physical world, but still have created a different space of their own: the Virtual World. Especially in the virtual world that expresses the world within social media applications, users take place with various motivations. Social media applications, which enable users to take part in these areas with their features, can sometimes become channels where various problems are experienced.

As new concepts emerged with new media and social media, already existing concepts gained new meanings. One of them is the word lynch. With the new media, lynch has taken its share of virtuality and has become a feature that can also be realized in a virtual environment. Today, unlike physical bullying and violence, lynch appears as psychological violence that causes insults, swearing, degrading expressions or hate speech content in the virtual environment, especially in social media applications, such as oppression and intimidation. These lynchings are carried out in different ways, such as physical characteristics, ideas, reflection of daily life events on social media or social media posts. Since it is not possible to deal with all types of lynching in only one thesis, this study focused on themes such as expression of opinion and freedom in social media.

This thesis is based on the culture of lynching whose visibility has increased with concepts such as virtual lynching, virtual violence, digital violence or cyber bullying, which are frequently witnessed recently; It has emerged from the curiosity of finding

answers to some questions based on what the people's view of lynchings on social media is, how social lynching has an effect on people, how much they are aware of the situation, and some of the discussions observed among users on social media. The questionnaire form prepared in this direction was submitted online and filled by individuals between the ages of 19-40. The obtained data were analyzed with SPSS and the results were evaluated.

Keywords: Social Media, Virtual Lynch, Digital Violence



KISALTMALAR

Akt. : Aktaran

Bknz. : Bakınız

KİA : Kitle İletişim Araçları

S. : Sayfa

SMS : Sosyal Medya Saldırganlığı

TCK : Türk Ceza Kanunu

TDK : Türk Dil Kurumu

T.y. : Tarih Yok

Vb. : ve Benzeri, ve Bunun Gibi

Vd. : ve Diğerleri

Web : World Wide Web

RESİMLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Resimler Listesi

Resim 1: We Are Social 2019 Türkiye Raporu: İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri.....	18
Resim 2: We Are Social 2020 Türkiye Raporu: İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri.....	19
Resim 3: We Are Social 2019 Türkiye'de Kullanılan En Aktif Sosyal MedyaPlatformları..	20
Resim 4: We Are Social 2020: Türkiye'de Kullanılan En Aktif Sosyal MedyaPlatformları..	21
Resim 5: We Are Social 2020: Dünyada En Aktif Kullanılan Sosyal MedyaPlatformlar.....	21

Tablolar Listesi

Tablo 1: Cinsiyet Dağılımı	95
Tablo 1.1. Sosyal Medya Hesaplarında Kimlik Durumu ve Cinsiyet Arasındaki İlişki	96
Tablo 1.2. Sosyal Medyada Sahip Olunan Anonim Hesap ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	96
Tablo 1.3. Sosyal Medyada Olumsuz İçerikli Yorum Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	97
Tablo 1.4. Sosyal Medya Olumsuz İçerikli Yorum Yapılan Hesap ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	97
Tablo 1.5. Sosyal Medya Platformlarında Özgür Hissetme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	98
Tablo 1.6. Sosyal Medyada Daha Rahat Paylaşım Yapılan Konular ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	98
Tablo 1.7. Siyasi Konularda Paylaşım Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	99
Tablo 1.8. Sosyal Medyada Devlet Görevlileri Hakkında Eleştiri Yapabilme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	99
Tablo 1.9. Başkalarının Ne Düşündüğünü Bilmenin Sosyal Medya Paylaşımına Teşvik Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	100
Tablo 1.10. Sosyal Medyada Tepki Görme İhtimalinden Dolayı Paylaşım Yapmaktan Vazgeçme ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	100
Tablo 1.11. Sosyal Medyada Paylaşım Yapmaktan Vazgeçilen Konular ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	101
Tablo 1.12. Tepki Görme İhtimalini Göze Alarak Paylaşım Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	101
Tablo 1.13. Kişinin Kendisinin Sosyal Medyada Olumsuz Eleştirilmesi Durumunda Etkilenme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	102
Tablo 1.14. Başkalarının Sosyal Medyada Olumsuz Eleştiri Alması Durumunda Etkilenme Durumu Hakkında Kişilerin Düşüncesi ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	102
Tablo 1.15. Sosyal Medyada Olumsuz Yorumların Karşıdaki Kişiyi Düşünerek Yapılması Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	103
Tablo 1.16. Sosyal Medyada Yorumlarına Sınırlama Getirilmesi Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	103

Tablo 1.17. Sanal Linçlerin Farkındalığı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	104
Tablo 1.18. Sosyal Medya Linçlerinin Korku Psikolojisi Yaratma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	104
Tablo 1.19. Sosyal Medyaya Düşme Durumlarının Kişilerin Gündelik Hayatına Etkisi ile Cinsiyet Arasındaki İlişkisi.....	105
Tablo 1.20. Sosyal Medyada Olumsuz Eleştiri Karşısında Yasal Yollara Başvurma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	105
Tablo 1.21. Sosyal Medya Linçlerinin Oluşmasındaki En Etkili Sosyal Medya Platformu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	106
Tablo 1.22. Sosyal Medyada Kişilere Yönelik Linçlere Yönelik Düşünce Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	106
Tablo 1.23. Sosyal Medyada Haksız Linç Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	107
Tablo 1.24. Sosyal Medyadaki Haksız Linçlerin Sebebine Yönelik Bakış Açısı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	107
Tablo 1.25. Sosyal Medyada Gündeme Gelen Olayları Teyit Etme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	108
Tablo 1.26. Tanınmış Kişilerin Sosyal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapması Durumuna Bakış Açısı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	108
Tablo 1.27. Toplumsal Olaylarla İlgili Paylaşımların Anlamlandırılması ile Cinsiyet Arasındaki İlişki.....	109
Tablo 2. Eğitim Durumu Dağılımı	109
Tablo 2.1. Sosyal Medya Uygulamalarında Kullanılan Hesapların Kimliği ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	110
Tablo 2.2. Sosyal Medyada Olumsuz İçerikli Yorum Yapma Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	110
Tablo 2.3. Sosyal Medyada Özgür Hissetme Durumları ile Eğitim Durumu İlişkisi	111
Tablo 2.4. Sosyal Medyada Rahatça Paylaşım Yapılan Konular ile Eğitim Durumu İlişkisi..	112
Tablo 2.5. Siyasi Konularda Paylaşımdan Çekinme Durumu ile Eğitim Durumu İlişkisi...	112
Tablo 2.6. Devlet Görevlilerini Sosyal Medyada Eleştirebilme Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkisi	113
Tablo 2.7. Başkalarının Ne Düşündüğünü Bilmenin Sosyal Medya Paylaşımına Teşvik Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki	114
Tablo 2.8. Sosyal Medyada Tepki Görme İhtimalinden Dolayı Paylaşım Yapmaktan Vazgeçme ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	114
Tablo 2.9. Tepki Görme İhtimalini Göze Alarak Paylaşım Yapma Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	115
Tablo 2.10. Kişinin Kendisinin Sosyal Medyada Olumsuz Eleştirilmesi Durumunda Etkilenme Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki	116
Tablo 2.11. Sosyal Medyada Olumsuz Yorumların Karşıdaki Kişiyi Düşünerek Yapılması Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki	116
Tablo 2.12. Sanal Linçlerin Farkındalığı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki	117
Tablo 2.13. Sosyal Medyada Gündeme Gelen Olayları Doğrulama Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	117

Tablo 2.14. Tanınmış Kişilerin Sosyal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapması Durumuna Bakış Açısı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki	118
Tablo 2.15. Toplumsal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapmayan Tanınmış Kişileri Boykot Etme Durumu ile Eğitim Arasındaki İlişki.....	119
Tablo 3. Yaş Durumu Dağılımı	119
Tablo 3.1. Sosyal Medyada Özgür Hissetme Durumları ile Yaş Arasındaki İlişki	120
Tablo 3.2. Sosyal Medyada Rahatça Paylaşım Yapılan Konular ile Yaş Durumu İlişkisi ..	120
Tablo 3.3. Siyasi Konularda Paylaşımından Çekinme Durumu ile Yaş Durumu İlişkisi	121
Tablo 3.4. Sosyal Medyada Eleştiri Yaparken Karşıdaki Kişiyi Düşünme Durumu ile Yaş Durumu İlişkisi	122
Tablo 3.5. Sosyal Medyada Kişilere Yönelik Linçlere Yönelik Düşünce Durumu ile Yaş Arasındaki İlişki.....	122
Tablo 3.6. Sosyal Medyadaki Haksız Linçlerin Sebebine Yönelik Bakış Açısı ile Yaş Durumu Arasındaki İlişki.....	123
Tablo 3.7. Ünlü İsimlere Yönelik Sosyal Linçlere Bakış Açısı ile Yaş Durumu İlişkisi.....	124

GİRİŞ

20. yüzyılın sonlarında internet ve teknolojinin geliştirilmesi sonucunda gidilen her yere akıllı telefon vb. cihazlarla taşınabilen bir sanal dünya ortaya çıkmıştır. Bu sanal dünya, sunmuş olduğu birçok imkânın yanı sıra olumsuz birtakım durumların da ortaya çıkabildiği bir mecradır. Yeni medya denildiğinde, çevrim içi olarak erişim sağlanabilen kitaplardan, gazete sayfalarına, yazılı kaynaklar; izlenen videolardan, öğrenilmek istenilen her çeşit bilgiye tek tıkla ulaşılabilen çok geniş ve sınırsız bir platform karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak bireylerin hem tüketici hem de içerik üreticisi olmasına imkân tanıyan yeni medya; kullanıcı olarak bireye, görüşlerini açıklama ve başkalarıyla paylaşabilme imkânı veriyor olması nedeniyle de ayrıca önem taşımaktadır.

Teknolojinin sağlamış olduğu olanak ve kolaylıkların yanı sıra bu cihazlar aracılığıyla riskli ve tehlikeli olabilecek durumlar da yaşanabilmektedir. Özellikle son zamanlarda sosyal medya kullanımının ve kullanıcı sayısının artmasıyla birlikte bu platformlarda olumsuz, kimi zaman suç teşkil edebilecek eylemlerin varlığı görünür hale gelmiştir. Gündelik hayat içerisinde karşılaşılması muhtemel, örneğin kişisel verilerin ele geçirilmesi ve kötü amaçla kullanılması, izinsiz paylaşılması, banka bilgisi hırsızlığı, kredi kartı bilgilerinin kopyalanması, tehdit, hakaret, taciz gibi suç teşkil eden eylemlerin internette ortamında kolayca gerçekleştirildiği söylenebilir. Bu gibi suç teşkil eden eylemlerin, yakalanma riskinin az olması sebebiyle internet ortamında gerçekleştirilmesi her geçen gün artmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter gibi popüler sosyal medya uygulamaları aracılığıyla ise tehdit, hakaret, şantaj gibi eylemler yapılmakta ve kimi zaman bu durum, örgütlenme şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu tip faaliyetlere katılımda, sosyal medyada sahip olunan anonim veya sahte hesaplar, kullanıcılara ayrıca bir özgürlük alanı yaratmakta ve böylece kullanıcılar paylaşımlarında daha rahat hareket edebilmektedir.

Çalışma kapsamında incelenecek olan sosyal medya, gün geçtikçe hem çeşitlenerek hem de bu platformları kullanan kullanıcı sayısının artmasıyla büyümeye

devam etmektedir. Son dönemlerde uygulamaların popülerleşmesiyle birlikte kullanıcıların bu alanlarda geçirdikleri sürelerin arttığından bahsedilebilir. Sosyal medya uygulamaları, çoğunlukla temel kullanım açısından ücretsizdir. Kullanımının maliyetsiz olması, kullanıcı sayısında etkili olan unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyada kullanıcılar, çoğunlukla içeriklerini kendileri üretmekte, çeşitli içeriklerde paylaşımlarda bulunmakta ya da yapılan herhangi bir paylaşım hakkında görüş ve düşüncelerini açıklayarak diğer kullanıcılarla iletişime geçebilmektedir. İnternet ve sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleşen bu iletişim sonucunda ortaya çıkan tüm ürünler, iletiler, sosyal medyanın içeriğini oluşturmaktadır. Bu noktada sosyal medya, sınırsız ve geniş içeriğe sahipken; bir taraftan da kötü niyetli, bilinçli/bilinçsiz kişi ya da gruplar tarafından yapılan ve sonuç itibarıyla suç teşkil eden veya etik olmayan paylaşımları da bünyesinde bulundurmaktadır.

Çalışmanın konusunu oluşturan linç sözcüğünden bahsedildiğinde akla ilk olarak fiziksel şiddet imgesinin geldiği söylenebilir. Öldürme ya da yaralamayla sonuçlanıp sonuçlanmadığına bakılmaksızın, bir kitle tarafından kişi ya da kişilere herhangi bir cisim ya da fiziksel kaba kuvvetle toplu olarak gerçekleştirilen şiddet türü linç olarak nitelendirilmektedir. Bir olayın linç olarak nitelendirilebilmesi için bir kitle ya da topluluk tarafından gerçekleştiriliyor olması gerekmektedir. İletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ve hayatımıza kattığı olanaklarla birlikte linç de form değiştirerek farklı bir türde karşımıza çıkmaktadır: Sanal Linç.

Yeni medya araçlarının çeşitli arayüzler aracılığıyla herhangi bir konu hakkında olumlu-olumsuz eleştiri yapabilmeye olanak tanıyan yapısı, internete karşılıklı olarak erişim söz konusu olduğunda, istenilen anda istenilen kişiye ulaşılabilir olunması; yani özetle çift yönlü iletişim her ne kadar avantajlı bir durum olsa da bu özellik, çeşitli sorunların da ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Sosyal medya platformlarında, kişisel hesaplardan paylaşılan görüş ve düşünceler ya da dolaysız paylaşılan herhangi bir içerik sonrasında istenilmeyen durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bu tarz durumlar, çoğunlukla, halk tarafından tanınan ve belli bir popüleriteye sahip kullanıcılar açısından olumsuz deneyimler yaşatmaktadır. Gerçek veya asılsız herhangi bir haber ya da içerik sonrasında, büyük bir kitle tarafından desteklenen tepkiyle beraber

doğrudan olumsuz, nefret içerikli, kişiye yönelik hakaret boyutunda kullanıcı yorumları ve içerikler görülmektedir. Bu, her ne kadar ünlü isimler söz konusu olduğunda daha net bir şekilde görülüyor olsa da sosyal medyada yapılan bir yorum veya eleştiri, gösterilen bir tepki ya da gündelik hayat içerisinde yaşanan bir olaya ait görüntülerin sosyal medya uygulamalarında paylaşılarak dolaşıma sokulması gibi durumlarda halkın tanımadığı kişiler de bu durum içerisinde yer alabilmektedir.

Sosyal medyada linç kapsamında ele alınması gereken önemli bir konu da medya okuryazarlığıdır. Medya okuryazarlığı ve sosyal medya okuryazarlığı eğitimleri ile kullanıcıların sosyal medya kullanımı hakkında bilinçlenmesi sağlanarak, sosyal medyada yer alan linç, şiddet, hakaret içerikli paylaşımlara engel olunabilir. Sanal dünya, yalnızca internet ortamında kalan bir dünya değildir; bireylerin hayatlarını doğrudan etkileme gücüne sahip bir platformdur. Burada yaşanan olumsuz gelişmeler, bireylerin psikolojilerinin bozulmasına, işlerinden olmalarına veya benzeri olumsuz durumlar yaşamalarına sebep olabilmektedir. Bu sebeple unutulmaması gerekir ki linçe maruz kalan bireyler de herkes kadar gerçek bir hayata sahiptir.

Bu çalışmada linçin zaman içinde anlamsal olarak form değiştirerek sosyal medyada gerçekleştirilmesi, linçi gerçekleştirenlerin ya da buna maruz kalanların da aynı tarafta olabileceği düşüncesinden hareketle, insanların sosyal medyada yaşanan linçe genel bakış açısı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu süreçte unutulmaması gereken nokta; sosyal medyada meydana gelen olayların, gerçek hayattaki bireylerin bir yansıması sonucu ortaya çıktığı gerçeğidir. Sanal dünyada var olan tutum ve fikirler, kaynağını toplum içindeki bireyden almaktadır. Bazen gerçek hayatta ifade edilemeyen düşüncelerin ya da tepkilerin, sanal dünyadaki anonim kimlikler üzerinden rahat bir şekilde dile getirildiği de unutulmamalıdır.

Son zamanlarda teknoloji üzerinden yaşanan yeni sorunlardan biri olmasından kaynaklı, konu üzerinde yapılan çalışma ve araştırmalar sınırlı sayıdadır. Bundan hareketle, konunun bilimsel olarak literatüre katılması gerektiği düşünülmüştür. Çalışmanın, kendisinden sonra yapılacak başkaca araştırmalara destek sağlayacağı ümit edilmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde, sosyal medya başlığı altında yeni medya ve sosyal medyanın özelliklerinden, etkilerinden bahsedilmiştir. İkinci

bölümde ise linç başlığı altında geçmişten günümüze linç kavramına genel bakış ve sosyal medya ve linç arasındaki ilişki ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise; araştırmanın amacı, evreni, yöntemi açıklandıktan sonra yapılan anket uygulamasına ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde; çalışmaya ilişkin genel bir değerlendirme yapılarak önerilerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYAYA GENEL BAKIŞ

Şüphesiz son yüzyılların en büyük keşiflerinden biri internet bağlantısı olmuştur. İnternet ve iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmelerle hayatımıza birtakım yenilikler dahil olmuştur. Gazete, televizyon, mektup, posta gibi geleneksel iletişim araçlarından çok, daha hızlı bir şekilde iletişim kurmaya olanak tanıyan bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlar gibi teknolojik iletişim araçları, içinde bulunduğumuz yüzyılda ön plana çıkmaktadır. İnternet bağlantısı ve yeni teknolojilerle birlikte dijital olarak hayatlarımıza dahil olan hatta hayatımızın bir parçası haline gelen sanal bir dünya ortaya çıkmıştır. Sanal dünya içinde var olan sosyal ortam, farklı dijital uygulamalarla yaratılmaktadır. Her sosyal medya uygulaması, kendine has özelliğiyle ön plana çıkmakta ve kullanıcılar da buna göre bir profil çizmektedir. Bu bölümde yeni olarak nitelendirilen medya kavramı, sosyal medyanın ortaya çıkışı, sosyal medyanın özellikleri, geleneksel medya ile benzerlikleri veya farklılıkları ele alınarak açıklanmıştır.

1.1.YENİ MEDYA KAVRAMI

Yaşadığımız yüzyılın son çeyreğinde yaşanan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimler günlük hayatın akışında da farklılıklar meydana getirmiştir. Medya olgusu değişmiş, iletişim için yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Geleneksel medyanın dışında farklı özellikler sunan bu yeni iletişim ortamı yeni medya olarak nitelendirilmiştir. Geleneksel medya popülaritesini sosyal medya, dijital medya, virtual medya gibi isimlerle nitelendirilen yeni medyaya bırakmıştır. Yeni medya; bilgisayar, internet ve mobil teknolojisinin varlığı üzerinden oluşan ve sürekli gelişim gösteren bir iletişim ortamıdır. Elektronik posta, elektronik ticaret, çevrimiçi alışveriş, anında mesajlaşma, çevrimiçi gazete ve dergi okuma, internet sitesi oluşturma, internet sitelerinde bilgiyi arama, okuma ve değerlendirme, sosyal paylaşım ağlarını kullanma ve ağlara katılma, müzik dinleme, görsel ve metinsel içerikler üretmek paylaşma, çevrimiçi gruplara katılım gibi birçok eylem yeni medya ortamında gerçekleştirilen işlemlerden bazılarıdır (Balaban-Salı, 2012:291).

“Yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70’lerde değinilen anlam, 90’larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile genişletilmiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır” (Thompson, 1995:23-25, akt. Dilmen, 2007:114).

Manovich, yeni medyanın 5 temel ayırt edici özelliğinden bahsetmiştir. Bunlar; sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kültürel kod çevrimidir. Yeni medya ürünlerinin sayısal kodların bir araya gelmesiyle oluşmasını ifade eden sayısal temsil sayesinde, çeşitli algoritmalarla, metin ya da görüntü üzerinde oynamalar yapılabilmektedir. Bağımsız parçaların bir araya gelmesiyle bir bütünü oluşturmasını ifade eden modülerlik ise; örneğin bir internet sitesinin, metin, video, resim gibi farklı parçaların bir araya gelmesiyle oluşması durumunu açıklamaktadır. Yeni medyada otomasyon özelliği, pek çok işlemin otomatik olarak yapılabildiğine gönderme yapmaktadır. 19. yüzyıl başında fotoğraf makinesi, kayıt cihazı ve kamera gibi otomatik işlem gerçekteiren teknolojik ürünler geliştirilmiştir ve bu cihazlar sayesinde medya içerikleri, kaydedilebilir, saklanabilir ve düzenlenebilir özelliktedir. Yeni medyada değişkenlik özelliğiyle, medya materyallerinin sayısal kod temelli ve modüler olmasıyla farklı versiyonların yaratılmasının mümkün olmasını açıklanmaktadır. Buna göre, aynı veriler üzerinden farklı arayüzler üretilebilir. Web sitelerinin güncellenmesi de buna örnektir. Manovich, yeni medyanın ayırt edici son özelliği olarak kültürel kod çeviriminden bahsetmiştir. Buna göre; kültürel ürünler, yapısal ve işlevsel olarak değişime uğramıştır ve bilgisayar kültürü ile geleneksel kültür birbirini etkilemektedir (Manovich, 2001 akt. Başlar,2013:825).

Yeni medyayla birlikte kültür de yeni bir form kazanmıştır. Mevcut kültür, yeni medyaya yansırken aynı zamanda yeni medyanın sahip olduğu özelliklerle birlikte, bu ortamda oluşan bir siber kültür kavramı ön plana çıkmaktadır. Akademik olarak 1990’ların ortasından bu yana kullanılan siber kültür kavramıyla, insan ve dijital teknolojilerin etkileşime girmesiyle, “bütünleşik uygulama ve temsillerin matrisi olan” bir alan olarak siber uzamdaki yaşam tarzları veya siber alanın etkisiyle şekillenen yaşam tarzları sorgulanmaktadır. Yeni teknolojik alanda var olan siber kültür, insan

yaşamındaki temsil, anlam ve imajları değiştirmiştir (Bell, 2007 akt.. Başlar, 2013:826).

Başlar (2013:826), kültürün değişmesinin toplumsal hayatta da kendisini gösterdiğini ve yeni medyayla birlikte yalnızca kültürel ürünlerin değil aynı zamanda kişilerarası ilişkilerin de dijitalleştiğini söylemektedir. Yeni medyada var olan siber uzamda, sınırsız bilgi ve enformasyon dolaşımı sağlanmaktadır. Bu noktada kullanıcıların, yeni medya kullanımı ve içeriklerine karşı bilinçli olması gerekmektedir. Günümüzde her anlamda etkili olan yeni medya ve onun iletilerini doğru okuyabilmek önemlidir (Solmaz, 2016:1).

1.2.SOSYAL AĞ VE SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Sosyal ağ kavramı, ilk kez 1954 yılında Barnes tarafından kullanılmış; kişilerin, çevrelerindeki diğer insanlarla kurmuş olduğu ilişki olarak tanımlanmıştır. Barnes, sosyal ağ içindeki kişilerin, birbirleriyle etkileşim halinde olmasıyla birbirlerini psikolojik olarak etkiledikleri yönünde bir yaklaşıma sahiptir (Bilen, Ercan ve Gülmez, 2014 Aktaran: Erçolak, 2017:5).

Sosyal ağlar; katılımcılar ve sosyal ilişkiler olarak iki nesneden oluşmaktadır. Bu iki nesne aralarında karşılıklı yapısal, kurumsal ve dinamik unsurlara sahiptir. Bu unsurlar sosyal ağın yapısını oluşturmaktadır (Rüya ve diğerleri, 2013 Aktaran: Erçolak, 2017:5). Günümüzde sosyal ağ yapısının temelini web tabanlı iletişim araçları oluşturmaktadır (Vural ve Bat, 2010 Aktaran: Erçolak, 2017:5). Yani Barnes'ın tanımladığı sosyal ağ ilişkisi, web ortamına taşınmıştır. Böylece, sosyal platformlar aracılığıyla bireyler etkileşime girerek birbirleriyle iletişim kurmaktadır. Sosyal ağ platformları üzerinden yazılı ya da görsel bilgi paylaşımı yapılabildiği gibi, iletişim için sosyal grup kurma ve örgütlenme gibi bir takım sosyal faaliyetler de gerçekleştirilebilmektedir (Erçolak, 2017:5).

Sosyal ağ platformları, geleneksel iletişim araçlarından farklı birtakım yenilikler getirmiştir. Televizyon, gazete, dergi gibi geleneksel iletişim araçları tek yönlü iletişim imkânı sunarken; sosyal ağ platformları, çift yönlü iletişime olanak

sağlamaktadır. Böylece iletişim sürecinde bireyler hem içeriği alımlayan tüketici hem de onu oluşturan üretici konumunda yer alabilmektedir. Kullanıcılar sosyal ağ platformları aracılığıyla istedikleri konular hakkında görüş veya fikir paylaşımı yaparak diğerlerinin konudan haberdar olmalarını sağlayabilir. Barnes'ın sosyal ağ içindeki insanların etkileşim halinde bulunmalarıyla birbirlerini etkiledikleri yönündeki düşüncesinin sosyal ağ platformları için de geçerli olduğu söylenebilir.

Sosyal medya tanımlarında ön plana çıkan temel özellik “karşılıklı iletişim”dir. Sosyal medya; insanların, metin veya görüntüler kullanarak duygu, deneyim veya fikirlerini diğerleriyle paylaşmak veya iletişim halinde kalmak için kullanmış oldukları çevrim içi platformlardır. Eraslan (2016:15), sosyal medyanın bir dijital sosyalleşme alanı olduğunu vurgulayarak insanların yeni bir yeri tanımak, herhangi bir uygulama hakkında bilgi almak, yeni arkadaşlar edinmek, çevreleri hakkında yeni bir şey öğrenmek için sosyal medya araçlarına başvurarak veya soru sorarak bu sürece katıldığını ifade etmektedir. Sosyal medya uygulamaları, toplumun her alanında o kadar etkilidir ki dünya çapında herhangi bir olay olması durumunda, konu hakkında bilgi edinmek için bakılacak yerlerin başında yer alır.

Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlar ve bu paylaşımların başkaları tarafından tekrar paylaşılarak çok fazla kişiye ulaşmasıyla, insanlar arasındaki etkileşim oranı da artmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın fotoğraf, video, ses kaydı, metin veya uygulamaların sunmuş olduğu özelliklere göre oluşturmuş oldukları içerikleri, kendi sosyal medya hesaplarında paylaşabilir ve ortak ilgi alanlarına göre farklı kullanıcılarla etkileşime girerek yeni arkadaşlıklar ve yeni bir sosyal çevre edinebilir. Yani sosyal medya, yeni ve insani bir iletişim şeklini ortaya çıkarmıştır. Böylece, erişilebilen diğerleriyle var olan ortak noktalar üzerinden yeni sosyal ilişkiler oluşabilmektedir.

Sosyal medya gündelik hayatın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır ve temel gereksinimlerden biri haline gelmiştir. Eraslan (2016:14), McLuhan'ın internetle birlikte dünyanın küresel bir köy haline dönüştüğü betimlemesinin değişerek sosyal medyanın dünyayı bir evin odası kadar yakınıma taşıdığını belirtmiştir. Sosyal medyanın gündelik hayata nüfuz etmesiyle birlikte, eğitim öğretimden entelektüel

faaliyetlere kadar bilgi alışverişi gibi faaliyetler, bu ortamdan gerçekleştirilebilir olmuştur. Okullar, üniversiteler gibi geleneksel klasik kurumların yanı sıra özel kurum ve kuruluşlar da dijital ortama taşınmıştır (Solmaz, 2016:12).

1.2.1. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Karşılaştırması

Bilişim ve enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişim ve değişimle birlikte internet, küreselleşmenin en önemli aracı haline gelmiştir. Geleneksel medyanın özelliklerine eklenerek gelişen ve “yeni” olarak tanımlanan medya, geleneksel medyadan farklı bir alt yapıya sahiptir. Yeni medya sayısal tabanlıdır. Yani, içindeki veriler sayısal kodlamalar aracılığıyla oluşturulduğu için kolayca taşınabilir, kopyalanabilir ve aktarılabilir.

Sosyal medya uygulamaları çift yönlü iletişime imkân tanıyan iletişim kanallarıdır. Günümüzde geleneksel medyanın aksine popüler olarak kullanılan ve çevrimiçi medyanın bir türü olarak olan sosyal medyanın temel olarak sunduğu imkanlar ve sahip olduğu özellikler şu şekilde özetlenebilir (Mayfield, 2010: 6 Aktaran: Vural, Z. B. A., ve Bat, M. 2010: 3351):

Katılımcılar: Sosyal medya, kullanıcı olarak bireyin, cesaretli olmasını sağlayarak sosyal medya içerik ve paylaşımlarına geri bildirimde bulunmasına olanak tanır.

Açıklık: Sosyal medya servisleri, ayırım gözetmeksizin bütün kullanıcıların kullanımına ve geri bildirimine açık platformlardır. Bazen nadir de olsa erişime engel konulmaktadır.

Konuşma: Geleneksel medya, sahip olduğu özelliklerle, tek taraflı içerik aktarımı ve bilgi iletme işlevlerini yerine getirirken; sosyal medya iki yönlü iletişime olanak tanır ve iletişim sürecinde birey hem etkilenen hem de etkileyen konumunda yer alır.

Toplum: Sosyal medya, kullanıcıların çevrimiçi ortamda bir araya gelerek hızlı ve etkili bir şekilde topluluk oluşumuna olanak sağlar ve topluluk içinde topluluğun ortak beğeni ve dikkatini çekecek görseller, içerikler ya da herhangi bir konudaki değerlerle ilgili paylaşımlar yapılabilir.

Bağlantılılık: Sosyal medya, bir uygulama içinde ya da sadece web ortamında yer alan herhangi bir sayfadaki bir içeriğin, farklı uygulamalarla paylaşılmasına olanak tanır. Linkler aracılığıyla diğer site ya da web ortamında yer alan herhangi bir iletiye erişim sağlanabilmektedir.

Tüm bu özellikler dikkate alındığında sosyal medyanın geleneksel medyadan farkları şöyle açıklanabilir (<http://tr.wikipedia.org/>,2020):

Erişilebilirlik: Geleneksel medyadaki içeriklerin üretimi ve sunumu, genellikle özel şirketler veya hükümet sahipliğinde gerçekleştirilirken; sosyal medya araçları, herkes tarafından sıfır maliyet ya da çeşitli özel uygulamaların sunduğu ek özelliklerin satın alınması durumunda düşük bir maliyetle kullanılabilir.

Kullanım Durumu: Geleneksel medyada içerik üretimi için çoğunlukla uzmanlaşma ve eğitim gerekirken; sosyal medya eğitim durumu ve profesyonelleşme gerektirmeksizin, kullanımını bilmeyenlerin de deneme yanılma yöntemiyle öğrenebileceği, herkesin kullanımına açık bir alandır.

Yenilik: Gündelik hayatta gerçekleşen herhangi bir olay ya da var olan herhangi bir somut durumun gündeme getirilmesi, geleneksel medya iletişiminde sosyal medyaya kıyasla daha uzun bir süreci kapsayabilmektedir. Sosyal medyada herhangi bir konunun gündeme gelmesi, katılımcılara bağlıdır ve anlık olarak gelişebilir. Günümüzde geleneksel medyanın, bilgi ve içerik konusunda sosyal medyadan yararlandığı ve sosyal medya araçlarına adapte olduğu görülmektedir. Kimi zaman geleneksel medyada, ancak belli bir çaba ile gündeme gelebilecek olay ve durumlar, sosyal medyada daha kısa bir zaman içinde gündeme taşınır. Geleneksel medya, sosyal medyayı bir haber kaynağı olarak baz almakta ve sosyal medyada haber değeri taşıyan içerikleri, içeriklerinde sunmaktadır.

Kalıcılık: Geleneksel medyada ürünleri sonradan değiştirilemez. Şöyle ki bir dergi ya da gazete basılıp dağıtıldıktan sonra düzenleme fiziksel materyal üzerinde düzenleme yapılamaz. Ancak, örneğin basılan bir haberde yanlışlık olması durumunda diğer basımlarda düzeltme verilebilir ki bu durum da her zaman etkili ve geçerli olmayabilir. Çünkü her ne kadar düzeltme yayınlansa da yanlış içerikteki gazete, dergi var olmaya devam ederken; bu yayına sahip kişilerin, düzenleme yapılan basıma sahip olmama ve yanlış bilginin doğrusunu öğrenmeme ihtimalleri vardır. Sosyal medyada ise sosyal medya uygulamalarının sahip olduğu özelliklere bağlı olmak koşuluyla yapılan paylaşımlar, yorumlar silinebilir, düzenlenebilir, düzenlenen içerik yeniden paylaşılabilir. Geleneksel medyada bu anıdalık durumu söz konusu değildir. Bazı durumlarda, bazı içerikler mahkeme kararıyla da kaldırılabilir. Tabii bu içeriklerin daha önceden kaydedilmek veya kopyalamak suretiyle elektronik cihazlarda saklanması halinde yapılabilecek pek bir şey yoktur.

Özgürlük: Geleneksel medyada hükümetlerin ve reklam verenlerin baskısından söz edilebilir. Medya şirketleri, hükümet veya reklam verenlerin tepkisini alacak içerik üretiminden kaçınırlar. Çünkü bu şirketler, maliyetini reklam gelirleriyle karşılamaktadırlar. Yine aynı şekilde, siyasi ilişkiler de medya şirketlerinin içerik üretiminde baskı oluşturabilecek araçlardan biridir. Oysa sosyal medya, herkes tarafından ulaşılabilen ve eşit düzeyde müdahale edilebilen bir platformdur. Maliyeti ya da çıkar amacı yoktu ve küresel bir platformdur. Geleneksel medyaya göre özgür ancak genel olarak görece özgürdür denilebilir; çünkü her ne kadar kullanıcılar istedikleri şekilde paylaşım yapma olanağına sahip olsalar da sosyal çevre ya da hükümet tarafından dışlanma korkusuyla hareket edebilmektedirler.

1.2.2. Popüler Sosyal Medya Platformları

Sosyal medya uygulamaları, temelde aynı özelliklere sahiptir ancak her sosyal medya uygulaması kendine has birtakım özellikleriyle ön plana çıkmaktadır. Günümüzde çok sayıda sosyal medya uygulaması mevcuttur. Fotoğraf, video gibi görsel paylaşımların yanı sıra, metin paylaşımını birbirinden farklı veya birbirine benzer uygulamalar oldukça popüler durumdadır. Bu uygulamalar, kullanıcıların ortalama olarak oldukça fazla zaman geçirdiği alanlar haline gelmiştir.

Mayfield, sosyal medyayı; forumlar, bloglar, wikiler, mikrobloglar, podcastlar ve içerik toplulukları olarak farklı kategorilere ayırmıştır. Buna göre sosyal ağlar, insanların internet sayfaları oluşturarak arkadaşlarıyla iletişim kurma veya içerik paylaşımına imkân tanımaktadır. Sosyal ağlar; Facebook, Myspace, Youtube, Twitter gibi internet sitelerini ifade etmektedir (akt. Başlar, 2013:826).

Sosyal medya hem içerik paylaşımı yapmak hem de gündeme ilişkin gelişmeleri takip etmek için kullanılabilme açısından oldukça yararlıdır. Sanal mecralarda okunan haberler, iletiler zaman zaman diğer kullanıcıların fikirlerine yön verebilmektedir. Farklı isimlerde var olan onlarca sosyal medya uygulamasının hemen hemen hepsinin kendine özgü bir dili ve kuralları vardır. Sosyal medya uygulamalarının şirketleri, kendi uygulamaları içinde uyulması gereken yazılı kurallar belirlemektedir. Bu platformlarda, mesaj veya yorumlarında, başkalarını rahatsız eden, nefret söylemi, taciz, şiddet, tehdit, şantaj gibi içerikler barındıran kullanıcılar için hesap kapatma ya da hesabı askıya alma gibi cezalar verilebilmektedir. Bu cezalar, genellikle çok sayıda kullanıcı tarafından yapılan şikâyete bağlı olarak yapılan inceleme sonucunda uygulanmaktadır. Türkiye’de en popüler sosyal medya uygulamalarının başında Instagram, Facebook, Twitter gelmektedir. Dolayısıyla bu uygulamalar, çalışmanın konusu olan sanal linçlerin en fazla yaşandığı sosyal medya platformları olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bir sözlük platformu olan Ekşi Sözlük isimli web sitesi de sanal linç olaylarının yaşandığı ve Türkiye’de belli bir kesim tarafından önemsenen bir sosyal medya ağı olması sebebiyle çalışmaya dahil edilmiştir.

1.2.2.1.Facebook

2014 yılında Harvard Üniversitesi’nde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Başlangıçta Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kullanımı için oluşturulan bir sosyal ağ uygulaması olan Facebook, daha sonra ABD’deki diğer okullar arasında da kullanılmaya başlanmış ve en nihayetinde Eylül 2006’da dünyaya yayılarak kullanımı popülerleşen bir sosyal ağ olmayı başarmıştır.

Facebook; fotoğraf, video, metin gibi her türlü içerik paylaşımının yanı sıra yer bildirimini yapmaya, diğer Facebook kullanıcılarıyla mesajlaşmaya olanak sağlayan bir

uygulamadır. Kendine has tek bir özelliğiyle ön plana çıkmamıştır. Pek çok uygulama gibi kullanımının ücretsiz ve kolay olması, beğeni ve ilgi doğrultusunda grup veya topluluk oluşturulabilmesi ya da mevcut olanlara üye olunarak takip edilebilmesi, fotoğraf albümü oluşturarak istenilen sayıda fotoğrafın paylaşımına olanak tanınması, çeşitli organizasyonlar oluşturarak diğer kullanıcılara sanal olarak davetiye yollama, reklam aracılığıyla marka tanıtımı ya da tanınmış isimler için hayran sayfası oluşturma gibi birçok amaçla kullanılabilir.

Facebook, kurulduğu ilk zamanlardaki özellikleri ve kullanım amacı düşünüldüğünde; sosyalleşme, arkadaş edinme, iletişim kurma gibi özellikleri karşılamak amacıyla tasarlanmıştır. Uygulamanın kurulduğu dönemlerde çok sayıda sosyal medya uygulamasının olmaması, Facebook'un popülerleşmesini ve en çok kullanılan uygulama olmasını sağlamıştır. Genel olarak sosyalleşme ve iletişim kurma özellikleri çerçevesinde değerlendirilebilecek bir uygulama olan Facebook, işletme ve markalar için reklam yapılabilir ve yeni müşterilere ulaşılabilir bir platform olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Markalar, Facebook aracılığıyla geri bildirimlere verdikleri cevaplar ile müşterilerle doğrudan iletişim kurabilmekte ve sorunlara çözüm üretimini bu platform üzerinden sağlayabilmektedir.

1.2.2.2.Instagram

Son yıllardaki popüler uygulamalardan biri olan Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger isimli iki girişimci tarafından oluşturulmuş bir mobil sosyal ağ uygulamasıdır. Özellikle, fotoğraf ve video paylaşımı için tasarlanmış olan uygulama, bu içeriklerin uygulama içinde var olan çeşitli filtre ve efektlerle düzenleme yapılarak paylaşılmasına da olanak sağlamaktadır. Uygulamanın ön plana çıkardığı şey görselliktir; göze hitap edilmektedir. Birçok uygulama gibi, güncellemelerle yeni özellikler sunmaktadır. Uygulamanın ilk kullanım dönemlerinde, kullanıcılar tarafından paylaşılan fotoğraf ve videolar kullanıcı tarafından silinmediği müddetçe kullanıcının profilinde sabit kalmaktaydı. 2016 yılının sonlarına doğru, uygulamaya getirilen hikâye(story) özelliğiyle ise kullanıcının profil kısmında 24 saatlik geçici süre için fotoğraf ve video paylaşması mümkün hale gelmiştir. Sonrasında kullanıcı dilerse hikayeler kısmına, istediği hikayesini herkesin görebileceği şekilde sabitleyebilir.

Ayrıca, kullanıcı hikayelerini kimlerin görebileceğini belirleyebilir ve dilerse yakın arkadaşlar kısmında yalnızca istediği kişilere hikâye paylaşımı yapabilir. Ayrıca, profildeki kalıcı fotoğrafların kimler tarafından görüntülediği bilgisi, uygulama tarafından sunulmazken; hikâye kısmına bakan kullanıcı profilleri, hesap sahibi tarafından görüntülenebilmektedir. Fakat bir kullanıcının, herhangi bir kullanıcının hikayesine bakıp akabinde kullanıcıyı engellemesi durumunda, kendisinin profili hikâyeye bakan kullanıcılar listesinde görüntülenmeyecektir.

Uygulamaya, 2019 yılının son aylarında, kısıtlama özelliği getirilmiştir. Böylece, kullanıcının paylaştığı gönderilere, kısıtlamış olduğu diğer kullanıcının yorum yapması halinde bu konuşma yalnızca iki kişi tarafından görünür olmakta ve kısıtlı kullanıcının direkt olarak göndereceği mesajlar, mesaj istekleri kısmına taşınmaktadır. Yani kısıtlı kullanıcının mesaj atması halinde, kullanıcı mesaj içeriğini görse dahi karşı taraf görüldü bildirimini almayacaktır. Bu özellikle, kullanıcıların rahatsızlık duyduğu birtakım durumların önüne geçilebilmektedir.

Sosyal medya uygulamalarının neredeyse tamamı gibi Instagram da ilk etapta bireysel kullanım ve iletişim amaçlı oluşturulmuş; zamanla marka, reklam, mağazacılık, kozmetik, turizm ve yemek sektörü gibi alanlarda faaliyet gösterenlerin, kendilerini sunarak diğerlerine ulaştıkları bir alan haline gelmiştir. Böylece, reklamcılık da sosyal medya uygulamalarıyla bir dönüşüm yaşamıştır.

1.2.2.3. Twitter

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone tarafından geliştirilen mikroblog uygulamadır. İlk tweet, 21 Mart 2006 tarihinde Jack Dorsey tarafından @Jack adlı Twitter hesabından atılmıştır: “just setting up my twttr” (Twitter’ımı kuruyorum). Mikroblog, çevrimiçi olarak hareket halindeyken gündelik hayat içinde anlık kısa metinlerin yazılmasına, bunların kısa mesaj, e-posta, web üzerinden ya da diğer uygulamalar aracılığıyla diğerlerine gönderilmesine olanak tanıyan bir blog tipidir. Twitter, küresel olarak bilinen ve kullanılan en popüler blog uygulamasıdır (Aloğlu, 2018:103).

Başlangıçta 140 karakter olan metin sınırı, 2017 yılının son aylarından itibaren iki katına çıkarılarak 280 karakter olmuştur. Kullanıcılar, yapacakları bir paylaşımda en fazla 280 karakter içeren metin kullanabilir. Uygulama içinde paylaşılan iletiye tweet denir. Tweet’lerde, metinlerle birlikte fotoğraf, video veya uzun metinlerin yer aldığı görseller paylaşılabilir. Uygulama içinde kullanıcıların paylaşım yapmasına “tweet atmak” denilmektedir. Bir kullanıcı tarafından atılan tweetler, diğer kullanıcılar tarafından kendi sayfalarında yeniden paylaşılabilir. Bu özelliğe ise “retweet” denilmektedir. Atılan tweetler için yanıt verme, retweet, beğeni ve tweeti direkt mesaj ya da diğer uygulamalarda başkalarıyla paylaşabilmeye olanak tanıyan 4 farklı simge bulunmaktadır. Retweet, bilginin kolay ve hızlı bir şekilde paylaşılmasına, bilgi akışının sağlanmasına imkân sunmaktadır. Bir tweet herhangi bir twitter kullanıcısı tarafından retweetlendiğinde, tweetin orijinal hali ve tweet sahibinin ismi retweet yapan kullanıcının profilinde görünmektedir. Tweetler, doğrudan retweet edilebileceği gibi retweet yapacak kişi tarafından yorumlanarak da paylaşılabilir. Bu durumda da tweet sahibinin profili görünmeye devam etmektedir. Atılan tweetler veya retweetler hem kullanıcının kendi profilinde hem de takipçilerinin ana sayfasında görüntülenmektedir. “Retweet edenin takipçilerine ulaşan tweet, takipçileri tarafından da retweet edilerek domino etkisi yaratılabilmekte ve herhangi bir bilgi hızlı bir şekilde bu fonksiyon sayesinde yayılmaktadır (twitter.com, 10.06.2018 Aktaran: Toprak, 2018: s.45).” Bir tweetteki retweet ya da beğeni sayısının fazlalığı, çoğunlukla tweetin veya yazarının beğenildiği ve onaylandığı şeklinde yorumlanmaktadır.

Mikrobloglarla, daha kısa sürede daha hızlı bir şekilde içerik paylaşımı yapılabilmektedir. Bir Twitter kullanıcısının, başka bir kullanıcısının paylaşımlarını görebilmek için eklemesi durumu takip etmek olarak anlatılmaktadır. Bir kullanıcının takip ettiği Twitter hesabının paylaşımları kullanıcı tarafından ana sayfasında görüntülenmektedir. Takip etme durumunun karşılıklı olmasına gerek yoktur; uygulama, tek taraflı takip etmeye imkân tanımaktadır. Özellikle kamu tarafından bilinen isimlerin takipçi sayısı fazladır. Twitter, hesabı ya kendi gerçek kimlikler üzerinden ya da tercih edilen herhangi bir takma isimle açılabilir. Çoğu sosyal medya uygulamasında olduğu gibi burada da her isim, örneğin “@atiyeokur” ismindeki bir Twitter adresi sadece bir kişi tarafından kullanılabilir. Kullanıcıların attığı tweetlerin altında, tweetin atıldığı tarih ve saat yer almaktadır ve atılan tweetler

kullanıcı tarafından silinmediği müddetçe kullanıcının sayfasında görüntülenmektedir. Ayrıca, eğer hesap herkese açık ise tweet içinde geçen bir kelimenin başkaları tarafından Twitter'in arama kısmında aratılması durumunda mevcut tweet de sonuçlar kısmında görüntülenecektir.

Twitter'da kullanıcılar tercihlerine göre hesaplarını herkese açık yapabilir ya da tweetlerini korumaya al seçeneğiyle sadece takipçileriyle paylaşabilirler. Her iki durumda birtakım farklar oluşmaktadır. Kullanıcının hesabının korumaya ala özelliği açıkken herhangi bir tweete yanıt vermesi halinde bu yanıt yalnızca, kendisini takip eden kişiler tarafından görüntülenebilecektir. Yanıtların herkes tarafından görüntülenebilmesi için hesabın herkese açık olması gerekmektedir. Bu durumda, uygulamanın arama kısmında "@kullanıcıadı" yazıldığında da paylaşılan gönderiler herkes tarafından görüntülenebilecektir. Kullanıcının, tweetin herhangi bir yerinde "@kullanıcıadı" ekli olarak paylaşım yapmasına "mention" denilmektedir.

Kullanıcıların aynı konu hakkında paylaşımında bulunabilmesi veya yazılan tweetlerin filtrelenmesi için bir yöntem olarak hashtag işareti "#" kullanılmaktadır (twitter.com, 10.06.2018 Aktaran: Toprak, 2018:45). Genellikle bir şeye dikkat çekilmesi ya da organize bir şekilde hareket edilerek bir konunun gündeme getirilmesi veya üzerine konuşulması düşünülen konular için "#" karakteri yazılacak kelime ya da cümlenin başına konulmaktadır. Bu işaret kullanıldığında yazılan anahtar kelimeler yan yana, boşluk bırakılmadan yazılmalıdır. "Bu işaret ve kelime grubu birlikte bir linke dönüşmekte ve bu linke tıklandığı zaman bu hashtagi içeren tüm tweetler zaman sıralamasına göre sıralanmaktadır (twitter.com, 10.06.2018 Aktaran: Toprak, 2018:45)". Bu yöntemle atılan tweetler sayesinde hashtag ile birlikte anahtar kelimeler ya da söz öbekleri arama kısmında aratıldığında konuyla ilgili bağlantılı ve açık hesaplarda paylaşılan bütün tweetlere ulaşım sağlanabilmektedir. Buna bir tür bağlantı denilebilir.

Twitter'da gündem oluşturmak yani en fazla konuşulan konuların görüntülendiği kısım vardır. Hashtagler ile ya da tweet içinde geçen belli sözcük ya da söz öbeklerinin kullanıcılar tarafından çok fazla paylaşılması sonucunda bunlar Twitter gündemine girerek en çok konuşulan konular kısmında görüntülenir. Buna Trend Topic (TT)

denmektedir. O an ülke gündemi ya da dünya genelinde en çok konuşulan gündem olan konular görüntülenebilmektedir. Atılan tweetler içinde en fazla yer alan ilk on konu gündemde yer alır. TT listesi ülke ve dünya çapında en çok konuşulan içeriklere göre sıralanır.

Twitter, kullanıcıların kendi aralarında mesajlaşmalarına da olanak sağlamaktadır. Direkt mesaj olarak iki kullanıcının özel olarak birbirlerine mesaj gönderebilmesi için karşılıklı takipleşmeleri gerekmektedir ancak, kendisini takip etmeyen bir kullanıcıdan da mesaj alabilmek istenirse ayarlar kısmından mesaj alma ayarı “herkes” olarak seçilmelidir.

Twitter, toplumu ilgilendiren sosyal, kültürel, siyasal, spor gibi her türlü konuyla ilgili fikir, görüş ve haberlerin yer aldığı toplumsal bir platformdur. Twitter, farklı meslek grupları, farklı eğitim seviyesi, farklı ideolojik, siyasal, dini görüşü savunan kişilerin yer aldığı bir platformdur. Dolayısıyla, belli başlı konularda görüş çeşitliliği olabilmekte ya da her şeye rağmen kullanıcıların hep birlikte aynı doğrultuda görüş bildirdiği konular gündeme gelebilmektedir. Twitter, yalnızca toplumu oluşturan vatandaşlar değil, hükümet, politikacılar, sanatçılar, bilim insanları tarafından da kullanılan bir uygulamadır. Yönlendirici ve bilgilendirici yönü bulunmaktadır. Günümüzde mikroblog uygulamaları, toplumsal hareketlerde de önemli rol oynamaktadır. Twitter’in toplumsal hareketlerde önemli bir konumda olduğunun farkına varılması sonrasında bu uygulama, özellikle siyasetçilerin önemseydiği ve aktif olarak yer aldıkları bir platform olmuştur.

Twitter kurulduğu yandan bu zamana kadar popülaritesini korumuştur. Kendi kategorisinde rekabet edeceği bir uygulama yoktur. Her ne kadar farklı uygulamalar oluşturulsa da Twitter’in toplumsal sorunlarda aktif olması, acil durum ve hızlı hareket edilmesi gereken önemli konularda iletişimin hızla akmasına olanak sağlaması gibi özelliklerinden dolayı popülaritesini korumaya devam etmektedir.

Twitter üzerinde Nisan 2007- Mayıs 2017 tarihleri baz alınarak yapılan bir araştırmada, her 30 saniyelik zaman diliminde toplam 1.348.543 gönderi paylaşımının

gerçekleştiği ve bunların 76.177'sinin farklı kullanıcılar tarafından paylaşıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Aloğlu, 2018:105).

2017'nin ilk üç ayında Twitter'da 328 milyon aktif kullanıcı mevcuttur. Twitter ile ilgili yapılan bir araştırma sonucuna göre; 2017'nin ilk üç ayından 2018'in ilk üç ayına kadar Twitter uygulamasının şirketi, toplamda yaklaşık 664,9 milyon dolar gelir elde etmiştir. Bugün bakıldığında Twitter, bilimsel araştırmalar için kullanılabilir veriye sahiptir. Twitter Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları arasında yer almaktadır. Twitter, toplumsal olanın takip edildiği bir platformdur ve hiçbir paylaşımda bulunmasa bile kullanıcılar, gündemde olup biteni takip edebilmektedir (Statisca, 2016, Aktaran: Aloğlu, 2018:105). We Are Social ve Hootsuite'in hazırladığı rapora göre Türkiye, Twitter kullanımında dünya sıralamasında Amerika Birleşik Devleti, Japonya, Birleşik Krallık, Suudi Arabistan ve Brezilya'dan sonra 6. sırada yer almaktadır.

1.2.3. Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı

Her yıl Ocak ayında We are Social ve Hootsuite tarafından dünya çapında internet kullanımı raporları yayınlanmaktadır. Bu raporlarda, Türkiye ile ilgili internet kullanımı istatistikleri de yer almaktadır. Raporlara bakılarak veriler analiz edildiğinde şu sonuçlarla karşılaşmaktadır (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>):

Resim 1: We Are Social 2019 Türkiye Raporu: İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri



We are Social'ın 2019 raporuna bakıldığında, Türkiye nüfusunun 82.440,00 olarak yer aldığı görülmektedir. Türkiye nüfusunun %63'lük dilimini oluşturan 52 milyon kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı ve nüfusun %53'ünü oluşturan 44 milyon kişinin de aktif olarak mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu görülürken; nüfusun %72'sine karşılık gelen 59,36 milyon kişinin internet kullanıcısı olduğu görülmektedir. Yani yaklaşık 8 milyon kullanıcı, sosyal medya platformlarına yalnızca akıllı telefon dışındaki diğer elektronik cihazlar üzerinden bağlantı sağlıyor.

Resim 2: We Are Social 2020 Türkiye Raporu: İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri



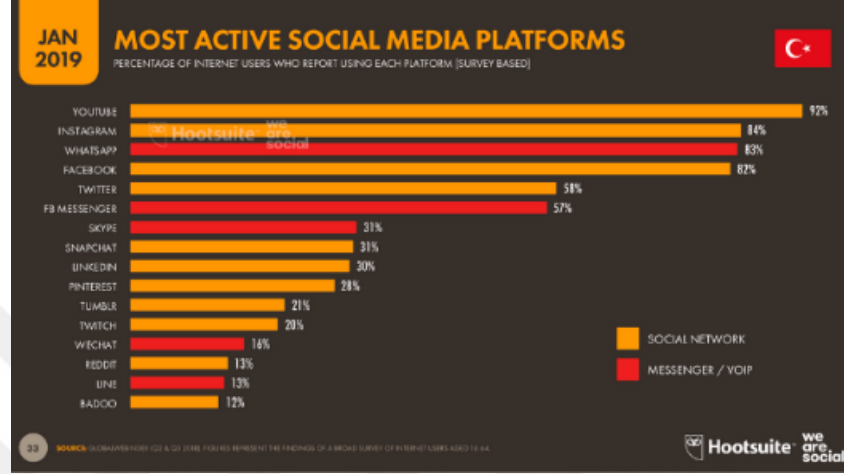
(<https://wearesocial.com/digital-2020>)

Aynı çalışmanın 2020 raporuna bakıldığında ise 2019 Türkiye verilerine göre nüfus artışı olduğu; toplam nüfusun %74'ünü oluşturan 62,07 milyon kişinin internet kullanıcısı; toplam nüfusun %64'ünü oluşturan 54 milyon kişinin ise aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Yani internet kullanıcısı olup da sosyal medya kullanmayan %10'luk bir oranla 8,07 milyon kişi bulunmaktadır. Aktif sosyal medya kullanıcılarının yüzde 99'u mobil cihaz aracılığıyla erişim sağlamaktadır. Ayrıca raporun verilerine göre, herhangi bir kullanıcının herhangi bir cihaz vasıtasıyla internet kullanırken harcadığı ortalama süre 7 saat 29 dakika olarak görülmektedir.

Bu sonuçlara göre; Türkiye'de, internet ve sosyal medya kullanım oranı yüksek olmakla birlikte, internet kullanıcılarının tamamının sosyal medya kullanımı gerçekleştirmediği görülmektedir. Ayrıca 2020 yılı raporuna göre, Nisan 2019- Ocak

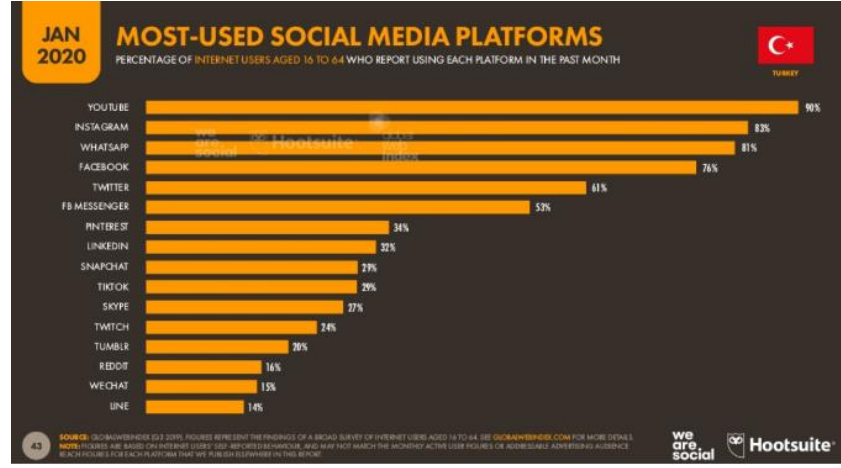
2020 arasındaki dönemde Türkiye’de aktif sosyal medya kullanıcı sayısının %4,2 oranla 2.2 milyon arttığı görülmektedir.

Resim 3: We Are Social 2019 Türkiye’de Kullanılan En Aktif Sosyal Medya Platformları



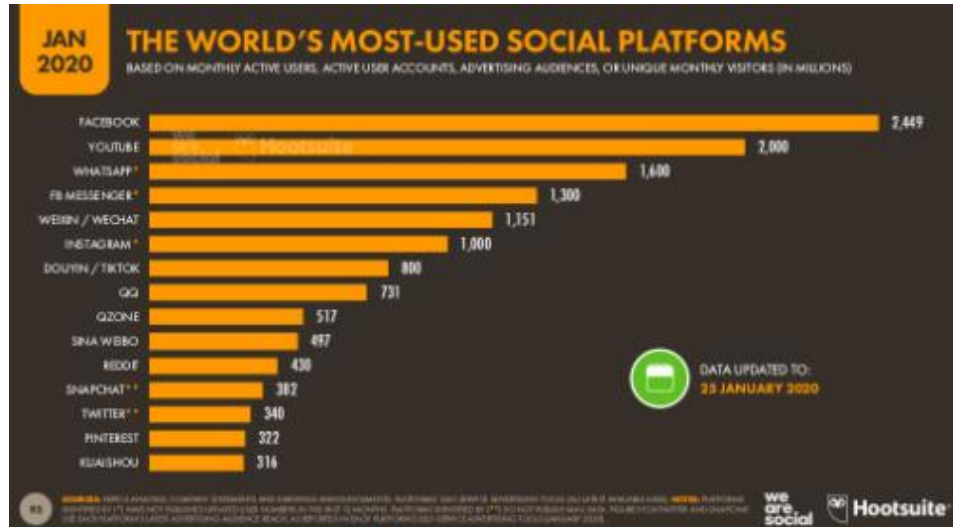
Grafik sosyal medya bağlamında incelendiğinde; 2019 verilerine göre Türkiye’de aktif olarak en fazla kullanılan sosyal medya uygulamasının Youtube olduğu görülmektedir. Bir önceki yıl istatistikleriyle karşılaştırıldığında Instagram kullanımının 4. sıradan 2. sıraya yükseldiği; Facebook’un ise tam tersi 2. sıradan 4. sıraya gerilediği görülmektedir. Sosyal ağlar arasında değerlendirilen Twitter, 2019 istatistiklerine göre; (Whatsapp’in neredeyse tamamen sohbet ve iletişim amaçlı kullanılan bir uygulama olması ve içeriklerin doğrudan kamuoyuna paylaşılmıyor olması dikkate alındığında) bir önceki yıla göre de konumunu koruyarak en aktif kullanılan 4. sosyal ağ platformudur.

Resim 4: We Are Social 2020: Türkiye'de Kullanılan En Aktif Sosyal Medya Platformları



We Are Social'ın 2020 raporuna bakıldığında da Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları listesindeki ilk 5 uygulamanın sıralamasında, bir önceki yıla göre değişiklik olmadığı görülmektedir. Ancak, ilk 5'te yer alan Youtube, Intstagram, Whatsapp ve Facebook uygulamalarının oranları yüzdelik olarak düşerken Twitter'in yüzde üçlük bir artışa sahip olduğu dikkat çekmektedir. Buna göre 2019 yılında 9 milyon olan kullanıcı sayısı, 2020 raporunda 11,8 milyon olarak görünmektedir.

Resim 5: We Are Social 2020: Dünyada En Aktif Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Dünya çapında bakıldığında ise en çok kullanılan sosyal medya platformlarında; Facebook, Youtube, WhatsApp, FB Messenger, WeChat, Instagram, Tiktok en

popüler uygulamalar olarak görülürken Türkiye’de ilk 5 içinde yer alan Twitter, dünyada en çok kullanılan 13. uygulama olmuştur. 2019 yılı raporunda ise; 2020 raporunda yer alan ilk 6 uygulama değişmezken; 2020’de 7. sırada olan Tik Tok uygulamasının 2019 listesinde 10. sırada olduğu görülmektedir. Yani Tik Tok uygulaması popülerliğini bir önceki yıla oranla artırmıştır. Twitter, yine alt sıralarda 12. sırada yer almaktadır.

Sosyal medya erişiminin, yasaklı veya engelli olduğu kimi ülkeler vardır. Sosyal medyaya erişim, herkesin sahip olduğu temel insani hak olarak görülmekte; insan hakları raporlarında bu konuya yer verilerek ülkeler buna göre puanlanmaktadır. Zaman zaman bazı uygulamalara erişim ülke çapında devlet tarafından engellenmektedir. Türkiye’de de zaman zaman Twitter uygulamasında yasaklama getirilmektedir. Ancak DNS (Domain Name System) ayarlarının değiştirilmesi veya Ultrasurf, Tunnel Bear, Mobile VPN, Tor Browser gibi sansürü yok eden programlarla sosyal medyaya erişim sağlanabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medyaya erişimi, tam anlamıyla kesebilmek için internetin tamamen kesilmiş olması gerekmektedir (Eraslan, 2016: 24-25).

1.3.SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ

Sosyal medya uygulamaları yeni bir dünya düzeni yaratmıştır. Birtakım alışkanlıklar kazandırmış, varlığıyla, kendine has yeni kavram ve anlayışlar çıkarmıştır. Sosyal medya kullanım maliyetinin olmaması veya düşük olması, hemen hemen dünya çapında erişimi var olan ağlar sayesinde herkesin kolayca ulaşabildiği bir platform olmasından dolayı insanlar bu mecralarda buluşabilmektedir. Küreselleşmeyi artıran ve toplumların dinamiklerini dönüştürme etkisine sahip olan sosyal medya ve teknoloji, pek çok etki yaratmıştır. Gerek bireysel gerek toplumsal etkilerinden yola çıkarak -internet için de geçerli olduğu gibi- sosyal medyanın kullanılması, sosyal etkileşimi zayıflatabilen, güçlendirebilen ya da tamamlayabilen etkilere sahiptir (Toprak, 2018:15). Bu başlık altında sosyal medyanın etkileri başlıklar halinde ayrı ayrı incelenmektedir.

1.3.1.1. Kullanım ve Doyumuna Etkisi

Psikolog Elihu Katz, medya çalışmalarında üzerinde durulan “medyanın insanlara ne yaptığı” sorusunu bir kenara bırakmış; “insanların medya ile ne yaptıkları” sorusuna odaklanması gerektiğini belirtmiştir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, bu soru üzerinden ilerlemektedir. Katz, insanların, toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları olduğunu söyler. Bu yaklaşıma göre insan, toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyacını gidermek için medya içeriklerini tüketmeye yönelmektedir. Medyanın, bu ihtiyaçları karşılamada bir araç olduğu söylenebilir. Örneğin televizyon programını izleyen kişi bu yolla eğlence ihtiyacını gidermiş ya da doyuma ulaştırmış olacaktır. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımında izleyici, aktif konumdadır. Yani bireyler, ihtiyaçlarını karşılamak için bilinçli ve gönüllü olarak ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda medya içeriklerini aramakta, bulmakta ve kullanmaktadır (Yaylagül, 2018:63). Katz, bu yaklaşımı, geleneksel medya için geliştirmiş olsa da mevcut dönemde sosyal medya için de geçerli olduğu söylenebilir. Tek yönlü iletişime olanak tanıyan geleneksel medyada bile kullanıcının aktif konumda olduğu kuramın, çift yönlü iletişime sahip sosyal medyaya uygulanması zor olmamaktadır. Kullanıcılar şu kategorilerde doyum sağlamaktadır (Fiske, 2003:197-198, Aktaran: Toprak, 2018:16):

Oyalanma: Gündelik hayatın sınırlamaları, yaşanan sıkıntı ve problemlerden kaçış yolu olarak birey sosyal medyayı kullanarak, burada vakit geçirerek duygusal boşalma sağlamaktadır. Çevrimiçi alanlarda vakit geçirerek, çeşitli işlemler yaparak, gündelik hayatın endişe ve sıkıntılarında bir müddet olsa bile uzaklaşmaktadır.

Kişisel İlişkiler: Toplumsal ya da kişisel konumlarından dolayı arkadaşlık etme gereksinimlerini gündelik hayat içinde karşılayamayan bireyler sosyal medya içinde bu gereksinimlerini karşılayabilmektedir. Yalnızca arkadaşlık kurma bağlamında değil aynı zamanda toplumsal etkileşime girme konusunda da sosyal hayatta iletişim problemi yaşayan insanlar, sosyal medyada kendilerini daha kolay ifade edebilmekte ve diğerleriyle iletişime geçebilmektedir.

Kişisel Kimlik: Sosyal medya kullanıcıları, bu ortamda yapılan paylaşımlar doğrultusunda kendilerini ve yaşamlarını diğerleriyle kıyaslayabilmektedir.

Kıyaslama sonucunda kendi yaşamlarını anlamlandırabilmeleri, gerçeklikleri fark edebilmeleri, değerlerini onaylamaları mümkünken; bu kıyaslama sonucunda kendi değerleriyle ilgili olumsuz algılara da kapılabilmektedirler. Olumlu izlenimlerle mutlu olunabileceği gibi, örneğin ünlü ve zengin yaşamlarla yapılan bir kıyas neticesinde içinde bulunulan şartlar düşük görülerek mutsuz olunabilmektedir.

Gözetim İşlevi: İnsanlar dünya hakkında bilgi sahibi olmak ve çevresinde olanı biteni öğrenmek istemekte; bilgiye gereksinim duymaktadır. Sosyal medya uygulamalarıyla birey, bilgiye çok hızlı erişebilir; diğerlerinin yaşamlarıyla ilgili bilgilenme ihtiyacını, sosyal medyada gözetleme yaparak bu giderebilmektedir.

1.3.1.2. İnternet Bağımlılığına Etkisi

Sosyal paylaşım ağlarının sunduğu özellikler, sürekli yenilenebilir olması, mali açıdan sorun yaratmaması, insanlar için cazip görünmektedir. Sosyal medya uygulamalarındaki artış, gündelik hayatla iç içe geçmiş olması, artık birçok işlemin çevrim içi olarak yapılabilir olması sebebiyle internette geçirilen sürede artış yaşandığı söylenebilir. Artık insanlar her anlarını bu uygulamalarda paylaşmakta ve aynı zamanda diğerlerinin paylaşımlarını da kontrol etmektedir. Gündelik hayatında yaşanan her şeyin sosyal medyada paylaşılmasıyla birtakım sorunlar ve kaygılar da ortaya çıkmaktadır. Karaman ve Kurtoğlu (2009:642), internetin zaman ve mekândan bağımsız birçok işlemin gerçekleştirilebilecek bir araç olarak avantaj sağlarken araç olmaktan çıkıp amaç olarak kullanılmasının hayatı olumsuz etkileyecek bir bağımlılığa evirileceğini söylemiştir. İnternetin keyfi kullanımı dışında çağın gerekleri doğrultusunda kullanılması gereken alanlar mevcuttur. Ancak akıllı telefonlar üzerinden bağlantı kurulan sosyal medya uygulamalarına her an her yerden ulaşılabilir olunması, kişinin her boş vaktinde telefonu eline almasına sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra çok farklı özellikler sunması nedeniyle, gerekli bir işlem yapılacak olması durumunda dahi kişi istemsizce başka bir şeye bakabilmektedir. Bu durum neticesinde, ortaya akıllı telefonlardan bir an olsun uzak kalamayan bir nesil çıkmıştır. Birey, akıllı telefonu ve internet bağlantısı olmadan eksik hissetmektedir. İnternette kontrolsüz bir şekilde vakit geçirmek internet bağımlılığını oluşturmaktadır. İnternete olan bağımlılık davranış bağımlılığıdır. Yani birey, sürekli olarak yaptığı bir

davranış neticesinde psikolojik, bedensel veya toplumsal yaşam içinde dengesini kaybederek olması gereken düzeninden ve çevresinden uzaklaşarak kopmaktadır. Olumsuz sonuçlarına rağmen, bireyler kendilerini kontrol edememekte ve aynı davranışı sergilemeye devam etmektedir (Kırık, 2017:87). Özellikle gençlerin sanal dünyaya yoğun ilgisinden bahsedilebilir. Kimi araştırmacılar, internet bağımlılığı kavramını kullanırken kimileri problemlili internet kullanımı kavramını daha doğru bulmaktadır.

İnternet bağımlılığının gelişmesi, farklı sebeplere dayanabilmektedir. Ekonomik, psikolojik, fiziksel problemler ya da eksiklikler, bireylerin sanal dünyayı bir sığınak olarak kullanarak gerçek dünyadan kaçmasına aracılık edebilmektedir. Gerçek dünyadaki sıkıntılarında uzaklaşmak isteyen birey, sosyal medya ve internette geçirdiği zamanların artışıyla bu ortama karşı bağımlılık geliştirebilmekte ve bu durum da sosyal kişinin sosyal yaşamından koparak insanlarla birebir iletişimde bozulmalar yaşamasına sebep olabilmektedir (Kırık, 2017:97)

Sosyal medya kullanımı, bireylerin doyumlarını karşılamaktadır ve bu durum, sosyal medyayı gerek birey gerekse toplum tarafından kolayca vazgeçilemez bir konuma taşımıştır. Sosyal medyanın, akışta kalabilmek, zamana ayak uydurabilmek, gündemi takip edebilmek gibi çeşitli sebeplerle kullanımı sebebiyle vazgeçilmez oluşu bir tür bağımlılık yaratmıştır. “Alkolizm nedeniyle karaciğer siroza yakalanır veya artan kokain kullanımına bağlı olarak felç riski artar. Aynı şekilde internete bağımlılık da diğer bağımlılıklar gibi insanlara zarar vermektedir. İnternet bağımlılığını tanımlamada zaman doğrudan etkili bir unsurdur (Toprak, 2018:17).”

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyada çok fazla vakit geçirilmesine ve bundan dolayı günlük hayattaki diğer faaliyetlerde azalmaya sebep olmaktadır. Gece geç saatlere kadar sosyal medya uygulamalarında veya internette vakit geçirenler uyku düzenlerinde problem yaşamaktadır. Aşırı sosyal medya kullanımı, bireyin her anını sosyal medya uygulamalarında paylaşma ihtiyacı hissetmesine ve gerçek hayatı yalın bir şekilde yaşayamayıp yaşayacağı anları yalnızca sosyal medyadan paylaşabilmek için organize etmeye kadar gidebilmektedir. Gerek akıllı telefonlar gerekse diğer elektronik cihazların uzun süre kullanımı baş, boyun, omuz ve sırt gibi kas iskelet

sisteminde veya gözlerde bozukluklara ve ağrılara da sebep olmaktadır. İnternet ve sosyal medya bağımlılığı her ne kadar kimyasal bağımlılık olmasa da kişinin hayatının seyrini doğrudan ya da dolaylı etkileyebilmektedir. Bağımlılığın, kişilerin psikolojik etkilenimiyle birlikte, ailevi ilişkilerinin yanı sıra akademik veya mesleki hayatlarında da olumsuz etkileri gözlemlenebilir.

Sosyal medya bağımlısı olan kişiler, sürekli olarak sosyal medya uygulamalarında gezinme dürtüsüne sahiptir. Bu kişiler, gündelik hayatta yaşadıkları her şeyi sosyal medya hesaplarında paylaşma ihtiyacı hissetmektedirler. Bir süre için bile akıllı telefon, internet ve sosyal medya kullanamayan bireyde içsel bir zorlanma, çevrimiçi olma dürtüsü oluşabilmekte ve isteklere ulaşamayan her an işkence gibi gelmektedir. Kişi, çevrimdışı olduğunda üzerinde gerginlik hissetmektedir. Çünkü birey, bağımlılık duyduğu şeyden yoksundur. Nasıl ki bir alkol bağımlısı, alkol tüketmeye yönelirken zorlayıcı bir davranışla hareket ediyor olsa da amaç, altta var olan duygusal gerginliği azaltmaksa; internet bağımlısı da aslında sosyal medyayı bilgi aracı olarak kullanmaktan ziyade, günlük hayattaki problemlerden uzaklaşmak için bir kaçış yolu olarak kullanmaktadır (Young, 2004:405, Aktaran: Toprak, 2018:18).

1.3.1.3.Mahremiyete Etkisi

Mahremiyet, Türk Dil Kurumuna göre “gizlilik” anlamındadır. Özel hayatın gizliliği, kişinin kendi özel yaşantısıyla ilgili şeylerin ne kadarını başkalarıyla paylaşıp paylaşmayacağına karar verebilmesi mahremiyet hakkıdır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve yenilikler doğrultusunda bu mecralarda gelinen son duruma bakıldığında mahremiyetle ilgili birtakım sorunlar ortaya çıkmaktadır. Telefon ve teknolojik cihazlarla kolayca kaydedilebilen ses, görüntü, yazı gibi içerikler, elektronik ortamda diğerleriyle kolay ve hızlı şekilde paylaşılabilir. Bu içeriklerden bazıları, kişilerin özel hayatını ihlal edecek tarzda içerikler olabilmektedir.

Kişiler, sosyal medya uygulamalarında kendi özel hayatlarına ilişkin bilgileri, kendi tercihleri doğrultusunda paylaşabilmektedir. Her ne kadar kişi ilgili içerikleri

kendi iradesiyle paylaşıyor olsa da sosyal medyada mahremiyetle ilgili tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya, mahremiyet ihlali için bir araç olabilmektedir. Konuyla ilgili Yüksel (2014:185-187), mahremiyetin çıkış noktası olarak üç başlık ortaya koymuştur. Bunlar; kendini ifşa etme, merak, gözetlemedir. Mahremiyet, çoğu zaman kişinin kendisi dışında başkaları tarafından ihlal edilen bir alan gibi görünse de aslında kişinin kendisi tarafından da ihlal edilebilen bir alandır. Sosyal medyada kişiler, kendileri hakkında paylaştıkları içeriklerle kendilerine ait özel yaşam alanlarını, kimi zaman farkında olmaksızın gittikçe daraltmakta ve bunu gönüllü olarak yapmaktadır. İkinci tehdit kaynağı olarak belirtilen merak duygusu, aslında temel insani bir eğilimdir ve bu eğilim yoğunluğu, birey ve kültüre göre değişiklik göstermektedir. İnsanlar, sosyal çevrelerinde neler olduğuna dair, özel yaşam ve mahrem alanlarını da içerecek şekilde bilmek ister. Özellikle toplum tarafından tanınan isimlerle ilgili magazin programlarında sunulan mahrem bilgiler, insanların ilgisini çekmektedir. Sosyal medya, ünlü kişiler dışında, insanların kendi çevrelerindeki kişilerin de özel hayatını merak etme ve takip etme isteğini ortaya çıkarmıştır. Mahremiyeti tehdit eden üçüncü tehdit kaynağı olan gözetleme ise, temel sosyal kontrol etme araçlarından biridir. Yüksel (2014:186), tarihsel süreç içinde gözetleme tekniklerinin geliştiğini söylemiş ve üç tür gözetimden bahsetmiştir. Birincisi, gözleyerek yapılan gözetlemedir. Bir kimse, gözetlendiğini bildiği durumlarda, aslında yapılmaması gereken bir davranışta bulunma kararı alsa bile, davranışlarını, içinde bulunduğu ortamda kabul gören normlara uygun sınırlar içinde tutmaya çalışmaktadır. İkinci gözetleme ise itiraf ya da ifşa etmedir. Birinin özel, yalnızca kendisine ait olan bilgi, duygu ve her türlü özel durumunun, kişinin kendi özel alanında elde edilerek ifşa edilmesi veya kişiye bunun itiraf ettirilmesi durumu söz konusudur. Bu durumda birey, özgür olması gerektiği alandaki özel yaşamı için tehdit altında kalmaktadır. Üçüncü tip gözetleme de ise, kişilerin haberi olmaksızın yeni iletişim cihazları ve kameralarla ses, görüntü kayıtları alınmak suretiyle iletişimin yeniden üretilebilirliği olarak açıklanabilir. Burada önemli olan nokta şudur ki: gözetleme işini yapan kimse, gözetlenen kişinin konuşma veya davranışları üzerinde, kırpma veya ekleme gibi çeşitli değişiklikler yaparak yeniden üretme ve geniş bir kitleye farklı bir şekilde sunma gücüne de sahiptir.

1.3.1.4. Kişilerarası İletişime Etkisi

Sosyal medya, geleneksel medyanın aksine çift yönlü iletişim imkânı sunmaktadır. Kullanıcılar, birbirlerinin gönderilerine yorum yapabilmekte, beğenide bulunabilmekte, özel mesajlarla yazışma ya da görüntülü sohbet etme olanağını kullanabilmektedir. Sosyal medyanın tüm bu özellikleri ücretsiz olarak sunuyor oluşu, zaman ve mekândan bağımsızlığı ve kullanımının kolay olması, kişiler arası ilişkilerde tercih edilen bir araç olmasını sağlamıştır.

Sosyal medya ağlarının sunduğu özellikler, kullanıcıya cazip görünmekte ve kullanıcıları bu uygulamalara çekmektedir. Son dönemlerde kişilerarası iletişimin büyük oranda internet üzerinden sosyal ağlar ile gerçekleştiği söylenebilir. Bu süreçte, çevrim içi ortamlar kişiler arasındaki iletişim ve etkileşimi artırırken; bu şekilde gerçekleştirilen iletişim sonucunda bireyler, iletişim ihtiyaçlarını karşılamış olduğu için yüz yüze iletişime daha az gereksinim duyabilmektedir (Kaya, 2011:117).

Teknolojinin gelişmesi, iletişim süreçlerini büyük oranda etkilemiştir. Yüz yüze gerçekleştirilen kişilerarası iletişimin, mekân bağlamında bir araya gelmeden gerçekleştirilebileceği yeni bir alan ortaya çıkmıştır. Kişilerarası iletişim, en yalın haliyle mesaj, kaynak, alıcı ve gürültü öğelerinden oluşmaktadır. Kişilerarası iletişimin, teknolojik araçlar üzerinden gerçekleştirilmesi, kolaylık sağlıyor olsa da mesajın psikolojik gürültü ortamının anlaşılmasından dolayı, iletişimde yanlış anlaşılmalara yaşanabilmektedir. Yüz yüze iletişimde, alıcının ruhsal durumu ve içinde bulunduğu durum anlaşılabilirken, sosyal medyada kimi zaman bunu anlamak mümkün olmayabilmekte ve alıcı ile gönderici arasında anlam farklarının oluşması, mesajın yanlış yorumlanması sonucunu doğurabilmektedir. Eş zamansız gelişen iletişimde, alıcının o anki ruh haline göre, anlamlandırma sürecinde mesajın yanlış yorumlanması ve sonuç itibarıyla gönderici ile alıcı arasında anlamsal farkların oluşma durumu söz konusu olabilmektedir. Bu süreçte kişiler arası iletişimde çatışmalara sebep olabilmektedir (Kaya, 2011:116). Yüz yüze kurulan iletişimde kişiler, yanlış anlaşılmalara karşı anında müdahale edebilme fırsatına sahiptir. İnternet ortamında kurulan iletişim ise, iletişim ortamı terk edilerek engelleme, silme gibi işlemlerle çok daha kolay şekilde sonlandırılabilir. İnternet ortamında yazı ve simgelerle kurulan

iletişim, aktarılmaya çalışılan ve anlamlandırılan duygu ve anlatım, çoğunlukla yüz yüze iletişimin yerini tutmamakta ve yüzeysel kalmaktadır (Kaya, 2017:200-201, Aktaran: Toprak, 2018:22).

İnternet ve sosyal medya uygulamaları henüz gündemde değilken, kişilerarası iletişim, karşılıklı olarak aynı fiziki ortamda bulunmak suretiyle gerçekleşmekteydi. İçinde bulunulan zaman dilimi içerisinde ise bireysel olarak fiziki anlamda bir araya gelinmeyen kişilerle sosyal ağlar üzerinden etkileşime girilebilmektedir. Önceleri, kimlik, yaşanan mekân bazında kazanılmakta ve yerel özellik göstermekteydi. Kazanılan bilgiler, sözel özellik taşımakta ve tecrübeye dayanmaktaydı. Kimliğin biçimlenmesinde, kamuoyu önderleri, gezginler gibi farklı coğrafya ve kültürlerle etkileşime girmiş ya da konuşma ve etkileme yeteneği olan kimseler etkili olmaktadır. Mevcut durumda ise insanlar, herhangi bir durumda, fiziksel olarak uzakta bulunan diğer kişilerle etkileşime girebilmekte ve başkalarının deneyimlerine tanıklık edebilmektedir (Baban, 2012:74-75). Bu durum bir yandan olumlu sayılabilirken; diğer yandan iletişimde, yüzeyselliğin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Fiziksel bağ bulunmadan sosyal medyada yaşanan tanışmaların, sürekli olarak sanal ortamda devam etmesi sonucunda iletişim bağları kalıcı olamamakta ve birdenbire kopabilmekte, son bulabilmektedir (Toprak, 2018:23). Sonuç itibarıyla her ne kadar sanal ortam, her türlü iletişime olanak sağlıyor olsa da yüz yüze iletişimin yerini tam anlamıyla doldurması mümkün değildir.

1.3.1.5. Toplumsal Hareketlere Etkisi

İnternetle birlikte hayata dahil edilen yeni medya ortamları, neredeyse yaşamın tüm alanlarında bir dönüşüm yaşattır. Özellikle bireysel ve toplumsal iletişim süreçlerinde etkisini gösteren yeni medya, en önemli etkilerinden birini toplumsal hareketler üzerinde göstermektedir. Farklı toplumsal muhalefet odaklarının bir araya gelmesi ve örgütlenmesi ve çeşitli eylemlerde bulunması, sosyal medya uygulamalarıyla farklı bir boyut kazanmıştır (Sayımer, 2014:97).

Sosyal ağlar, toplumsal konularda farkındalık yaratma, herhangi bir soruna yönelik çözüm odaklı bir tartışma başlatarak gündeme getirme gibi eylemlerde aktif

rol oynayabilmektedir. Ana akım medyanın içeriklerinde yer vermediği konularla ilgili bilgiler, sosyal paylaşım ağlarında dolaşıma sokulabilmekte, konuya dikkat çekilerek gündeme taşınmakta ve ilgili sorun hakkında çözüm yolları aranmaktadır.

Sosyal medya ağları, modern zamanların kamusal alanı olarak ifade edilebilir. Bu platformlar, insanlara, toplumsal konularda aynı düşünce etrafında birleşip haberleşerek grup oluşturma gerek internet ortamında gerekse gündelik hayatta fiziki olarak bir araya gelerek toplumsal sorunlar için organize şekilde çeşitli faaliyetlerde bulunma imkânı sunmuştur. Yakın geçmişte hem Türkiye’de hem de dünyadaki toplumsal hareketlere bakıldığında, insanların başlangıçta yeni medya ortamlarında örgütlendiği görülmektedir. Sosyal medya, fiziki olarak dağınık halde bulunan bireylerin, sanal ortamda bir araya geldikten sonra bu iletişimin fiziki dünyaya taşınmasına kılavuz olmaktadır. Yeni medya, ana akım medyada kendine yer bulamayan her türlü sesin duyurulabilmesine olanak tanımaktadır. Böylece, toplumsal ya da bireysel konularla ilgili sorunlar diğer kullanıcıların etkileşimi ile kar topu etkisiyle büyüyerek geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu özelliğinden dolayı, toplumsal hareketler için kullanılabilir iyi bir platform olarak değerlendirilebilir.

Karagöz (2013: 143), politik faaliyetler için internetin üç önemli potansiyele sahip olduğunu söylemektedir. İlk olarak, etkileşimli ve anlık akış özelliğiyle bir “Agora” işlevi mevcuttur. Sosyal medya bu özelliğiyle, bir zamanlar forumlarda var olan tartışma imkanını, daha geniş kitlelere gerçek zamanlı olarak sunmaktadır. Böylece, herkesin kullanımına açık olması yönünden küresel bir medya ortaya çıkmaktadır. Böyle bir ortam, politik fikirlerin oluşması, gelişmesi ve politik katılım için önem teşkil etmektedir. İkinci olarak, internet, merkezsiz bir yapıdır ve engellenmesi ve kontrol altına alınması kolay kolay mümkün değildir. Özellikle politik konular için sunmuş olduğu örgütlenme, eylemleri organize etme ve gerçekliğe dönüştürme işlevleri, yadsınamaz önemdedir. Karagöz, bu işlevin özellikle gençlerin politik hayata katılımı için önemli olduğunu belirtmiştir. Özellikle Arap Baharı sonrasında, sosyal medya ve internetin önemi daha iyi anlaşılmıştır. Mısırlı, İranlı, Tunuslu gençler, sosyal medyayı oldukça yaratıcı, bilgilendirici ve aktif bir şekilde kullanmıştır. Böylece, on binlerce insan, bir araya gelme, eylem yapma ve dağılma gibi yeteneklere sahip olmuştur. Tabii ki bu gibi durumlarda dikkatli olmak,

anonimleştirici teknolojilerin kullanılmasına önem göstermek gereklidir. Aksi halde internet, iktidar tarafından takip, fişleme ve baskı için kullanılabilir bir araç haline dönüşebilir. Son olarak internetin politik faaliyetler için sahip olduğu üçüncü potansiyeli ise küresel bir yapıda olmasından dolayı bilginin önlenemez şekilde dolaşıma sokulması durumudur. Böylece, herhangi bir haksızlık, hak ihlali, baskı durumunda kişiler, seslerini uluslararası alanda duyurabilmektedir. Bu durum ise iktidarların zor durumda kalmasına sebep olabilmektedir (Karagöz, 2013:143-144).

Yeni medya ortamlarının, toplumsal olaylarda insanları harekete geçirme konusunda başarılı olduğu söylenebilir. Bu platformlarda, kullanıcılar, bir araya gelerek çeşitli problemler karşısında kitleler oluşturabilmektedir. Politik eylemlerin gerçekleştirilmesinde önemli bir yere sahip olan sosyal medya ağları, aynı zamanda eğitim ve özgürlükler, çevre, insan hakları, kadına, çocucağı veya hayvanlara karşı şiddet/taciz/tecavüz gibi sosyal sorunlar için de kamuoyu oluşturulan etkili mecralardır. Sosyal medya uygulamalarında yapılan paylaşımlar ile bu tarz problemler karşısında kullanıcılar, dolayısıyla toplumu oluşturan bireyler, çok daha kolay bir şekilde örgütlenebilmekte ve seslerini diğerlerine ya da yetkili mecralara duyurabilmektedir. Kimi zaman, ana akım medyada yer almayan durumların sosyal medyada gündeme gelmesi, ana akım medyanın da konuya ilgisini çekmekte ve konuyu içeriklerine dahil etmelerine öncülük etmektedir.

1.3.1.6.Benlik Sunumuna Etkisi

Goffman, dramaturjik teoride, toplumsal yapıyı; sahne, dekor, aktör ve benlik gibi faktörlerin yer aldığı bir düzen üzerinden açıklamaya çalışır. Ona göre bireyler, gündelik hayat içinde bir sahnededirler ve burada benliklerini sergilerler. Yani toplumsal yaşam bir tiyatroya benzetilebilir. Tiyatronun model olarak alındığı toplumsal yaşam merkezde düşünülerek bireylerin, tıpkı bir oyuncunun yaptığı gibi çeşitli izleyiciler karşısına farklı roller oynayarak çıkması ve bu mevcut durumun tanımlanmasında ve sürdürülmesinde de katılımcıların nasıl iş birliğine gittiği detaylı şekilde ele alınmaktadır (Koç, 2017:266).

Benlik, sahne içindeki bireyin, bir karakteri canlandırırken başkalarına vermeye çalıştığı imaj olarak değerlendirilmektedir. Benlik, kişilere atfedilerek oluşturulan bir şey olsa da kişinin tüm eylemlerinin toplamı neticesinde diğerlerince yorumlanmasına olanak tanınan özellikler tarafından yaratılmaktadır. Doğru şekilde canlandırılan, düzenlenen ve seyirci tarafından inandırıcılık onayını alan her rol, seyirciyi, bu role bir benlik atfına yönlendirmektedir (Goffman, 2014: 234-235 Aktaran: Toprak, 2018:25).

Bu teori, tiyatro oyunuyla gündelik yaşamı benzeştirmektedir. Sahne, yapmacık olan şeyi sunarken; gündelik yaşam içinde daha gerçek ve genelde prova yapılmamış şeylerden oluşmaktadır. Sahnede oyuncu bir karaktere bürünerek kendisini, kendisi gibi başka karakterlere bürünen diğer oyunculara sunmaktadır. Seyirci gerçek yaşamda olmayan ancak sahne karşısında etkileşim için hayati öneme sahip olan üçüncü bir tarafı oluşturmaktadır. Gerçek yaşamda oynanan rol, diğerlerinin oynadıkları rollere göre şekillenir ve kişiler bir rolü canlandırırken aynı zaman da seyirci görevini de üstlenir (Goffman, 2014:13).

Goffman (2004:198, akt. Koç, 2017:266-267), sahne önü ve sahne arkası kavramlarına değinmiştir. Ona göre sahne önü, oyuncuların performanslarını sergilerken belli toplumsal rol ve eylem kalıplarına yani yapı ve sisteme göre sunduklarını bir uzamı ifade etmektedir. Burada oyuncular kendilerinden beklenen, sınırları toplumsal metinlere göre önceden belirlenen bir uzam vardır. Bu uzamda oyuncular, izleyiciler tarafından beğenilme/olumlanma amacı taşırlar. Bireyler için de ön bölge hem sosyal çevreyi etkileme hem de sosyal çevreden etkilenme alanıdır. Sahne önündeki bireyler, birtakım gerçekleri gizleme eğilimi içine girebilirler. Bu noktada da arka bölge kavramı ortaya çıkmaktadır. Arka bölge, bireyin özelini ifade etmektedir. Bu alana yalnızca bireyin izin verdiği kişiler girebilir. Goffman (2004:210, akt. Koç, 2017:267), belli bir performansın sunumu ile çizilen imajla çelişen görüntülerin yer aldığı uzam olarak ele almaktadır. Yani, oyuncunun, sahne önündeki performansında sakladığı ya da bastırıldığı birtakım gerçekler ya da çeşitli davranışların özgür bırakıldığı alandır. Burada oyuncu, olduğu gibi kendiliğini yansıtmaktadır ve maske takmamaktadır.

Dramaturjik bakış açısıyla benlik ele alındığında sosyal medyanın da benliğin kolayca sunulduğu bir sahne olduğu söylenebilir. Sosyal ağlar içinde bireyler, olmak istedikleri ve diğerlerinin de beklentileri doğrultusunda sosyal medyanın sahip olduğu özellikleri de kullanarak en iyi sonuçlar alabilmek için nasıl bir sunum ya da paylaşım yapmaları gerektiğini düşünür ve öyle hareket ederler. Sosyal medyada sunulan içerikler, bireylerde şöyle bir algı oluşabilmektedir ki burada paylaşılan içeriklerle yaratılan imajlar, bireylerin gerçek karakteriymiş gibi algılanabilmektedir. Oysa Goffman'ın teorisinden hareketle, sosyal medyanın, benlik ve imaj sunumu konusunda, bir tiyatro sahnesi işlevi gördüğü söylenebilir. Bireyler, sahnede farklı kimliklere bürünerek aslında olmadıkları biri gibi etkileşim içinde bulunabilirler. Burada sunulan roller, bireylerin benliklerinin bir parçasını oluşturmakta ve her geçen gün sosyal medya sahnesinin gündelik hayat içindeki yeri büyümektedir (Şap, 2014:252).

1.3.1.7.Kimliğe Etkisi

Kimlik, TDK'ye göre; "Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü." olarak tanımlanmıştır. Tokgöz, kişilik ve kimlik kavramlarının birbirinden ayrı anlamlara geldiğini ifade etmiştir. Kişilik, bireyseldir; bireyin kendisine özgü manevi özellikleri kapsamaktadır. Kimlik ise toplumsaldır; içinde bulunulan toplumun değerleriyle şekillenen ondan etkilenen, kişiliğin toplum karşısında sergilemiş olduğu yapıyı ifade etmektedir. Kimliğin şekillenmesinde, toplumsal, politik ve ekonomik baskılar etkili olmaktadır (Tokgöz, 2013:1048).

Sosyal medyada bireyler, kişisel kimlikleri yerine gerçek hayatta olmak istedikleri ama olamadıkları, başkaları tarafından algılanmak istedikleri şekildeki kimlikleri inşa edebilmektedir. Burada, kimlikler, kurgusal olarak ilerleyebilmekte ve kurgu doğrultusunda imaj göstergeleriyle diğerlerine sunulabilmektedir. Fiziki gerçeklik barındırmayan ve sanal olarak içinde bulunulan, kimi zaman sadece fotoğraf ve yazı dili içinde yer alınan sosyal medyada sanal kimlik oluşturarak buna uygun paylaşımlar yapılabilmekte; gerçekte sahip olunmayan bir kimlik ve benlik doğrultusunda rahatlıkla diğerleriyle etkileşim sağlanabilmektedir. Armağan

(2013:18), sanal ortamda kimlik sunumlarının, boş zamanı değerlendirme ve tüketime yönelmenin yanı sıra imaj oluşturma ve rol yapma suretiyle tiyatral bir hale büründüğünü söylemektedir. Burada da sanal kimlik ve gerçek kimlik farklılığı ortaya çıkmaktadır.

Sanallık ve gerçeklik kavramları karşısında kullanıcıların davranışları değişiklik gösterebilmektedir. Sanal ortamdaki davranışlar, kişisel sorumluluk çerçevesinde görülmeyebilmekte; kişi, normalde olduğundan farklı bir profil çizebilmektedir. İnsan yaşamının zaman, mekân ve eylemin biraradalığı ile oluşan bir süreklilik olduğu düşüncesinden hareketle, sosyal medyanın bu birlikteliği parçaladığı söylenebilir. Fiziksel ortamda hareket ederken sorumluluk sahibi olan birey, bu üç birlikteliğin sağlanamadığı sosyal medya uygulamalarında, eylemlerinin sorumluluğunu alamayabilir. Böylece, bireyin benlik algısı da parçalı hale gelmektedir. Bu sonuca, sosyal medya ağlarında oluşturulan kimlikler ile reel dünyada sahip olunan kimlikler arasındaki farklılıklar neden olmaktadır. Bu platformlarda kullanıcılar, “-miş gibi” yapabilmekte ve bu durum olağan karşılanabilmektedir (Altan, 2015:86-87).

Sosyal medyada oluşturulan kimlikler, sanal kimlik kavramını hayata dahil etmiştir. İnsanlar, diğerlerince nasıl görünmek ve algılanmak istiyorsa bu doğrultuda sanal kimlikler oluşturmaktadır. Anonimlik, sosyal kontrolün azlığı, sosyal ilişkilerin başlamasının ve bitmesinin kolayca gerçekleşebildiği sanal ağlar, bireylere, bu sosyal davranışları için bir sorumluluk yüklememektedir. Bireylerin arzuladıkları ve gerçek kimlikleriyle tatmin sağlayamayacakları duygularını tatmin edebileceği ve arzularını gerçekleştirebileceği bir ortam olmasından dolayı sanal ortam kullanımını hızla yaygınlaştırmıştır. Bundan dolayı, gerçek dünyadaki kimliğe ek olarak bir sanal kimliğinin var olması, normal şartlarda emek ve sabır isteyen, sosyal medyada ise kolaylıkla kurulan sosyal ilişkilerle sosyalleşme isteği, kişinin kabul görme, onaylanma ve beğeni gibi arzularını tatmin edebileceği alanların sosyal medya ortamına kaymasına neden olabilmektedir. Sonuç itibarıyla bakıldığında sosyal medyanın sağlıksız kullanımı, klinik tedavi gerektirecek kadar ciddi ruhsal rahatsızlıkların oluşmasına sebep olabilmektedir (Turan, 2016:399).

1.3.1.8.İfade Özgürlüğüne Etkisi

İnternet ortamının sağlamış olduğu etkileşim ve sosyal medyada oluşturulan sanal topluluklarla birlikte yeni bir kamusal alan ortaya çıkmıştır. Bu yeni topraksızlaştırılmış kamusal alanda kitleler, her türlü fikrini herhangi bir özel izin olmadan açıklayabilmekte, paylaşabilmekte ve tartışabilmektedir. İnternet, yoğun, şeffaf ve evrensel bir iletişim alanı olmakla birlikte kamusal hayatın koşullarına da olumlu katkı sağlayarak vatandaşlarda özgürlük ve sorumluluk anlayışını geliştirmektedir (Ersöz, 2005:123).

Siber ortamın gelişmesiyle yeni politik uygulamalar ortaya çıkmıştır. Son yıllarda temelleri atılan ve hızla gelişen e-yönetim uygulamaları da daha katılımcı bir demokrasi oluşturulabilmesine katkı sağlamaktadır. İnternet üzerindeki sanal ortamlar, bir agora gibi politik tartışmalara sahne olmaktadır. Artık hükümetler de elektronik demokrasi kavramına önem vermekte ve sonuç itibarıyla e-oylama gibi birtakım uygulamalar yaygınlaşmaya başlamıştır (Ersöz, 2005:123).

Demokratik toplumlarda egemenlik halkın elinde olmalıdır. Demokrasiden bahsedebilmek için en temelde ifade özgürlüğü, katılım ve eşitlik ilkelerinin olması gerekmektedir. “İfade özgürlüğü” ve “katılım”ın sağlanabilmesi için sağlıklı kararlar verebilecek kişisel niteliklere sahip olmakla birlikte, gündeme ve hayata dair bilgi alabilme ve iletişim araçlarına erişim imkanına sahip olunması gerekmektedir. Dünya hakkında olup bitenlerle ilgili doğru bilginin elde edilebilmesi ifade özgürlüğü ve katılım için önemlidir. Bu noktada iletişim araçlarına olan erişim bu gereksinmeyi karşıladığı söylenebilir. İnternetin sunduğu imkanlar ve sahip olduğu özelliklere bakıldığında, kitlesel olarak çok fazla kişinin iletişimine olanak tanıyan bir araç olduğu görülmektedir. Çok yönlü iletişim ve anında bilgi veya fikir paylaşımı yapılabilmesi, toplumsal dinamizm oluşturan bir “etkileşim” yaratmaktadır. İnternetin bu özellikleriyle demokrasinin sahip olduğu “özgür ifade” ve “katılım” ilkeler desteklenmiş olmaktadır. Bununla birlikte, internet mekandan bağımsız, dünya çapında bir ağdır ve farklı kültürlerin birbirlerini anlamaları ve tanımları için fırsatlar yaratmaktadır (Dedeoğlu, 2013: p.10-11).

Dünya çapında bir ağ olan internetin, demokratik koşulların iyileştirilmesi açısından kullanılması bir avantaj sağlamaktadır ancak bunun her zaman iyi işleyen bir demokrasiye garanti verdiği anlamına geleceği söylenemez. İnternette kurulan iletişimde herhangi bir kontrol mekanizmasının olmaması, kimi zaman terörizme kolaylık sağlayarak toplumda karışıklık ve anarşinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Buna rağmen internet, çağdaş demokrasilerin işleyişi için sınırsız ve özgür bir tartışma ortamı sunmaktadır. Tartışma gruplarında herkes kendi düşüncesini ifade ederek ortak bilgi zemini oluşturulabilmektedir. Diğer medya araçlarına göre kullanıcının aktif olarak içinde yer aldığı bu platformda kullanıcı, aynı anda milyonlarca değişik konu hakkında tartışmalara dahil olabilir. En önemlisi ise gerçek dünyada kamusal alanda fikirlerini açıklama ve tartışabilme imkânı açısından dezavantaja sahip azınlık gruplar, bu platformda daha rahat ve açık şekilde fikirlerini paylaşarak tartışabilmekte ve dünya çapındaki forumlara katılabilmektedir. Bir diğer önemli nokta ise, medya ve siyasetçiler tarafından üzerine düşülmeyen konular, sosyal medya ağlarında tartışılarak gündeme getirilebilmektedir (Ersöz, 2005: 123).

1.3.1.9.Kamusal Alan ve Gündem Belirlemeye Etkisi

Habermas'ın kamusal alan kavramıyla günümüzdeki enformasyon ve iletişim araçlarının demokrasi ile olan ilişkisi yeni bir boyut kazanmaktadır. Habermas'a göre kamusal alan, modern toplum ve demokrasinin kurucu örgütlenme ilkesidir. Devletin ve özel alanın dahil olmadığı, eşit vatandaşların bir araya gelip kamusal tartışmalar yapabildikleri, uzlaştıkları, bir eylemde bulunabildikleri bir alan olarak kamusal alan Habermas'a göre kahvehaneler, salonlar, basın gibi insanları bir araya getiren mekân ve araçlar olarak tanımlanmaktadır. Kamusal alanda rasyonellik, eleştirel düşünce ve tartışma önemlidir ve bundan dolayı enformasyona gereksinim vardır. Habermas, 19. yüzyıl modern toplumunda, burjuva kamusal alanının oluşması süresinde gazeteyi bir araç olarak almıştır. Günümüzün neo-liberalizm etkisiyle bireyselleşen dünyasında, internet ve sosyal medyanın, küresel kamusal alanda o dönemlerde gazetenin yarattığı etkiyi yarattığı söylenebilir (Şener, 2006: 64-65).

Kullanıcılar, sosyal medyada herhangi bir konu hakkında sınırsız sayıda kaynak ve bilgiye ulaşma imkanına sahiptir. Zaman ve mekândan bağımsız olarak internete

erişim sağlayabilen herkes, var olan bilgiye ulaşım kolaylığından yararlanabilmektedir. Gerek bilgisayar, tablet, akıllı telefon ve günümüzde teknolojik alt yapısı var olan televizyonlarla dahi erişim sağlanabilen bu ortamda herkes düşüncesini özgür bir şekilde paylaşma ve diğerlerinin düşüncesini öğrenme imkanına sahiptir. Geleneksel medyaya göre kontrolü mümkün olmayan sosyal medya ağları, kullanıcılara üretici olma imkânı sağlar; herhangi bir çıkar grubunca kontrol edilemez, küresel çapta herkesin ulaşabileceği ve bireylerin politik konulardaki düşüncelerini herhangi bir filtreden geçirmeden doğrudan paylaşabileceği bir ortamdır. Ancak, siyasi konularda yapılacak paylaşımlarda, kullanıcıların, paylaşımları sonrasında birtakım sorunlarla karşılaşabilecekleri endişesiyle kendilerine ve paylaşımlarına birtakım sansürler koymak zorunda kaldığı da söylenebilir.

Liberal kuramcılar, internetin toplumda birçok olumlu dönüşümü sağladığı düşüncesinden hareketle, internetin etkileşime dayalı ve sınırsız sayıda enformasyonun dolaşıma sokulmasına imkân tanıyan yapısı sayesinde, siyasi alanda da bireylere zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın istedikleri enformasyona erişebilme imkânı sunduğunu söylemektedir. Vatandaşların siyasete katılımı, bu platformlarda, ‘teknik olarak’ kolaylaşmaktadır. Sanal forumlarda tartışma ortamları yaratılarak, toplumda yer alan muhalif ses ve alternatif gruplara, ana akım medyanın sahip olduğu iletişim araçlarından daha cüzi bir maliyete, haberleşme ve ifade imkânı tanınması, sivil toplumun kolayca örgütlenebilmesi ve böylelikle toplumun demokratikleşmesi ve doğrudan demokrasinin uygulanabileceği iddiası savunulmaktadır (Şener,2006:65).

İnternetin olmadığı dönemlerde gündem, geleneksel kitle iletişim araçları üzerinden ve bu araçlara hâkim olanlar tarafından belirlenebilir durumdaydı. İnternet ve sosyal medyanın hayata dahil olması ve kullanımının giderek artmasıyla birlikte gündem, eskiye oranla çok hızlı şekilde değişmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarında belki sınırlı sayıda haber üreten, içerik hazırlayan muhabir ya da çalışan var iken internet ve sosyal medyanın sahip olduğu imkân ve özellikler sayesinde günümüzde herkes potansiyel muhabir ya da haberci konumundadır. Her an her yerden paylaşım yapılabilir, yaşanan olaylar görüntüleriyle birlikte sosyal medya ortamında paylaşarak kullanıcıların durumdan haberdar olması sağlanabilir. Bu noktada, sosyal

medya bir haber ajansı konumunda yer almaktadır. Sosyal medyada gündeme gelen konular, ana akım medyanın da gündemine taşınmaktadır. Herhangi bir konu ya da durumun gündeme gelmesi, gündemin değişmesi durumuna örnek olarak sosyal medya uygulaması olan Twitter gösterilebilir. Twitter'ın kamusal alana dönüşmesi, politikacıların, devlet adamlarının, ünlü isimlerin de bu mecraya ilgisini arttırmış ve çoğu ismin bu uygulamayı halkla iletişim ve siyasal anlamda reklam amacıyla kullandığı görülebilir. Aynı zamanda vatandaşlar da gündemden haberdar olmak için özellikle bu uygulamayı kullanabilmektedir. Zira sosyal medyada gündeme gelen her olay ya da durum ana akım medya tarafından yansıtıl(a)mayabilmektedir. Bu platform aracılığıyla hem ulusal hem de küresel anlamda gündemde olan konular takip edilebilmektedir. Küresel ya da ulusal iletişim araçlarında yer alan yayınlarla ilgili herhangi bir eksiklik ya da yanlışlık olması durumunda, bireyler, sosyal medya platformları sayesinde söz haklarını hızlı bir şekilde kullanabilmekte; herhangi bir haksızlık yaşadıklarında ya da bir olaya şahit olduklarında kendi haberlerini ve içeriklerini üretebilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. LİNÇ OLGUSU VE SOSYAL MEDYA

Bu bölümde linçle ilişkin temel kavramlar açıklanarak, linçin geçmişten günümüze kadar ki süreci ve dönüşümüyle ilgili bilgilere yer verilerek süreç anlatılmaya çalışılmıştır.

2.1. LİNÇ OLGUSUNA GENEL BAKIŞ

Linç kelimesi, Türk Dil Kurumunun çevrim içi güncel sözlüğünde¹ “Birden çok kimsenin kendilerine göre suç olan bir davranışından ötürü birini, yasa dışı ve yargılamasız olarak öldürmesi.” olarak açıklanırken; “linç etmek” kalıbı ise, “yargılamadan öldürmek” ve “yargılamadan cezalandırmak” olarak anlam kazanmıştır.

Çoğu yerde linç kelimesi ve linç girişimi birbirinden ayrı iki kavram olarak kullanılmaktadır. Linç girişimi, günümüzde atfedilen anlamıyla, bir kitle ya da kalabalığın bir ya da birkaç kişiye, öldürme amacıyla zarar vermesi olarak düşünülmektedir. Bu noktada, linçle maruz kalmış kişi ya da kişilerin illaki öldürülmüş olmasının gerekliliği bu ayrıma temel oluşturmaktadır. Oysaki gösterilen şiddet derecesi ve sonucu, hukuki açıdan verilen cezanın infazı aşamasında belirlenecek ceza oranında bir değer kazanmaktadır. Yani eylem sonuçlarının ağır olması durumuna göre verilecek cezada da bir ağırlık söz konusudur (Yılmaz, 2012:24). Bunun dışında, bir şiddet olayının linç olarak değerlendirilebilmesi için olayın ölümle sonuçlanmasına gerek yoktur.

Bora (2014:8), lincin, ırkçı Klu Klux Klan grupların, Amerikan iç savaşından sonra siyahlara uyguladığı şiddeti anlatmak için kullanılan modern bir sözcük olduğunu söylemektedir. Klu Klux Klan, marjinal bir grup değil; binlerce kişinin

¹ TDK. Erişim: 03/09/019, <http://sozluk.gov.tr/>.

mensubu olduğu, dolayısıyla kitlesel kabul gören, yani toplumsal bir meşruiyet elde etmiş bir gruptur. Endopedia of the Social Sciences’da ise linç kelimesi, “Bireyin düzenli hukuk mahkemelerinin varlığından bağımsız olarak yargılanmadan, belirli bir kitlesel şiddet aracılığıyla, intikam amaçlanarak öldürülmesi veya onlara işkence edilmesi eylemidir.” şeklinde açıklanmıştır (Sinkil, ty: p.3).

Linçin hedefinde, gerçekten herhangi bir suçlu davranışta bulunmuş veya buradaki şiddeti uygulayanlara göre suçlu bir davranışta bulunmuş biri ya da birileri vardır. Linç, aslında bir cezalandırma eylemidir. Linççiler, kişi ya da topluluk için suçlu tanımlaması yaparak hukukun konu hakkında gerekli cezalandırmayı yapamayacağını düşünmektedir. Yani, aslında hukuku kendi kafalarında devre dışı bırakarak bizzat adaleti kendileri sağlamaya çalışırlar. Ki buradaki temel sorun da hukukun iyi işlemediği düşüncesinden hareketle, suçlu kimselerin gereğince cezalandırılmayacağını düşünülmesidir. “Linç, kalabalığın azlığı çiğnemesidir - bazen, tek birisini. Korunmasız, çaresiz durumdakine saldırmaktır. Köşeye kısıtılmış, kuşatılmış olana çullanmak... Yerdeğine bir tekme savurmak... Bireysel sorumluluk üstlenmeden, kalabalığın koynuna sığınmış, ‘anonim’ bir cürmün gölgesine saklanarak...” (Bora, 2014:7,10).

Linç, sadece bir kişiye yönelik değil; aynı zamanda belirli gruplara yönelik gerçekleştirilebilmektedir. Burada, nefret suçları ve linç birbirinden ayırmak gereklidir. Nefret suçları; etnik köken, cinsel yönelim, din gibi kişinin ait olduğu ve temsil ettiği düşünülen gruba yönelik nefret ve önyargıdan kaynaklanan ve her an ortaya çıkabilecek suçları temsil ederken; linç, herhangi bir durumdan ötürü suçlu olan ya da suçlu olduğu düşünülen kişi ya da gruplara yönelik bir adaleti sağlama ve cezalandırma yöntemi olarak görülmektedir. Linçe yönelenler, kendilerini haklı bulmakta, konuyla ilgili adaleti sağlanmasında kendilerinde sorumluluk hissederek bu yola başvurmaktadırlar. Yani linç, suçlu olduğu düşünülen kişiye karşı verilmesi gereken, kişinin hak ettiği ceza konumundadır. Ancak, bahsedilen bu sorumluluk, kitle içinde bulunan bireyin kitledeki görünmezliğiyle rahatça hareket edebiliyor oluşu ve herhangi bir durumda kendisinin, doğrudan bireysel olarak ortaya çıkma ihtimalinin düşük olmasından dolayı, aslında bireysel olmayan bir sözde sorumluluktan ibarettir.

Locke, hukuku üç başlık altında tanımlamış; Tanrısal hukuk ve medeni hukuk dışında, kişilerin yargısına, erdem ve kötülüğe veya kamuoyuna dayanan hukuktan bahsetmiştir. Locke, bu hukuk türünü şu şekilde açıklamaktadır:

“İnsanlar devleti oluştururken güç kullanmaktan kendi rızalarıyla vazgeçtiler ve bu haklarını kamuya devrettiler. Dolayısıyla, bir vatandaşa karşı ancak devletlerinin yasaları elverdiği ölçüde güç kullanabilirler. Yine de uygun ya da uygunsuz fikir yürütme, toplumda beraber yaşadıkları ve ilişki içinde oldukları insanların eylemlerini onaylama ya da kınama hakkını korudular.” (Lock, 1690, 1894 akt. Neumann, 1998:92).

Çevresindeki gelenek-görenekler ve hâkim düşüncelere aykırı tavra sahip hiç kimse, düşmanca davranış ve eleştirilere maruz kalmaktan kurtulamaz. Ancak normal olmayan sapkın bir kişiliğe sahip, duyarsız bir insan yakın çevresinden göreceği düşmanca tutumlara katlanabilir. Locke’un öğretisinde, kamuoyunun yargı mercii rolünde olduğu ve insanın toplum tarafından dışlanma korkusuyla topluma uyum göstermeye zorlanması yer almaktadır (Neumann, 1998:92).

Hume’a göre (1912, Akt. Aloğlu, 2018:9), devletler kurulurken insanlar, her ne kadar güç kullanma yetkisinden vazgeçerek bu yetkiyi devletlere devretmiş olsalar da etraflarında yaşananları tasdiklemekten veya kınamaktan vazgeçmemişlerdir.

Locke (akt. Neumann, 1998:93), “İnsanın çevresindekilerin görüşlerine ve kurallarına uyum sağlamasında övgü ve kınamanın önemli bir rol oynamadığını iddia edenlerin, insanlık tarihinden ve kendi özelliklerinden haberleri yok.” der. Neumann, insanların çoğunun, ilk etapta tek başlarına olmasa da moda hukuku ya da kamu hukukuna göre hareket ettiklerini ve yaptıkları şeylerin de Tanrı ya da hükümet yasalarıyla değil; kendilerine, toplumda iyi bir ün sağlayacak şeylerle ilgili olduğunu savunmuştur. Ona göre insanlar, işledikleri suçların ortaya çıkmayacağını ya da cezasız kalacağını ümit ederek kendilerini kandırmaktadırlar. Oysa, içinde bulunulan toplumun sahip olduğu değer yargılarına veya modasına karşı konumda olan hiç kimse, çevresi tarafından eleştiri ve dışlanmak suretiyle cezalandırılmaktan kurtulamaz (1998:93).

Rousseau’ya göre, nasıl ki özel çıkarlar arasındaki çatışma, toplumların kurulması için bir zorundalık oluşturduysa, aynı çıkarlar arasındaki anlaşma da aynı

oranda bunu gerekli kılmış ve imkanı hale getirmiştir. Bu noktada, birbirinden ayrı çıkarılarda var olan ortak amaç, toplumsal bağı kurmaktadır. Yani, bütün çıkarların anlaşım sağladığı bazı ortak noktalar olmasaydı toplumlar var olamazdı. Bu da toplumun, bu ortak çıkarlar doğrultusunda yönetilmesi gerektiğini göstermektedir (Rousseau, 2012: 23).

Rousseau, kamuoyunu ahlak bekçisi olarak tanımlamaktadır. Ahlak bekçiliği, toplumun birlikteliği için önemli bir konumdadır. Birey açısından ise zararlıdır, çünkü çoğunluğun yargıları ve ahlak bekçisi olan kamuoyu yüzünden insanlar, dışlanma korkusuyla hareket etmektedir (Rousseau, 1762,1959² akt. Neumann, 1998:106). Yani, bir toplumun ortak paydada birleşerek uzlaştığı konularda bireyler, toplumun aksi yönünde hareket ettiği zaman, çoğunluk tarafından dışlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır.

Rousseau, kamuoyunun önemli bir yönüne vurgu yaparak bireyin kanaat ve eğilimleri ile toplumsal oyu arasındaki uzlaşımından bahseder. İnsanlar, yalnız kalmak ya da dışlanmak istemez. Bu yüzden, doğası gereği başkalarının yargılarına bağımlıdır (Neumann, 1998:108). Rousseau Emile isimli kitabında şöyle söylemiştir: “O hem kendi iradesine hem de başkalarının kanaatlerine bağımlı olduğu için, bu iki faktörü karşılaştırmayı, birbirine uyumlu hale getirmeyi ve ancak birbiriyle çeliştiklerinde ikisinden birine öncelik tanımayı öğrenmek zorundadır.”³ (Rousseau, 1762, 1978 akt. Neumann, 1998:108). Bu noktada önceliği, bireysel çıkarlarına veren kişi, uzlaşım sağlayanlar tarafından dışlanmakta ve bundan sonraki süreçlerde toplum içinde istenmeyen konumuna düşürülerek cezalandırılması istenebilmektedir. Aloğlu, linçin, belirli gruplar ya da topluluklar üzerinde, fiziksel ya da sanal şiddetin kontrol altına alınamayan boyutu olduğu tanımlamasıyla daha net bir şekilde anlaşılabilceğini söylemiştir. Linçin temelinde, yapılacak cezalandırmanın topluluk tekeline indirgenmesi söz konusudur. Dolayısıyla linçin, toplumsal bir olgu olduğu söylenebilir (2018:9).

² Rousseau, Jean-Jacques, 1762,1959, Staat und Gesellschaft. Contrat Social, Almancası: Kurt Weigand, Münih, Goldmann, 4 kitap, 7. bölüm, s. 111.

³ Rousseau, Jean-Jacques, 1762, 1978, Emile oder Über die Erziehung, Almancası: Eleonore Sckommodau, Stuttgart, Reclam, 5. Kitap, s.768.

Bora'ya göre, hukuk devleti ile linç arasında mutlak bir bağdaşmazlık vardır; linç hukuku diye bir gerçek yoktur. Linç, kanunlara göre bir hukuksuzluktur. Bazı kimselerin, hukuk dışında bir şekilde cezalandırılmasını doğal karşılamak hukuk devletini inkâr etmektir. Hukuk, herkes için vardır ve bazı olaylarda kişilerin hukuktan yararlanmasının istisna edilmesi, gücün ve şiddetin keyfilğine zemin hazırlar. Linçin tolere edilmesi, belli sebeplere dayandırılarak anlayışla karşılanması hukuk devletini sarsar (2014:8-9).

Linç sözcüğünün, linç hukuku kavramı ile ilerlediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu kelimenin kökenleri -farklı kaynaklara göre- tarihteki farklı kişilerin yapmış olduğu cezalandırmalara dayanmaktadır. Tarihte bilinen ve linç kelimesinin türetildiği 4 kişiden 3'ü nün yargıç olduğu bilinmektedir. Yani denilebilir ki linç ve dolayısıyla uygulanan şiddet ile aslında hukuk yapılmaya çalışılmıştır. James Lynch, 1943 yılında cinayet zanlısı oğlunu, İrlanda'nın Galway kasabasında mahkûm etmiş ve evinin penceresinden sarkıtarak asmıştır. Albay Charles Lynch, Amerikan Bağımsızlık savaşında İngiltere'ye bağlılık göstererek sadık kaldıkları için düşman gördüklerini ve ayrıca adi suç zanlılarını mahkemeye çıkarmadan genellikle kırbaçlayarak cezalandırılmıştır. Bir diğer yargıç olan John Lynch, Kuzey Carolina'da, aşırı sertliğiyle ün salmıştır (Bora, 2014:8-9). Linç isminin türemesine öncülük eden bu üç hukuk insanın dışında 18. yüzyılın sonunda, Kentucky bölgesinde polis teşkilatı olmadığı için, yakalanan suçlular hakkında yargıçmış gibi yargılama yaparak idam kararı veren ve bunun için milis örgütleyen çiftçi William Lynch isimli kişiden bahsedilir (Yılmaz, 2012:1). İlk etapta linç kelimesi genel olarak Amerikan iç savaşında KKK örgütü ve bazı vatandaşların siyahilere uyguladıkları şiddeti ifade etmek için yaygın olarak kullanılan bir kelime olmuştur (Hill, 2009:4-8. Aktaran: Yılmaz, 2012: 8).

Linç eylemleri, çoğunlukla herhangi bir kesim tarafından eksikliği hissedilen adalet, güvenlik veya polis gücünün olmaması nedeniyle eksiklikleri tamamlayabilmek amacıyla devreye sokulan bir durum gibi düşünülmektedir. Çoğunlukla olağanüstü hâl ortamında çatışma ve şiddet tetiklenebilir. Olağanüstü haller, şiddetin yayılmasına ve çeşitlenmesine zemin hazırlamaktadır. Böyle durumlarda "Norm ve meşruiyet algıları kolayca bulanıklaşır." Bu süreçte, "kimi

zaman” linçcilere anlayışlı davranılarak durum yatıştırılabilmekte; linçe maruz kalanlar, bazen “tahrikçi” sayılarak tutuklanabilmekte ya da koruma amaçlı gözaltına alınabilmektedir. Bunlar, norm ve meşruiyet algısının bulanıklaşmasının sonuçlarındandır. Linçi, var olan bir mağduriyete karşılık olarak görmek veya haklılığa dayandırarak bu duruma hoşgörü ile yaklaşmak medeniyet kaybına sebep olmaktadır (Bora, 2014:58-59).

Bora’ya göre, yalnızca modern ulus devletinin elinde bulunması gereken şiddet tekeli, hiçbir zaman kesin bir şekilde devletin elinde olmamıştır. Devlet, şiddet tekeli bir otorite kanıtı olarak olağanüstü hâl durumlarında nasıl ki yukarıdan aşağıya uygulamaktaysa; aynı şekilde aşağıdan yukarıya da olağanüstü hâl rejimleriyle tamamlanmaktadır. Bu iki durum farklı işlevleri görür; bazen birbiriyle zıtlaşır ya da birbirlerinin müdahalesine uğrayabilir. Bora, kimi zaman özellikle işçi eylemlerinde görüldüğü gibi polislerin, açıkça linççi edasıyla davrandığını vurgulayarak bu durumun “nizami şiddet tekeli ile ‘gayrinizami olağanüstü şiddet’ arasındaki geçişliliğin bir belirtisi” olup olmadığını sormuştur (2014:63-64).

Segrave’e göre linç, artık adaletin eksikliği sebebiyle şüphelilerin cezalandırılması için başvuru olan bir yöntem olmaktan çıkıp farklı bir boyut kazanmıştır. Linç, çeşitli sosyal grupların inanç ve görüşlerini, kendi dışındakilere dayatmasını sağlayan, uygulaması devletlerin sağlayamadığı adalet ve hukuk sisteminden değil de iktidar, terör, kontrol, yıldırma gibi sebeplerle toplumun belli bir kesimi tarafından diğerine yönelik gerçekleştirilen bir hal almıştır (2010, akt. Aloğlu, 2018:5).

Modern hukuk, insan haklarını merkeze alarak insanları yasalar önünde eşit görmekte ve kimseyi diğerinden herhangi bir farkla ayırmamaktadır. Yani modern hukuk, aslında birbirini tamamen tanıması mümkün olmayan ve somut bağlantısı bulunmayan bir toplum içinde soyut bir eşitlik bağlantısı kurarak bir kurallar sistemiyle insanları birbirine bağlamaktadır (Göregenli, 2011:2). Ne yazık ki modern hukukun eşitlik ilkesi, modern hukukun ötesinde insan düşüncesinde var olan önyargı, ayrımcılık, “ben” ve “diğeri” ayrımına engel olamamaktadır.

Genel olarak evrensel kabul gören ahlaki ve politik bir sonucun ortaya koyulması durumunda linçin bir barbarlık örneği olduğu sonucuna varılabilir. Linç eylemleri basit şekilde gerçekleşir ve genellikle cezasız kalır. Linç, kimi zaman idari ve siyasi makamlar tarafından meşrulaştırılmaktadır (Bora, 2014:66). Bora, linçi “en aşikâr medeniyet kaybı” olarak nitelendirerek; linçin sıradanlaştığı, ortak bir utanç oluşturmadığı, infial yaratmadığı toplumlarda, toplum olma vasfının yitiriliyor olduğunu söylemiştir (2014: 12).

2.1.1. Kitle Kavramı ve Birey

Linçte, anonimleşmiş bir kitle vardır. Linç katılanlar, tek başlarına cesaret edemeyecekleri şeylere, birlikte yapıyor olmanın vermiş olduğu güçle cesaret etmektedir. Kişi, kitle psikolojisiyle hareket ederek kitlenin bir parçası olurken; kendi bireyselliğinin dışına çıkarak yapılanın suç olduğunu, yüz kızartıcı olduğunu idrak etmez/edemez. Bazen, linç maruz kalan bireylerin durumuyla doğrudan ilgisi olmayan, engellenmişlik duygusunun yaratmış olduğu saldırganlıklar, zayıf ve şiddete açık mağdurlar üzerinde kendini gösterebilmektedir⁴ (Bora, 2014:10).

Konuyla ilgili olarak sosyoloji, antropoloji, psikoloji, siyaset bilimi gibi farklı disiplin literatürlerinde linç sözcüğüne eşlik eden bir kelime daha vardır: *Güruh*. *Güruh*, linç eyleminde özne olduğu kadar aynı zamanda nesne konumundadır. Linç eylemi ona girişenleri, kapılanları *güruha* çevirmektedir. Linci ortaya çıkaran *güruhtur* ancak *güruhu* da linç yaratmaktadır. İnsan toplulukları, insanlıktan çıkarak sadece saldırganlık gösteren bir *güruh* haline gelir (Bora, 2014: 11). Linç eylemlerinden sorumlu olanlar tek tek kişiler olarak değil, *güruh* olarak tanımlanmaktadır. *Güruh*, kimliği belirsizliği ifade eder ve bir *güruhta* tek bir şey nettir: “*Biz*”. Linç sırasında hukuk askıya alınır ve kimliği belirsiz *güruh*, “tahrik olma hakkı”nı kullanarak kendilerine yani “*biz*”e yönelik tehdit unsuru olabilecek, kendilerinin öyle gördüğü, herkese ve her şeye açıkça bir şiddet uygulamaktadır. Şiddetin bu şekilde meşrulaştırılması ve “kendilerince” haklı gerekçelerle normalleştirilmesi, birtakım

⁴ Murat Paker bu konudaki bir makalesinde, linçin saiki olan psiko-sosyal mekanizmaları ele alır: “Linçin psiko-politiği: Nedir, niçin, nasıl?”, Psiko-politik Yüzleşmeler içinde, Birikim Yayınları, İstanbul 2007, s. 191-206, özellikle s.194-199.

sorunları beraberinde getirmektedir. Bu süreçte “biz”den olmayan, yok edilme ve zarar görme riskiyle doğrudan karşı karşıya kalırken; “biz” içinde olmayan ancak tam anlamıyla egemenin şiddetine de maruz kalmayanlar, açıkça tehdit edilmektedir (Açıkkel, 2014:164). Öfkeli sloganlar içinde hareket eden bir kitle, kalabalık olmanın vermiş olduğu güç duygusu ile özellikle “Sabrımız taşıtı.” gibi bir söylemin kendilerince haklılığıyla hukuki, ahlaki ya da farklı sosyal kontrollerden muaf olduklarını hissederek duruma geldiğinde, korkutucu ama kolay bir şekilde linç güruhuna dönüşebilmektedir. Küçük bir işaret, yanlış anlama, nereden geldiği belli olmayan bir emir ile bir linç başlayabilir. Bahsi geçen bu durumdan ötürü haklı olma gerekçesiyle zaten bu kitle, kendine bir kurban aranır hale gelmiştir. Bir hedef olarak günah keçisi bulunduğu anda, bütün mesuliyet ve günah ona yüklenir; zarar verme ve ortadan kaldırmaya teşebbüs edilir. Böyle bir süreçte, sorunun çözüleceği ve her şeyin hallolacağı düşünülmektedir (Bora, 2014:34-35).

On the Significance of Words adlı çalışmada Pompeius Festus, halk tarafından bir suç dolayısıyla yargılanan kişiyi, kutsal insan olarak tanımlamakta ve onun kurban edilmesine izin olmadığını, ancak onu öldürenin de katil sayılmayacağını belirtmektedir. Buna göre kutsal olan birinin, kamu oylamasına göre öldürülmesi cinayet sayılmamaktadır. Buradaki kutsal insan, aslında kötü ya da murdar (impure) olarak görülen kişilerdir (Akt. Agamben, 2001:89-90). Dolayısıyla kutsal insanın yerinde günümüzdeki “öteki” vardır. “Biz”den olmayan “öteki”ne yönelik kamu çoğunluğunun vereceği kararlar yapılan eylemler meşru görülmektedir. Linçin haklı gerekçesi, kamu oylamasına göre yanlış ya da kötü bulunan bir davranış içinde bulunmasıdır. Linç, hukuki olarak meşruiyete sahip değildir ancak toplumsal olarak meşru görülmesi, gerçekleştirilmesinde yeterli bir dayanak olarak kabul görmektedir.

Kitle kelimesi, bir araya gelmesine sebep her ne olursa olsun, rastgele oluşan bireyler topluluğunu ifade etmektedir. Psikoloji açısından bakıldığında, kitle tabiriyle daha farklı bir anlam ifade edilmektedir. Bazı özel durumlarda oluşan insan topluluğu, onu bir araya getiren fertlerin her birinin kendi karakterinden farklı olarak yeni karakterlere sahip olur (Le Bon, 1997:19). Canetti’ye göre, bir kitlenin iç yaşamına ilişkin dikkate değer en önemli özelliklerden biri “zulme uğramışlık” hissidir. Bu duygu, bir defa ancak sonsuza kadar düşman ilan edilmiş kişilere yönelik öfke ve

sinirlilik halidir. Düşman olarak ilan edilenler, ılımlı ya da sert, haşin ya da yumuşak ya da sempatik davranışlarda bulunsalar dahi yaptıkları her şey, kitleyi yok etme amacı taşıyan sinsi bir art niyet çerçevesinde yapıyor olarak görülmektedir. Bu kitleler, yalnızca taleplerinin karşılanmasıyla içten bir parçalanmaya gidebilir. Dışarıdan yapılan saldırılar, kitlenin güçlenmesini sağlarken elde edilen kazanımlar sonucunda kitlenin güçsüz üyeleri kitleden ayrılarak kitleye zarar vermektedir (2003:28).

Le Bon, bilinçli kişiliğin ortadan kalkarak bir araya gelmiş fertlerin, duygu ve düşüncelerinin sadece tek bir tarafa yöneldiğini söylemiştir. Burada geçici fakat belirgin özelliklere sahip kolektif bir bilinç oluşmaktadır. Bu durumda kolektiflik, bahsi geçen psikolojik hali de de kapsamakta; tek bir vücut haline gelerek bireylerden ayrı olarak “Kitlelerdeki zihniyetin tekelleşmesi kanunu'na” uymaktadır. Bireylerin rastlantı sonucu ya da herhangi bir amaç olmaksızın bir araya gelmesi, psikolojik bir kitle oluşturmaz. Kitle olabilmek için bazı etkenlerin mevcut olması gereklidir. Bireysel bilincin ortadan kalkarak duygu ve düşüncelerin aynı doğrultuda ilerlemesi, birçok kişinin aynı yerde birlikte olmasını gerektirmez. Birbirinden ayrı çok sayıda kişinin, günün birinde milli bir olayın etkisiyle bir araya gelebilir olması gibi şiddetli heyecanın mevcut olduğu durumlarda, psikolojik bir kitleden bahsetmek mümkündür. Kitleyi bir araya getiren herhangi bir tesadüfle bireyin davranışı, kitleye özel olarak topluluk hareketleri ile şekil alabilir. Yani denebilir ki yarım düzine insan bir amaç doğrultusunda bir araya geldiğinde, bir kitle oluşturmuş olurken; tesadüfi olarak bir araya gelmiş binlerce kişi psikolojide kitleyi oluşturmaz. Bir diğer açıdan da tüm bir millet somut olarak yan yana gelmediği halde herhangi bir etki ile bazı durumlarda kitle haline gelebilir (1997:20).

Psikolojik kitleler sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmada şunu anlayabiliriz ki; birbirine benzemeyen özelliklerden oluşan uyumsuz denebilecek bir kitle ile az çok benzer özelliklerden oluşan iki aynı tür kitle de ortak özellikler gösterebilmektedir. Kitleleri birbirinden ayırt edilebilecek nitelikte özellikler de vardır. Psikolojik kitlenin özellikleri, geçici ayırt edilebilir ve belirlenebilir. Bu karakterler ile birlikte kitleyi bir araya getiren ve kitlenin ruhi yapısını değiştirebilen ona özel karakterler de eklenebilir. Herhangi bir psikolojik kitlede en çok dikkat çeken özellikler şöyle ifade edilebilir: Kitleyi oluşturan bireylerin yaşam tarzları, mesleki durumları, karakterleri

veya zekâ seviyelerinin benzer ya da farklı olmasının önemi yoktur. Kalabalık halinde bulunmaları, kitleye kolektif ruh aşılama; bu kolektif ruh, bireye tek başına olduğunda düşüneneceği, yapacağı ya da duyacağından farklı hissettirmekte, düşündürmekte ve yaptırmaktadır. Bireylerdeki bazı duygu ve düşünceler, yalnızca bir kitlenin içinde oldukları zaman kendini göstererek gün yüzüne çıkmaktadır (Le Bon, 1997:22,23).

Psikolojik kitle, farklı unsurların bir araya gelmesiyle oluşan, kaynaşan geçici bir yaratık gibi düşünülebilir. Kitle, canlı bir vücutta bulunan her biri farklı özelliklere sahip hücrelerin bir araya gelerek kendi özelliklerinden farklı bir varlık meydana getirmiş olması gibidir. Kimyada olduğu gibi ayrı ayrı kimyevi özelliklere sahip bazı kimyasalların bir araya gelerek apayrı özelliğe sahip yeni bir maddeyi oluşturacak şekilde kaynaşması gibi, kitle de aynı şekilde meydana gelmektedir. Bilinçaltının yönlendirdiği ve bir ırka ait normal bireylerin çoğunluğunda, aşağı yukarı aynı derecede var olan karakteristik özellikler, kitlelerdeki ortak özellikleri de meydana getirebilmektedir. Kolektif bilinç içinde bireyler, kendi akli yetileri ve kişiliklerinden sıyrılmakta, aynı türden olmayanlar, aynı türden olan çoğunluğun içinde sıkışarak kaybolmaktadır. Böylelikle, bilinçaltı özellikler hâkim konuma çıkar (Le Bon, 1997:23,25). Le Bon'un açıklamalarının yanı sıra Freud (1975:6), bireylerin kendi aralarında kaynaşarak kitle yaratmasının, bireyleri birbirine bağlayan bir bağın varlığıyla mümkün olduğunu; bu bağın da kitlenin karakteristik özelliği olan şey olduğunu söylemiştir.

Aktif kitle içinde bir süre bulunan birey, bir süre sonra kendisini uyutan birinin elinde uyuyan kişinin içinde olduğu durum gibi efsunlanmış bir hale düşer. Uyutulan kimse, bilinçli olma işlevini kaybeder ve uyutucunun istediği şekilde yönetmiş olduğu bilinçaltı etkinliklerinin esiri haline gelir. Bu durumda, uyutulan kimsedeki bilinçli kişilik, irade ve seçme kabiliyeti yok olmaktadır. Böylece duygu ve düşünceler, uyutucunun yönlendirdiği yöne doğru şekillenerek ilerler (Le Bon, 1997:27).

Le Bon'a göre, bireyin bireysel yoldan tek başına edinmiş olduğu özellikler kitle içinde silinmekte; dolayısıyla bireyin kendine has karakteri, kitle içinde kaybolmaktadır. Kitle içinde, ırksal bilinçaltı açığa çıkarak heterojenite,

homojenitenin içinde erir. Bireyden bireye farklılık gösteren ruhsal üst yapılar kaldırılmakta; etkisi azalmakta ve bireylerin tümünde bilinçaltı ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte Le Bon, kitle içindeki bireylerde, ortalama bir karakterin oluştuğunu söyler. Bunun yanı sıra kitle dışında bireysel olarak sahip olunmayan bazı özelliklerin kitlede kazanıldığını iddia eder. Bunu da üç farklı neden ile ilişkilendirmektedir (Freud, 1975:7-8). Bunlardan ilki, bireyin içinde bulunduğu kitlenin kalabalık olması sebebiyle onun karşı konulamaz bir güç olduğunu düşünerek kendisini, bazı içgüdüsel isteklerine teslim etmesidir. Oysaki bu içgüdüsel istekler, kişinin yalnız kaldığında frenlemek zorunda hissedeceği içgüdülerdir. Grup içinde anonimleşen birey, normal şartlarda hissedeceği sorumluluk duygusunu kitle içinde kaybeder (Freud, 1975:15). Freud (1975:8), kitledeki vicdan ve sorumluluk hissini kayboluşunun anlaşılmasının zor olmadığını söyler. Çünkü ona göre, vicdanın çekirdeğini sosyal korku oluşturmaktadır. Kitle içinde bulunan bireyin, tek başınayken frenleyebileceği içgüdülerinin, topluluğun vermiş olduğu duyguyla terk edilerek bir güç kazandığı söylenebilmektedir. Kitleler, bireyde mesuliyetsizlik duygusu yaratarak bireyleri sorumluluklarından uzaklaştırır ve içgüdülerine kapılmalarına neden olur. Zira kitlenin ismi yoktur ve dolayısıyla birey kitle içinde kaybolur (Le Bon, 1997:26). Freud, bireyin kitle içinde yeni özellikler kazanmasına neden olan ikinci etkenin bulaşım (sirayet) olduğunu söylemiştir. Birey, kitle içerisinde daha önce sahip olmadığı yeni özellikler kazanmaktadır. Bu özellikler, herhangi bir şekilde ortaya çıkabilir. Kalabalıktaki duygu ve davranışlar, bulaşıcıdır ve birey kitle çıkarını kendi bireysel çıkarına tercih etmektedir (Freud, 1975:16). Topluluk içindeki her duygunun, hareket dağılımlı olduğunu söyleyen Le Bon'a göre de bu o kadar etkilidir ki birey, kendi kişisel çıkarını toplumun çıkarına feda etmektedir. Aslında bu fedakârlık durumu, insan doğasına uymamakla birlikte; ancak bir kitleye dahil olduğunda meydana çıkan bir haldir (1997:26). Freud'a göre (1975:9-10,16), bireyin kitle içinde yeni özellikler kazanmasına neden olan üçüncü ve en önemli faktör ise telkinel yatkınlıktır. Telkinel yatkınlık, kitleyi oluşturan bireylerde, tek başına olan bireylerden farklı birtakım özelliklerin oluşmasına sebep olmaktadır. Bazı işlemler sonrasında, bir insan tüm bilinçli kişilik özelliklerini kaybederek bilinci alanın tüm telkinlerini özümseyebilir ve karakter ve alışkanlıklarına tamamen karşıt davranışlarda bulunabilir. Yapılan bazı gözlemlerde, aktif bir kitle içinde bir süre dinlenen birey, bir süre sonra kitleden kaynaklı birtakım etkilenmeler veya bilinmeyen başka bir sebepten

ötürü hipnoz edilmiş gibi hipnozötörün etkisi doğrultusunda hareket etmiştir. Hipnotizmada birey, bilinçli kişiliğiyle irade ve ayırım yeteneğini kaybeder, tüm duygu ve düşünceleri, telkinlerle istenilen doğrultuda yönlendirilir. Bireyin psikolojik kitle içindeki durumu da benzer şekildedir: Kitle içindeyken davranışlarının bilincinde değildir ve hipnotize durumunda olduğu gibi, bazı yetenekleri ortadan kalkarken bazıları olabildiğince güçlülük kazanmaktadır. Hipnotize edilen bireylerde, telkinin etkisiyle yönlendirilen davranışları gerçekleştirmek için karşı konulamaz bir içgüdü vardır ve birey bu şekilde harekete geçer. Kitle içindeki içgüdü zorlaması da telkinin kitledeki her bireyi egemenliği altına alması ve kitle içindeki etkileşimle daha da güçlenmesinden dolayı biraz daha baskındır. Le Bon, anlatımında, kitle içinde hipnozör rolündeki kişiden bahsetmemektedir (Freud, 1975:17). Le Bon'a göre, bu durumu anlayabilmek için fizyolojideki bazı keşifleri dikkate almak gerekir. Şöyle ki; bireyin, bir operatörün telkinine uyarak bilinçli kişiliğini kaybedip kendisine ait seçim ve alışkanlıklarına zıt yönde işler yapabileceği bilinmektedir (1997:26).

Uyutulan kimsede, bazı melekeler zarar görürken bazıları harekete geçirilmiştir. Yapılacak bir telkinle, bu kimse karşı konulamaz bir coşkunlukla istenilen doğrultuda sürüklenebilir. Kitledeki coşkunluk, kitle üyelerinin birbirleri üzerinde karşılıklı etkileşime olmaları nedeniyle, uyutulan kimseden daha fazladır. Kitlede, telkine karşı dirençli olacak güçlü kişilikteki fert sayısı pek azdır ve genel akım onları da sürükleyebilir. Ancak bu kişiler belki güzel bir kelime ya da tam yerinde uyandırılan bir hissiyatla yahut hayalle, vahşice ve kanlı fiillerden geri çevrilebilir. Le Bon, kitle halinde bulunan bireyin, artık kendisi olmadığını, kendi iradesiyle hareket etmekten çıkarak bir otomat haline geldiğini söylemiştir. Bu durumda, kitle doğrultusunda hareket eden birey, yalnız olduğu zaman aydın, terbiyeli bir kimse olsa dahi kitle içinde içgüdüleriyle hareket eden vahşi bir yaratık haline dönüşebilmektedir. Yani, ilkel bir kimsenin merhametsizliğine, şiddetine, kahramanlık ve coşkunlarına sahip olabilir. Sonuç olarak kitle bireyinin temel özellikleri şöyle açıklanabilir: Bireyde, bilinçli kişilik kaybolarak bilinçsiz kişilik hâkim olmaktadır; duygu ve düşünceler telkin ve sirayet sonucu aynı hedefe yönelmektedir; telkin sonucu alınan direktifleri, vakit kaybetmeksizin gerçekleştirilme eğilimi gösterilmektedir (Le Bon, 1997:27-28). Böylece Freud'a göre (1975:17) birey, kendisi olmaktan çıkarak irade yetisi olmayan bir otomat haline dönüşür.

Le Bon'un kitle bireyinin değerlendirilmesinde savunduğu önemli bir başka bakış açısı da şudur ki; ona göre, bireyin örgütlenmiş bir kitleye sadece katılması dahi uygarlık merdiveninde birçok basamağı inmesine yol açmaktadır. Yalıtık durumda olan birey, belki üstün bir aşamada olabilirken; kitle içine girdiğinde içgüdüleriyle hareket eden bir varlığa dönüşmekte ve barbarlaşmaktadır (Freud, 1975:17). Kitle, durumu bir anda en son raddeye getirir ve birdenbire bir kaya gibi keskinliğe dönüşür. Böylece, var olan hafif bir antipati birdenbire azgın bir nefrete dönüşmektedir⁵ (Freud, 1975:32).

Freud'a göre (1975:37), kitleyi etkileyecek kişinin, mantık açısından ölçülüp tartılması gereken herhangi bir tanıtı ihtiyacı yoktur. Durumun imajlara dökülmesi, abartılması ve sürekli olarak aynı şeylerin tekrarlanmasıyla amaca ulaşım sağlanacaktır. Çünkü kitle, zaten aşırılıklara eğilim göstermektedir. Kitle, herhangi bir durum karşısında gerçek ve düzmece açısından kuşku duymaz. Kendisinde var olan "büyük bir güç içinde yer aldığı hissi" doğrultusunda otoriteye inançla bağlıdır; hoşgörüsüzdür. Kitleler, güce saygı duyar; iyilik, zayıflık belirtisi olarak görüldüğü için de çok fazla etkisinde kalınmaz. Kitleler, efendisinden korkmak ister; tüm yenilik ve gelişmelere karşı derin bir nefret duygusuna sahip, tutucu bir karakter özelliği taşırken; geleneklere karşı sınırsız bir saygıya sahiptir. Kitlenin üzerinde durulacak bir başka özelliği de illüzyonlardan yoksun kalamamasıdır. Kitle, gerçek dışının etkisine açıktır, gerçek dışı ve gerçeği birbirinden ayırmaya gerek duymamaktadır (Freud, 1975:47).

Bir araya gelen belli sayıdaki canlı varlık, içgüdüsel eğilim doğrultusunda bir önderin otoritesi altına girmeye eğilim gösterir (Freud, 1975:86). Kitle, başında yönetici olarak bir efendiye ihtiyaç duyar, itaate karşı var olan susamışlıktan dolayı kendisini efendi ilan edecek kişiye doğrudan içgüdüsel bir boyun eğişle karşılık vermektedir. Kitle, yapısı itibarıyla bir önderin ortaya çıkışına zemin hazırlasa da her şeye rağmen, önder olacak kişinin kişisel özelliklerinin kitlenin isteğine uygun olması gereklidir. Önder, kitleye etki edebilecek etkileyici ve güçlü bir iradeye sahip

⁵ Bkz. Düş Yorumu, 7. Baskı, 1922, s. 457

olmalıdır. Bu, güçlü bir inancın etkisine kapılmış iradesiz kitleyi otorite altına alabilmesi için gereklidir (Freud, 1975:15).

Mc Dougall, duyguların hiçbir koşulda bir kitledeki kadar şiddetlenmesine rastlanılmadığını söyler ve kitle içinde eriyen bireysel sınırlılık duygusundan bağımsız olarak, kendini sınırsız ölçüde tutkularının eline bırakmanın, birey için haz kaynağı olduğunu belirtir. Kitle içinde ortaya çıkan tutku ve heyecan durumu, bireyler tarafından algılanır ve duygusal bulaşım, otomatik olarak bireyde aynı heyecanı doğurur. Heyecan, ne kadar çok kişide kendini gösterirse, diğer bireylerde de oluşmasını sağlayan otomatik zorlama o derece artacak ve güçlenecektir. Kitle, bireyde yenilmez ve sınırsız bir otorite izlenimi uyandırmaktadır. Kitle, cezalarından korkulan olarak da görüldüğü için ona ters düşmek yerine onun izinden gitmek, bazen kötüyle kötü olmak kişiye güven verebilmektedir. İtaat dolayısıyla birey, vicdan mekanizmasını görmeyerek haz sağlama ayartısına sürüklenebilir. Bunu da benliğindeki tutuklukları yenerek sağlayabilir. Mc Dougall da kitle içinde kolektif zekâ engellemesi olduğuna karşıt bir fikir sunmaz. Kitlenin fazla zeki olmayan üyeleri, üstün zekalı üyelerini kendi seviyelerine çeker. Duygusal şiddetteki artış, düşünsel ortam için olumsuz koşullar yarattığı için üstün zekalı üyelerin faaliyetlerinde kısıtlanma görülür; zaten birey, kitle içinde sindirilmiş halde yaşamaktadır ve düşünsel faaliyetlerinde özgür değildir (Mc Dougall, 1920 akt. Freud, 1975:19-22).

Mc Dougall'ın örgütlenmeden bir araya gelen kitlenin ruhsal durumuyla ilgili düşünceleri, Le Bon'unkinden farklı değildir. Mc Dougall'a göre, bu tarz bir kitle çabuk köpürür, tutarsızlık ve kararsızlık hakimiyeti içindedir, tutkuludur; telkine olabildiğince yatkındır, düşünce ve yargılarında acelecidir, eylemlerini en uç noktaya vardırabilir; kaba duygulara açıktır, görünen en basit ve yüzeysel sonuçlara inanır, kolayca yönetilir, sarsıntıya uğratılabilir; sorumluluk, özsaygı ve özgüvenden yoksundur fakat güçlü olduğu bilinciyle hareket eder ve yaptıkları, ancak sorumsuz ve mutlak bir otorite tarafından yapılması muhtemel eylemlerdir. Kitlelerin yüksek düzeyde örgütlenmesi, kitle psikolojisinin temel gerçeği olan kitlenin duygusal şiddetinde yaşanan artışın, düşünsel başarıları önlemesi gerçeğini değiştirmemektedir. Birey, kitle içinde ruhsal etkinliklerinde değişiklik geçirmektedir. Duygular, aşırı şekilde güçlenirken; düşünsel başarılarda bir düşüş, kısıtlanma görülmektedir. Kitle

üyelerinin birbirine benzemesi doğrultusunda, üstün zekâlı kitle üyeleri, daha alt seviyedeki bireyin seviyesine inmektedir (Mc Dougall, 1920:41,45 akt. Freud, 1975:22).

Le Bon'a göre, kelime ve tasvirlerden kolayca etkilenebilen, kendi çıkarlarını yok sayacak hareketlere sürüklenen kitle içindeki birey, ilkel insan yapısına yaklaşıp. O, rüzgârda savrulan kum taneleri içindeki tek bir kum tanesi gibidir. Birey, sadece topluluk halinde yaptığı işler bakımından kendi benliğinden ayrılmaz; aynı zamanda, kişiliğini kaybetmeden önce düşünce ve duyguları, korkağı, kahramana; namuslu, namussuza; cimriyi, cömerte; inkârcıyı, inanana çevirecek şekilde değişime uğramıştır. Le Bon, Fransa'da 4 Ağustos 1789 gecesinde mecliste, bir heyecan anında, asillerin tüm haklarından vazgeçtiklerine dair verdiği oyların, birey olarak her birinden ayrı ayrı istenmiş olması durumunda alınamamış olacak olduğunu söylemiştir (1997:28-29).

Freud, kitle ruhunun özünün oluşmasında sevisel ilişkilerin yani duygusal bağlanımların etkili olduğu varsayımından hareket eder. Bu varsayımı da geçici iki düşünceye dayandırarak bunlardan birinin, kitlenin ayakta kalmasını sağlayan bir gücün varlığı olduğunu söylemiştir. Ona göre, bu güç de dünyadaki tüm varlıkları canlı tutan Eros'tan başkası değildir. Freud'un, dayanak aldığı ikinci düşünce ise, bireyin kitle içindeyken normalde olduğundan farklı biri haline geliyor ve başkalarının telkinine kapılıyor olmasının, bireyin başkalarıyla uzlaşma içinde yaşamaya duyduğu gereksinimden kaynaklı olduğu düşüncesidir. Hatta belki de birey, gerçekten kitle için yaşama gereksinimi hissettiği için kitleye kapılmaktadır (1975:30).

Freud'a göre libido bağlanımları, kitleyi kitle yapan ögedir. İnsan ilişkilerini libido yönlendirmektedir. Bireyler, liderlerini rol model olarak görür ve kendisini onunla özdeşleştirir; ona teslimiyet göstererek onun yönlendirmesiyle hareket eder (Freud, 1998, Aktaran: Türk, 2017:471). Bu özdeşme sayesinde, topluluk üyeleri arasında farklılıklar kaybolmaya ve toplum homojenleşmeye başlamaktadır. Bunun en güzel örneği de askeri kitlelerde görülebilir. Askeri bir birliğin dağılması ve çözülmesi durumunda orada panik ortamı oluşur. Panik durumunda, artık üstlerin hiçbir emrine

itaat edilmez, bireyler birbirlerini umursamadan başının çaresine bakmak isterler (Freud, 1975:37).

Trotter da daha önce değinildiği gibi, kitlenin ruhsal olaylarını, hayvanlar gibi insanlara da kalıtsal olarak geçen bir sürü içgüdüsüne bağlamıştır. Yalnızken birey, kendini bütünlükten uzak hisseder. Ona göre, bir çocuğun korkusu bile sürü içgüdüsünün belirtisidir. Sürünün herhangi bir istemine karşı aykırı bir davranışta bulunma durumu, sürüden ayrılmakla eşdeğer tutulduğu için birey, böyle bir yola başvurmaktan korkar ve kaçınır. Sürü, yeni ve alışılmamış olan şeyleri her zaman yadsır. Sürü içgüdüsü, birincil bir özellik taşıdığı için yeni ve daha farklı parçalara ayrılması mümkün değildir. Trotter'ın birincil olarak belirlediği içgüdüleri, yani insanda var olan doğal dürtüleri dört kategoriye ayırmıştır: *Özyaşama sürdürme içgüdüsü, beslenme içgüdüsü, çiftleşme içgüdüsü, sürü içgüdüsü*. Ona göre sürü içgüdüsü çoğunlukla ötekilerle uyumsuzluk içine düşmektedir (1916, akt. Freud, 1975:71).

Le Bon, karakteristik geçici kitleler üzerine; Mc Dougall ise stabil (oturmuş) kitleler üzerine yoğunlaşırken; Trotter, en geniş kitleler ve bunların doğuşuna sebep olan ruhsalimsel nedenler üzerine eğilmiştir. Trotter, sürü içgüdüsünün nedeninin ne olduğuna cevap aramanın yersiz olduğunu belirtir. Çünkü onu, birincil olarak belirlemiştir ve bu, sürü içgüdüsünün çözülüp başka öğelere bölünemez olduğu anlamına gelmektedir. Amerikalı Psikolog Boris Sidis, sürü içgüdüsünün kaynağını telkine yatkınlık olarak ele alırken; Trotter, telkine yatkınlığın, sürü içgüdüsünün sağladığı bir durum olduğu tezini savunmaktadır. Ayrıca Trotter, sürü içgüdüsünde öndere yer vermez. Onun, sonradan rastlantı sonucu sürüye katıldığını ileri sürer ve önderin kitledeki rolünü dikkate almaz. Onun bakışında, sürüye önderlik eden bir çoban yoktur. Fakat Freud, sürü içgüdüsünün her zaman örneğin çiftleşme ya da beslenme içgüdüsü gibi parçalara bölünmez, dağılmaz, birincil bir özellik taşımadığını söylemiş ve Trotter'ın bu konuyla ilgili düşüncesinin ruhsalimsel olarak çürütülebileceğini ileri sürmüştür (Freud, 1975:72-73).

Kitle içindeki bütün bireyler, eşitlik beklentisi içindedir; birbirlerine eşit olmayı isterler, fakat önder, bu durumun dışında kalır. Bireyler, her halükârda bir önder

tarafından yönetilmek istemektedir. Birbiriyle özdeşleşebilen eşit çok sayıda birey ve onlardan üstün konumda olan tek bir kişi, ayakta kalmayı başarabilen bir kitlede var olan bir durumdur. Böylelikle Freud, Trotter'ın söylediği “İnsan bir sürü hayvanıdır.” cümlesini, önder tarafından yönetilen “insan sürüsünün hayvanı” şeklinde düzeltebileceğini söylemiştir (1975:76).

Kitle psikolojisi alanında yapılan araştırmalar neticesinde, bugün her bireyin, farklı birkaç kitlenin parçası olduğu söylenebilir. Birey, özdeşleşme ile çok yanlı bir bağlanımdadır ve kendi “ben” idealini farklı modellere göre oluşturmuştur. Her birey, ait olduğu vatandaşlık, ırk, meslek sınıfı veya dini cemaat vb. gibi farklı özelliklerle tanımlanan birden fazla kitleye mensuptur ve her kitle, bireyin ruhunda pay sahibidir. Bunları aşarak elde edeceği özgünlük ve özgürlüğün pek yüksek bir düzeye çıkacağı söylenemez. Zaten araştırmacılar, kalıcı etkiye sahip, dayanıklı kitleden ziyade, birdenbire ortaya çıkan geçici kitleler üzerinde yoğunlaşmışlardır (Freud, 1975:85).

2.1.2. Biz ve Öteki

Bireyin kendini hem “ben” olarak tanımlayabilmesi hem de bir “biz”in içinde konumlandırabilmesi için “öteki”ne ihtiyaç vardır. “Öteki”, sıfat olarak kullanıldığında TDK'ye göre, “sözü edilen veya benzer iki nesneden önem ve konum bakımından uzakta olan” anlamına karşılık gelmektedir. Toplum bilimi açısından kullanım anlamına bakıldığında ise, “mevcut kültürün içinde dışlanmış olan” olarak geçtiği görülmektedir. Yani kısaca, “biz” olarak tanımlananın dışında kalan, biz gibi olmayan, diğeridir. Birey, kendini ötekine bakarak tanımlamaktadır. Öteki, içinde olumsuzluk barındıran, bizden olmayana çağırıştırır. Böylece “biz”, negatif olarak belirlediği özelliklere sahip “öteki” ile var olan karşıtlık üzerinden “biz” kimliğini kavrar; onu, kendi dışında konumlandırarak kendisini rahatlatır. Sosyal düzenin kötülükleri, ötekine yüklenir; “biz”e göre “öteki”, sosyal düzeni tehdit eden davranışlar göstermektedir ve başlarına gelen kötülükleri hak ettiği düşünülmektedir. Ötekilerin yaşadığı olumsuzluk ve felaketleri görmek, “biz” için hale şükredilmesini sağlayan bir etken durumuna gelmektedir (Karaduman, 2010:2889).

Bir toplumda, o toplumun kültür ve normlarının dışında kalan veya onun yapısına aykırı olan her şey, topluluğun homojenleşmesi için ötekileştirilir ve dışlanır. Böylece, topluluğun kimliği ve kültürü, aidiyet duygusu, pekiştirilir ve topluluğun devamlılığı korunur. Topluluk içinde herhangi bir huzursuzluk ya da karmaşa oluşması durumunda iktidar elitleri, ötekiyle bir çatışma yaratmaktadır. Topluluğa yönelik tehlike, topluluk üyelerini, birbirine daha sıkı bağlanmaya ve topluluğu koruma içgüdüsüyle hareket etmeye yönlendirmektedir. Böylece, toplumsal düzendeki devamlılık sürdürülmeye çalışılır. Toplumsal kimlik, “farklılık bilinci” üzerinden, ötekinden farklı olma üzerinden yaratılmaktadır ve bu süreçte oluşturulan “biz”lik duygusuyla üyeler, bireysel kimliğini inşa eder. Bireysel kimlik, böylece toplumsal kimliğe eklenmektedir (Bauman, 1997:51, akt. Türk, 2017:468). Bauman (1997:52), Sennett’in Amerikan kasabalarıyla ilgili yaptığı incelemesinin evrensel sayılabilecek bir sonucu ortaya koyduğunu belirtmiştir. Buna göre; ırksal, sınıfsal ve etnik ayrımların fazlaca var olduğu homojen ve tek tip yerel topluluklarda, toplum tarafından ötekilenenlere karşı şüpheli bir tavır, farklılıklara tahammülsüzlük ve yabancılara karşı öfke ile paranoyakça bir “yasa ve düzen” kaygısı üzerinden yapılan bir ayırım ve uzak tutma taleplerinin yüksek seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Homojen yerelliklerde; davranışta, düşüncede ya da görünümde herhangi bir farklılığın var olmamasıyla tek biçimlilik, beraberinde uyumlu olmayı getirmektedir. Uyumluluğun diğer yüzü hoşgörüsüzlüktür. Homojen yerelikte insanlar, yalnızca tek tip özellikler görmektedir. Bundan dolayı da farklılık ve belirsizliğe karşı nasıl davranacaklarıyla ilgili gerekli karakter ve becerilere zor sahip olabilmektedirler. Bu yüzden böylesi bir durumda, “biz”e göre farklı ya da tuhaf olan ya da öyle algılanarak “öteki” konumunda görülenler, “biz”e korku vermektedir.

Bilgin (2007:185-198 akt. Türk, 2017: 468), ötekileştirmenin bir takım temel işlevleri olduğunu söyler. Birey ya da gruplar arasında yaratılan “öteki” ile toplumsal kimlikler inşa edilmektedir. Topluluk kültürüne ve normlarına uygun olmayan özellikler, ötekine atfedilir ve üyeler, topluluk içinde kendilerini güvende hisseder. Böylece, topluluğa aidiyetleri pekişmektedir. Sosyal kıyaslama ve özdeşleşme yoluyla negatif özellikler öteki olarak yaratılana, pozitif özellikler ise içinde bulunan topluluğa yüklendiği için topluluk ve üyelerinin sahip olduğu düşünce ve değer kalıpları ve dolayısıyla topluluğun sahip olduğu kimlik yüceltilerek

meşrulaştırılmaktadır. Topluluk tarafından negatif olarak görülen özelliklerin öteki olana yüklenmesi sonucunda, toplumsal düzenin ötekiler tarafından bozulduğu yargısı, topluluk üyeleri arasında yayılmaktadır. Bu noktada da toplumsal düzenin sorunsuz şekilde devam etmesinin yolu, ötekilerin kontrol altına alınmaya çalışılması olmaktadır.

Kolektif bir birliğin ve ruhun oluşması ve bunun devamlılığının sağlanabilmesi için ötekine ihtiyaç duyulur. Bu kolektif ruh, herhangi bir tehdit algıladığında, içsel karmaşa yaşadığında, öteki olarak konumlandığını, bütün suç ve sorunların sebebi görür ve onu günah keçisi ilan ederek linç gerçekleştirir. Champbell, linçe konu olan günah keçisini; “bir kişinin veya grubun başına gelen kötü şans, felaketleri, hastalıkları ve kötülükleri sembolize eden ve taşlandığında, bir nehre veya denize atıldığında tüm bu olumsuzlukları beraberinde götüreceğine inanılan her türlü obje, hayvan, kuş veya insan.” olarak tanımlamaktadır (2013:35-38).

Girard, toplumda normu belirleyen şeyin “ortalama” olduğunu söyleyerek toplumsal anormallik diye bir şeyin varlığından bahseder. Toplumun üzerinde uzlaştığı ortak toplumsal statüden ne kadar az uzaklaşırsa, kıyım riski o denli düşük olacak; aksi yönde bir uzaklaşma durumunda ise kıyım riski artacaktır. Girard, kıyımcıların, az sayıda kişinin, hatta yalnızca bir kişinin dahi -toplulukla kıyaslandığında var olan belirgin zayıflığına rağmen- tüm topluma oldukça zararlı olabileceği düşüncesine sahip olduklarını ve hatta kendilerini, her zaman bu düşünceye inandırdıklarını söylemektedir. Kıyımcılarda var olan bu inancı, “basmakalıp suçlama” aracılık ederek meşrulaştırmaktadır (Girard, 2003:21,25).

Girard, tarihsel ve mitsel metinleri incelemiş; linç aramıştır. İncelediği metinlerden birinde yer alan “Bütün ulus yok olacağına, halk uğruna bir tek adamın ölmesi sizin için daha uygun.” ifadesini, günah keçisi aklı olarak nitelendirmiştir. “Şiddeti olabildiğince sınırlandırmak, ama daha da büyük bir şiddeti engellemek için gerektiğinde son çare olarak yine şiddete başvurmak...” (2003:155-156). Suçlu olarak görülen kişi, toplum düzeninin devamlılığının sağlanması karşısında büyük engel olarak görülmektedir. Bütün felaketlerin sorumlusu kabul edilerek günah keçisi ilan

edilir. Bu şekilde haklı bir nedene dayandırılan girişim, kitle üzerinde galeyana getirme etkisi yaratmakta ve böylece linç psikolojisi oluşmaktadır.

“Kurban bir günah keçisidir...Günah keçisi terimi, aynı anda hem kurbanların masumiyetine hem onlara karşı gerçekleşen kolektif kutuplaşmaya hem de bu kutuplaşmanın kolektif ereğine işaret eder. Mitlerde son derece suçlu bir kurbanla hem şiddete dayalı hem de kurtarıcı bir çözümün sürekli birliği, ancak günah keçisi mekanizmasının aşırı gücüyle açıklanabilir...Yok olan ya da günah keçisince tehlikeye atılan düzen, tam da onu altüst etmiş olan kişi aracılığıyla yeniden düzenlenir ya da kurulur. Kamusal felaketlerden bir kurbanın sorumlu tutulması düşünülmecek bir şey değildir ve tıpkı kolektif kıyımlarda olduğu gibi mitlerde olan da budur, ama mitlerde - ve yalnızca mitlerde- bu aynı kurban düzeni geri getirir, onu temsil eder, hatta cisimleştirir.” (Girard, 2003:55-60).

Bauman (2014), “biz” ve “onlar”ın iki farklı tutumu, güven ve kuşku, duygusal bağlanma ve antipati, iş birliği ve çekişme gibi duygular arasında var olan benzer bir ayrımı temsil ettiğini söyler. “Biz”, ait olunan, içinde bulunan kişi tarafından nasıl sürdürüleceğinin bilindiği ve güvende, doğal ortamında hissedilen bir grubu ifade etmektedir. “Onlar” ise, kişinin ait olmak istediği ya da isteyebileceği bir grup değildir. Kişi, “onlar” olarak nitelendirdiği grubun işleyişine ait çok fazla bir bilgiye sahip olmadığı için “onlar”, kestirilemez ve korkutucu olarak algılanmaktadır. Kişi, nasıl ki “onlar”a yönelik kuşkuya sahip ve “onlar”ı onaylamıyorsa; kendisine karşı da aynı duyguların beslenildiğini düşünmektedir. Böylece “onlar”dan beklenen şey, “biz”in çıkarlarına karşıt hareket ederek zarar verme amacı gütmeleri ve “biz”in felaketinden mutluluk duymalarıdır.

Sosyolojide, “biz” ve “onlar” ayrımı, dış grup ve iç grup şeklinde ele alınmaktadır. Birbirine karşıt tutumlar, birbirinden ayrılmaz. Çünkü, bireyin sahip olduğu bir “dış grup” algısı olmaksızın “iç grup” duygusu oluşmamaktadır. Tam tersi durumda da bu geçerlidir (Bauman, 2014). Her şeyde olduğu gibi zıtlıklar, birbirini tamamlamaktadır. Zıtlıklar, aralarında var olan anlaşmazlık üzerinden birbirlerini var etmektedir. Böylece birey, kendi kimliğini öteki üzerinden anlamlandırmaktadır.

Sosyal Kimlik Kuramına göre, insanlar, kendilerini ve başkalarını birtakım gruplara ait olarak algılama eğilimindedir. İnsanların çeşitli gruplara ayrılması sürecinde kullanılan pek çok ölçüt vardır: Yaş, cinsiyet, ten rengi, meslek, din... Bu kurama göre, insan tutumu, ait olduğu grupların fikir ve davranışlarından

etkilenmektedir. Kişinin kendi hakkındaki fikirleri, kim olduğuyla ilgili düşünceleri de kendini özdeşleştirdiği gruplardan etkilenmektedir. Kuramın tezine göre, insanlar, imaj ve özgüvenlerini korumaya güdülenmiştir. Örneğin, özdeşleşilen bir futbol takımının bir maçı kazanması, birey için gurur kaynağı olabilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2010:308).

Dünyayı, “biz”den olanlar ve olmayanlar olarak algılayarak insanları, kategorilere ayırmak mümkündür. Sosyal psikolojide var olan iç grup ve dış grup etkisiyle değerlendirildiğinde bizden olanlar, birey olarak “ben”in dahil olduğu iç gruptur. Üyesi olunmayan ve “biz”den olmayan gruplar ise dış grubu oluşturmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2010:278). İnsanlar, üyesi olduğu grupları, diğer gruplara göre daha üstün görmektedir ve gruba yönelik aidiyet ve birlik duygusundan dolayı grup üyelerini diğerlerine karşı kayırma eğilimine sahiptir. Dolayısıyla kendi grupları dışındakilere, yanlı ve önyargılı davranabilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2010:278). Toplumsal ve siyasal ilişkilerde etik, adalet ve hukuki zeminden uzak, gerçekçi olmayan değerlendirmeler yapılmasına sebep olan iç grup yanlılığı ve dış gruba yönelik ayrımcılık, beraberinde nefret söylemi, şiddet ve linci getirmektedir. Grup üyeleri, itaat ve sadakat temelinde oluşan aidiyet duygusu ve iç grup yanlılığıyla, gruptan farklı bir inanç ve düşünceye sahip olsa bile, grubun düşünce ve inançlarını savunabilmekte ya da sessiz kalmayı tercih edebilmektedir (Türk, 2017: 476). İç grup yanlılığıyla ilgili yapılan bir çalışmada; ırkçılık, milliyetçilik, ırk ve etnik ayrımcılığın basit bir şekilde oluşabileceği görülmüştür.⁶ Weber (1984 Akt. Kağıtçıbaşı, 2010:281), insanların, iç gruplarında var olan olumlu davranışlarını, içsel özellikleriyle; olumsuz davranışlarını ise dışsal faktörlerle açıkladığını söylemiştir. Bu süreçte, dış gruptakilerin olumlu özellikleri, dışsal faktörlere; olumsuz özellikleri ise içsel faktörlere bağlanmaktadır. Örneğin, tutulan bir futbol takımının Avrupa kupasındaki yenilgisi, fikstürün yapısına bağlanırken; bir maçtaki galibiyet, takımın yeteneğine bağlanabilmektedir. Karşı takımın galibiyeti, o haftaki şansından kaynaklıyken; mağlubiyeti, kötü oynamış olmaları veya yeteneksiz oluşlarıyla açıklanmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2010:281).

⁶ Bknz. Kağıtçıbaşı, Çiğdem, Günümüzde İnsan ve İnsanlar, 2010:280.

Denebilir ki birey ve gruplar, kendi özellikleri dışında kalanları, uzlaşmaz bir bakış açısıyla düşman olarak görürken; kendisiyle öyle ya da böyle benzer özelliklere sahip olan ve aynı çıkarlar doğrultusunda hareket edenleri, dost olarak görebilmektedir. Bauman (2014), bunun dışında bir de “yabancı”lardan, yani ne “biz”in içinde ne de “onlar” olarak görülebilecek olan kesimden bahsetmektedir. Bauman’ın bahsettiği “yabancı”, kişinin bildiği, yaşamı içinde gördüğü, görmezlikten gelemediği, varlığını kabul ettiği ancak ne “biz” ne de “onlar” olarak kategorileştiremediği kişi ya da gruplardır. Simmel (2009:150)’ın “yabancı” kavramı düşünüldüğünde ise, yabancının, yer ve zaman zaman belli unsurlarla temasa girdiği, ancak hiçbir zaman yerleşik herhangi bir bağla bağlanmamış olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. “Yabancı”, bir topluluğa ait olmayan, Bauman’a göre, “onlar” olarak da görülmeiyeni ifade etmektedir. Simmel (2009:150-151)’a göre “yabancı”, bir grubun tarafgiri olmadığı ve ona köklü bir şekilde bağlanmadığı için nesnel bir şekilde karar verebilir ya da düşüncesini açıklayabilir. Nesnellik, yabancı için bir özgürlük olarak da nitelendirilebilmektedir. Yabancı, yakın ilişkilerinde dahi kuşbakışı bakarak önyargısız bir değerlendirme yapabilir, çünkü bir gruba aidiyeti yoktur. Ancak bu durum Simmel’a göre, zaman zaman toplumda çıkan bir ayaklanmada, yabancıların tahrik edici unsur olarak görülmesine neden olabilmektedir. Simmel, bunun da aslında isyancıların suçlu değil sadece tahriklere kapılmış oldukları iddiası kurgusuyla, isyanın gerçek bir nedeni olduğunun inkârı ve kendilerini temize çıkarma amacıyla yüksek mevkilerin ya da yüksek mevkidekilerin yakın dayanışma içinde buldukları astları için ortaya atıldığını söylemiştir. Yani böyle bir durumda yabancı, günah keçisi ilan edilerek linç eylemlerine konu olabilmektedir.

Schmitt, siyasal anlamda düşman tanımlamasını yapmıştır. Ona göre, düşman konumu için, onun gerçek bir tehdit oluşturmasının önemi yoktur. Daha önce belirlenmiş, genel normlarla ya da tarafsızlığı görülmüş bir üçüncü kişinin hakemliği vasıtasıyla çözülmeyecek çatışma ihtimalinin varlığı, bir yabancı veya öteki olarak konumlandırma yapmak için yeterlidir (akt. Vergin, 2007:104).

Durkheim’in daha önce formüleştirdiği günah keçisi kuramına göre, yoksunluğun yarattığı saldırganlık dürtüsüyle birey ya da gruplar, savunmasız diğer kişi ya da gruplara karşı şiddete yönelebilmektedir. Günah keçisi konumunda kalanlara

uygulanan şiddet, bir takım olumsuz streotip ve yargılarla desteklenerek haklılaştırılmakta ve doğrulanmaktadır. Başkalarını, kendi zorluklarının sebebi olarak görmek, birey ve grupların içsel çatışmalarının çözülmesi için bir savunma mekanizması işlevi görmektedir. Bir grubun kaynaşması, dış grubun varlığıyla pekişmektedir (Schnapper, 2005:136-137). Günçikan; eğitimini, kültürünü, ekonomisini ve siyasasını ‘milliyetçilik’ üzerinden kurmuş bir ülke vatandaşının bu konuda zorlanabileceğinden bahsetmiştir. Kendini iyi eğitmiş, en ‘arınmış’ birey bile kendini ‘biz’ ve ‘öteki’ ayrımı içinde bulabilir; başka bir kültürden, başka bir ülke, başka bir dinden olunması sebebiyle ya da kendisi gibi olmadığı için bir diğerini ‘dışarıda’ bırakabilir. İnsanları ‘biz’ ve ‘öteki’ ya da ‘ben’ ve ‘o’ diye ayırmadan yaşayabilmek, eşitlik ilkesiyle hareket edebilmek için bireyin farkındalık geliştirmesi gerekmektedir (2006: x-xi).

2.2. SOSYAL MEDYADA LİNÇ

1995 sonrası dönemde, web (World Wide Web) sayfalarında kullanıcıların yalnızca okuma yapabildikleri, içeriğe herhangi bir katkıda bulunma veya yeni içerik oluşturmaya ve etkileşime olanak tanımayan web 1.0 ile 2004 yılında, kullanıcıların yeni içerikler oluşturabilmesine imkân tanıyan etkileşimli yapıya sahip web 2.0 ve teknolojik ilerlemelerle, küresel anlamda bilgi paylaşımı farklı bir boyut kazanırken; toplumsal yapı, zaman ve mekân kavramları da dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşüm, toplumsal hayat tanımının gözden geçirilmesini gerekli kılmıştır. Ağ toplumu içinde insanlar, eş zamansız olarak iletişim kurma imkânı kazanmış; mekân ve zaman kavramları esnemiştir. 1970’li yılların başında mail ile başlayan bu süreçle, iletişim kurma konusunda mekân kavramından çıkılabilmektedir. Web 2.0 teknolojisiyle gelen sosyal medya uygulamalarıyla insanlar, herhangi bir zaman ve mekân sınırlandırması olmaksızın topluluk içinde olabilme imkânı kazanmıştır (Duman, 2019:5).

İletişimin küreselleşmesi ve sosyal medya platformlarıyla, insanlar kendilerini bu küresel kalabalıkta nasıl görmek ve ifade etmek istiyorsa bu doğrultuda profil sayfası oluşturmakta ve etkileşimde bulunmaktadır. Profiller, kişinin kendi kimliğini tamamen öznel olarak kendi görüşüyle aktarmasıyla oluşmaktadır. Profilde yer alan

her türlü paylaşım, yansıtılan kimliğin bir parçasını oluşturmakta ve yaşam tarzının bir göstergesi haline gelmektedir (Tokgöz, 2013:1049-1050).

İnternet ve sosyal medya uygulamaları sayesinde kullanıcılar, sosyal medya platformlarında kendi içeriklerini üretebilmekte ve içeriklerinin paylaşımına sokulmasını sağlayabilmektedir. Sanal ortamın sağlamış olduğu bu imkânlar, bireylerin kim olduğunun anlaşıldığı kişisel hesaplarından kullanılabileceği gibi, kimliklerinin açıkça belli olmadığı anonim hesaplar üzerinden de kullanılabilmektedir.

Sosyal medya, kullanıcılara yeni kimlik oluşturma imkânı sunmaktadır. Birey, sanal olarak oluşturduğu kimlik veya profil vasıtasıyla kendini, aslında olmadığı ama olmak istediği biri gibi sunabilmektedir. Gündelik yaşamında çok da sosyal olmayan biri, sosyal paylaşım uygulamaları sayesinde binlerce takipçiye sahip olabilmekte, sosyal medya paylaşımlarıyla sosyal biri imajı çizebilmekte ve fenomene dönüşebilmektedir. Bireyler, sosyal medyanın sağladığı bu popülerite ile kendini önemli ve değerli hissetme, beğenilme ihtiyacını karşılamaktadır. Ayrıca, sosyal paylaşım uygulamaları ve siteleri sayesinde, kullanıcılar, kendini temsil edebilme, kişilik özelliklerini yansıtabilme olanağına sahip olmuştur (Türk, 2017: 473).

Kimlik, bireyin çevresi ve toplumsal yapının etkisiyle farklılaşabilmektedir. İletişim kurulan ortam çeşitliliğinin artması ve yeni insanlarla tanışım sonrası, kimlikte şekillenmeler olduğu söylenebilmektedir. Sosyal paylaşım ağları sayesinde, küresel bir iletişim olanağı mevcuttur ve birey, sürekli olarak burada çeşitli kültürel etkileşimlere girmektedir. Topluma ait gelenekler, kültür ve değer yargıları, sosyal paylaşım ağlarına taşınırken kültürel kaynaşma gerçekleşmekte ve böylece, kültürel küreselleşme meydana gelmektedir. Bu platformlarda gerçekleşen sosyalleşme ile farklı kültürlerle karşı karşıya kalan bireyler, baskın kültürlerden aldıkları değer ve düşünceleri, içinde yaşadıkları toplumun kültürüne entegre etmektedir (Singh, 2010, akt. Tokgöz, 2013:1049).

Kimlik oluşturma süreci, akışkan bir yapıdadır. Sosyal paylaşım ağlarında paylaşılan her fotoğraf, gönderi, mesaj bir yaşam tarzını ifade etmekte ve kişilerin kimliklerine eklenmektedir. Sosyal medya uygulamalarında inşa edilen profiller,

sosyal hayattaki kimliğin oluşmasında aracı görevi görmektedir. Bireyler, hem başkaları tarafından görünmek istedikleri şekilde hem de başkalarının kendilerinden beklentileri doğrultusunda bir kimlik sunmaktadırlar (Toprak, 2009 akt. Tokgöz, 2013:1050). Goffman, insanların kimlikleri ile ilgili sundukları performansların, toplum tarafından onaylanan değerleri temsil ettiğini belirtmektedir. Yani bireyler, ideal bir kimlik oluşturma sürecinde, o kimliğe uygun olmayan davranışlardan kaçınmaya ya da onları gizlemeye yönelmektedir (Goffman, 2004 akt. Tokgöz, 2013:150).

Sosyal medya, sınırsız bir alandır ve kullanıcılar için özgür bir ortam sunmaktadır. Bu durum sonucunda bazı bireyler, bu ortamlarda etik olmayan davranışlar sergileyebilmektedir. Özellikle, kim olduğuna dair herhangi bir bilgi bulunmayan anonim profiller aracılığıyla; kişilik haklarına yönelik saldırılar, kişilerin değerleriyle alay etme, izinsiz kimlik, belge veya bilgi paylaşımı, toplumu yanlış bilgilendirme, iftira, ayrımcılık, hakaret, küfür, dolandırıcılık, ticari ya da siyasi manipülasyonlar, sahte kampanyalar ve şantaj, sanal dünyada ve özellikle sosyal platformlarda sıklıkla karşılaşılan etik dışı davranışlar arasında gösterilebilir (Eraslan, 2016: 37).

Sosyal medya ve internet ortamında yaşanan etik dışı davranışların yanı sıra, sosyal medya kullanımıyla ortaya çıkan sorunlardan biri de sanal linç olmuştur. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte linç, form değiştirmiş; fiziki linç boyutundan farklı olarak sanal platformlarda gerçekleştirilen linç türü ortaya çıkmıştır. Fiziksel şiddet olarak linç, hala varlığını sürdürse de sanal linç de ayrı bir alan olarak ele alınması gereken bir konu haline gelmiştir. Yeni bir inceleme alanı olarak sanal linç, linç mağdurlarının hayatlarında olumsuz etkiler yaratabilmekte, yalnızca mutsuzluğa neden olmakla kalmayarak kimi zaman ileri derecede psikolojik sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir (Aloğlu, 2018:149).

Sanal linç, gerek internet üzerinde yer alan herhangi bir sosyal paylaşım sitesi gerek sosyal medya uygulamaları aracılığıyla, bir kişi ya da grubun ya da kurumun herhangi bir durum, düşünce karşısında hedef gösterilerek konu hakkında sanal olarak bir paydada buluşan sanal kalabalık ya da kitle tarafından ortak mesajlarla yoğun

şekilde hakarete uğraması olarak tanımlanabilir (Duman, 2019:7). Sosyal medyada linç, psikolojik şiddet içeren, nefret söylemleriyle yargılama, ötekileştirme veya dışlama gibi söylemsel pratiklerle gerçekleştirilen bir süreç olarak görünür hale gelmektedir (Türk, 2017:464). Böyle bir durumda, bir kişi veya grup, söylemsel pratikler üzerinden hedef gösterilerek psikolojik şiddete maruz bırakılmaktadır. Sanal ortamda bireyler, düşünmeden, herhangi bir araştırma yapmadan olayları ya da kişileri kınamak maksadıyla, kitleler tarafından paylaşılan iletileri, sığağı sığağına paylaşabilmekte ve kendi görüşlerini sert ve nefret dolu biçimde ifade edebilmektedir (www.medialiteracycouncil.sg. Aktaran: Duman, 2019:7)

Çoğunlukla ünlü isimlerin maruz kaldığı bu durum karşısında bireyler, sosyal platformlarda yoğun hakaret içerikleriyle psikolojik şiddete maruz kalırken; öte yandan sosyal medyada ortaya çıkan nefret sarmalı, gündelik hayata da sirayet ederek birtakım sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir. Sosyal medyada gündeme gelen isimler, çoğunlukla geleneksel medya için de malzeme olmakta ve böylece daha fazla kişiye duyurulan olay ya da durum karşısında linçin etkisi artmış hale gelmektedir. Tepki alan isimlerin kimi zaman sonraki dönemlerde, yaşanan olaylar nedeniyle iş yaşamlarında da sorunlar yaşadığı görülebilmektedir.

Gerçek dünyada var olan kültürel kodlarda olduğu gibi nefret söylemi ve linç kültürü de sanal dünyaya taşınarak yeniden üretilmektedir. Sanal dünya, görece demokrasiye uygun bir ortam algısı yaratmakta ve her bir kullanıcının, fikir beyanı yapabilmesine görünürde olanak sağlamaktadır. Ancak her ne kadar buna imkân tanıyor olsa da gündelik hayat içerisinde olduğu gibi sanal ortamda da kullanıcılar, suskunluk sarmalı içinde hareket edebilmektedir.

Linç sözcüğü, son zamanlarda gerek gündelik hayatta gerekse yeni medya ortamında mecazi olarak kullanımı yaygınlaşan bir kelime haline gelmiştir. Eskiden linç denildiğinde, gündelik hayat içerisinde herhangi bir kişi ya da gruba yönelik taş, sopa gibi cisimlerle fiziksel şiddet uygulama ya da buna girişimde bulunma durumu anlaşılırken; günümüzde ise sanal ortamda kişi ya da gruplara hakaret etme, yoğun ve ağır tepki gösterme, psikolojik baskıya maruz bırakma gibi durumları ifade eden bir kelimeye dönüşmüştür (Sinkil, t.y.:p.22). Sanal linç, siber zorbalık ya da dijital linç

olarak ifade edilen bu şiddet türüne maruz kalma durumu, çok kolay bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Sanal ortamdaki sosyal platformlar üzerinden kullanıcılar, bir diğerini aşağılayabilmekte, hedef gösterebilmekte ve hatta diğerine yönelik, gruplar halinde linç kampanyaları başlatabilmektedir.

“...Giderek evrensel, sayısal bir dili konuşan yeni bir iletişim sistemi, hem kültürümüzün sözcükleri, sesleri ve imgelerinin üretimini ve dağıtımını küresel olarak entegre hale getiriyor, hem de onları bireylerin kimliklerinin ve halet-i ruhiyelerinin beğenilerine uygun kılıyor. İnteraktif bilgisayar ağları, yeni iletişim biçimleri ve kanalları yaratarak, hayatı şekillendirerek, aynı zamanda hayat tarafından şekillendirilip katlanarak büyüyor” (Castells, 2008:3, Aktaran: Duman, 2019:5).

Sosyal medya, her ne kadar farklı görüş ve fikirlerin paylaşımına sunulabildiği yegâne mecra olarak görülse de kullanıcıların genelde kendi fikirlerini yansıtan benzer düşüncelere sahip kişileri takip ederek kendi görüşlerine karşıt kullanıcılarla iletişimden kaçındığı söylenebilir. Kullanıcılar, görüş farklılıklarının açıkça ortaya çıktığı bazı durumlarda, farklılığa tahammülsüzlerini göstererek takipleştikleri ya da sosyal medya uygulamalarında arkadaş oldukları kişileri, hesaplarından silmekte ya da engelleyerek iletişimini koparabilmektedir. Aynı nefret üzerinden birleşen kullanıcıların, kendi görüşleri dışında başka bir görüşe tahammülü olmamakla birlikte; “şu partiyi destekleyenler beni silsin”, “bu olaya katılanlar beni listesinden çıkarsın” tarzı paylaşımlar yaptıkları görülmektedir. Özturan, kullanımı giderek artan sosyal medyada, dijital kırım ve dijital linçle birlikte bireylerin, kendilerini soyutlama haliyle dijital gettoların oluştuğunu söylemektedir (2014:89-90). “Kendi fikirlerinin gelişimi için bile “diğer” görüşlere ihtiyacı olduğunun farkında olmayan getto sakinleri hangi görüş, akım ya da taraftan gelirseler gelsinler, dijital kurtarılmış bölgelerinde kendi mahalleleri içinde ‘ötekine’ karşı sırasıyla tahammülsüzlük, önyargı, kin, nefret ve linç eylemlerine girişiyorlar.” (Özturan, 2014:90). Diğer görüşleri görmeyen, duymayan, sadece kendi yarattığı, kendisine benzer kullanıcıların var olduğu, kendi sosyal medyasında var ettiği dijital kitle içindeki birey, gerçek dünyada da benzer bir durumun olduğunu düşünmektedir. Örneğin, herhangi bir seçim öncesi, savunduğu görüşe sahip kullanıcıları takip ettiği için kendisine benzer görüşlerle ilgili olumlu paylaşımları gören kişi, doğal olarak seçim sonucunun kendi istediği şekilde sonuçlanacağını düşünebilir. Durum tam tersi sonuçlandığı zaman ise nasıl böyle olabildiği hakkında şaşkınlık yaşanabilmektedir. Buradaki sorun şudur ki; bireyin

bilinçli ya da bilinçsiz görmezden geldiği, bireyin kendi yarattığı tek düze sosyal mecrası dışındaki bütün kişiler, kimlikler ve görüşler varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Ancak birey, kullanıcı olarak sosyal mecralarda onları görmemiş veya görmezden gelmiş, görmeye tahammül edememiş ve çoğulcu bir ses yerine kendisiyle aynı görüşü savunan bir kitleyi takip etmiştir.

Sosyal medya kullanan bireyler, hoşlarına gitmeyen içerik için beğen butonuna tıklamamasının yanı sıra, o içeriği gündeme getiren kişinin dijital olarak var olmasına da tahammül edemeyebilmektedir. Özellikle kamuoyu tarafından aşına olunan isimlerin yapmış oldukları paylaşımlar, sosyal platformlarda hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Paylaşılan mesaj, görüş ve içeriklere yönelik kimi zaman tepki gösterilmekte ve paylaşımı yapan kişiye yönelik infial durumu ortaya çıkabilmektedir. Böylece bu tez çalışmasında bahsedilen ve sanal olarak gerçekleşen linç eylemi ortaya çıkmaktadır. Sadece internette oluşturulan ve paylaşımına sokulan içerikler üzerinden değil gerçek dünyada yaşanan olayların, sanal dünyaya taşınmasıyla olayın ilgililerine yönelik sanal linçler gerçekleşebilmektedir.

Le Bon, bireylerde kitleye dönüştükten sonra ortaya çıkan üç özellikten bahsetmektedir: Anonimlik, bulaşma ve telkine yatkınlık (Le Bon, 1997:26). Le Bon'un zihni sirayet şeklinde ortaya çıktığını söylediği bulaşma durumu, sosyal ağlar için düşünüldüğünde, aynı durumun çevrimiçi kalabalıklarda da benzer şekilde gerçekleştiği söylenebilir. Le Bon, sosyal bulaşmayı açıklarken; topluluk içinde hâkim konumda olan düşüncenin, topluluktaki her bireye bulaştığını ve sonucunda da kolektif eylemin ortaya çıktığını söylemiştir (Duman, 2019:6). Le Bon'a göre, kalabalıktaki bir kişinin taşıdığı duygular, bulaşıcıdır ve telkinle diğer grup üyelerine sıçrayabilir. Sosyal bulaşma, kişide bulunan kontrol mekanizmasının kırılmasını ve kontrol sisteminin yitimi sonucunda da cinsel dürtülerin ve ilkel saldırgan davranışların ortaya çıkmasını kolaylaştırmaktadır. Böylece birey, grup içindeyken kendi davranışlarından duyduğu sorumluluğu yitirerek gruba aktarmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2010:309). Bireyler, topluluk içinde yaptıklarının sorumluluğunu hissetmeyerek eylem içinde bulunmaktadır. Aynı düşünceden bakıldığında, sanal ortamda da özellikle sosyal medya üzerinden benzer durum gerçekleşmektedir. Bireyler, sosyal medyada sanal bir kimlik geliştirmeye çalışıp bunu sunarken; diğer yandan öfke, kin, nefret gibi olumsuz

duyguları dışı vurabilecekleri bir alana sahiptir (Duman, 2019:6). Linç, fiziksel ve sembolik olarak iki temelde ele alınabilir. Sembolik linçin, internet ortamında özellikle sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir. Sembolik linçte, psikolojik şiddet vardır ve kimi zaman gündelik hayatın içinde fark edilemeyecek şekilde gizlenmiştir. Fiziksel şiddet ise adi linç olarak nitelendirilebilir (Aloğlu, 2018).

Sanal linç, hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Gündemde bir süre kalan linç olayı, sonrasında gündeme gelen yeni linç olayıyla unutulmakta ve bu durum, bir döngü şeklinde devam etmektedir. Olaylarda konuşulan kişi ya da kişilerin, hayatlarında olumsuz gelişmeler yaşansa da bir süre sonra mevcut konudan daha dikkate değer görülen yeni bir durum üzerinden ortaya çıkan yeni linçle birlikte, mevcut linç mağdurları üzerine gelen baskı, yönünü değiştirmekte ve gündemdeki diğer olaya yoğunlaşmaktadır. Belki de olumsuz bir olayla gündeme gelerek yoğun tepkiye maruz kalan bireylerin, kendi olaylarının unutulması için yeni olayların gündeme gelmesini içten içe isteyebilecekleri söylenebilir.

Günümüzde kültürel kodlar, kullanıcılar aracılığıyla fiziki dünyadan sanal dünyaya taşınmaktadır. Sanal dünyada çeşitli uygulamalar aracılığıyla kullanıcılar hem benzer kullanıcılar hem de farklı kişilerle etkileşime girme imkânına sahiptir. Bireyler, sosyal medya uygulamaları aracılığıyla beğenilme, takdir görme, değerli hissetme gibi insanın ihtiyaç duyduğu birtakım psikolojik ihtiyaçlarını artık bu ortamlar üzerinden karşılayabilmektedir. Bu duyguların tatmin edilebilmesi için bir diğerine ihtiyaç vardır ve birey, tatmin duygusu karşılığında bireysel bilincini bir kenarda bırakarak kolektif bilincin parçası olabilmektedir. Sanal dünya, fiziksel olarak orada bulunmadan, sadece dille dahil olunan bir mecradır. Bedenler taşınmadan, yalnızca dil ile kültürel konular söylemsel olarak görünürlük kazanmaktadır. Sanal ortamın da iletişimin gelişmesi ve yayılmasına uygun bir platform olmasından dolayı, kültürel konular, hızlı bir şekilde geniş kitlelere yayılabilmektedir (Türk, 2017).

Poster, kimliğin şekillenmesinin interaktif ilişkiler ve dil vasıtasıyla gerçekleştiğini söyler (akt. Timisi, 2003: 171-172, akt. Türk, 2017:469). İnternet ortamında kullanıcılar, diğer kullanıcılarla çevrimiçi olarak etkileşime girmektedir. Fiziksel olarak bedenen bir ortamda bulunmadan sadece çevrimiçi ortamlarda

yaratılan kimliklerle sanal dünyadaki toplumsal ilişkilere katılım sağlanabilmektedir. Dolayısıyla sanal ortamdaki etkileşimlerin, birey kimliğinin şekillenmesindeki etkisinden bahsedilebilir.

Sanal dünyanın birden fazla kimlik inşasına izin veren yapısından dolayı birey, istediği kadar yeni kimlik inşa edebilir. Bazı durumlarda, kimliğin açıkça belli olduğu kullanıcı profilleri yerine, kim olunduğuna dair bir işaret bulunmayan hesaplar aracılığıyla fikir ve görüşlerin daha rahat ve açık ifade edilerek paylaşılabileceğini söylemek mümkün olabilmektedir. Bu durumun özellikle siyasi ve politik konularda yaşanabileceği düşünülebilir çünkü bu tarz durumlarda, muhalif görüşte olan kullanıcılar fikirlerini açıkça söyledikleri takdirde gündelik hayatlarında birtakım sorunlarla, fişlenmelerle karşılaşabilecekleri düşüncesiyle hareket edebilmektedir. Bunun dışında ise sanal dünyadaki linçin parçası olma sürecinde kullanıcılar, internette anonim olmanın verdiği özgürlük ve sorumsuzluk hissiyle daha rahat davranabilir. Ancak, bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı, istenmeyen durumlarda yasal yollara başvuru yapılması durumunda, ilgili hesaplardaki kişilere, internete bağlanılan IP adresi üzerinden ulaşılma ihtimali olduğunu bilebilir.

İnternet teknolojisinin gelişmesi ve sonraki süreçte kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sanal dünyaya katılım ve kullanım amaçları farklılaşmıştır. Daha önceleri bilgiye ulaşım odaklı kullanılan internet, günümüzde sosyal medya uygulamalarının var olmasıyla, bu uygulamalarda çeşitli amaçlarla zaman geçirilmesi durumunu ortaya çıkarmıştır ve eskiye nazaran farklı amaçlara da hizmet etmektedir. Kullanıcılar, bilgilenmek, haberdar olmak, eğlenmek ve sosyalleşmek gibi amaçların yanı sıra beğenilmek, takdir görmek, değerli hissetmek, gözetlemek, gözetlenmek ve önemsenmek gibi farklı motivasyonlarla sosyal ağları ve interneti kullanmaktadır.

Kullanıcılar, sosyal ağlarda savundukları değerlere sahip gruplara aidiyet sağlayabilmek için bu grupların yarattığı sanal kültür özelliklerine göre bir formasyona uğramaktadır. Bu süreçte, sosyal platformlarının sahip olduğu iletişim şekli sayesinde, kitlesel söylem ve kültürel değerler yeniden üretilmektedir. Bu da bireylerin aidiyet duygularının pekişmesini sağlar. Bireyler, kendi bireysel eylemlerinden kitlesel eylemlere geçerek kitle psikolojisi ile hareket etmeye başlarlar. İnsan, sosyal bir

varlıktır ve aidiyet duygusuyla hareket etmektedir. Birey, tek başına bireysel olarak başaramadığı birtakım şeyleri, bir topluluğun üyesi olduğunda, topluluk içinde var olan iş birliği ve iş bölümü sayesinde gerçekleştirebilmektedir. Toplulukla sağlanan bu avantajın ve sosyalleşmenin kaybedilmek istenilmemesi sebebiyle, bireylerin, değer ve görüşlerini açıklama sürecinde dışlanma korkusuyla hareket ederek topluluğun kurallarına uymak zorunda kaldığı söylenebilir (Türk, 2017:464,470).

Sosyal medya kanalları aracılığıyla gerçekleştirilen saldırganlık, yıkıcı davranışlar ortaya çıkarabilmekte ve kurbanın, sosyal hayatında olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Sıklıkla, kendini tehdit altında hissetme ve tepkisel şiddetle karşılaşacağı düşüncesi, bireyde de saldırganlık dürtüsünü tetikleyebilmektedir. Sanal dünyada saldırganlık dürtüsü, kendisini fiziksel olarak değil insan aklının kötüye kullanılması şeklinde ortaya koymaktadır. İstedikini elde edememiş ya da farklı sebeplerden dolayı zarar gördüğünü düşünen birey, düşüncelerini sadistçe yoğunlaştırarak karşı tarafa yönelik saldırıda bulunabilmekte ve yıkıcı davranışlar ortaya koymaktadır. Sosyal medya, günlük hayatın hemen hemen her alanında varlığını göstermekte; bireyler, birtakım gereksinimlerini bu mecralar aracılığıyla gidermektedir. Sosyal medyada gerçekleştirilen iletişim sürecinde, gündelik hayat içinde var olan şiddet ve saldırganlık olgusu da görünür olmaktadır. Sosyal Medya Saldırganlığı (SMS), Eraslan tarafından; "...sosyal medya kanallarını kullanarak bir birey ya da gruba, özel ya da tüzel bir kişiliğe karşı çeşitli amaçlar güdülerek, sistematik ya da bireysel yapılan hakaret, tehdit, şantaj, toplu mesaj, nefret suçu ve teknik saldırı gibi zarar verme davranışlarının tümüdür." şeklinde açıklanmıştır (Eraslan, 2016:43,42).

Eraslan (2016, akt. Eraslan, 2016:43), "Sanal Dünyada Sosyal İlişkiler ve Sosyal Medya Saldırganlığı" isimli bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma kapsamında, 225 örneklem katılımcısına, sosyal medyada saldırganca bir davranışla karşılaştıkları ilk anda nasıl hissettikleri ve neye eğilim gösterdikleri sorulmuştur. Katılımcılara, hissettikleri üç şıkkı işaretlemeleri söylenmiştir. Katılımcıların işaretlediği seçeneklere göre; sosyal medyada saldırganca bir tutumla karşılaşan katılımcılardan 150 kişinin, ilk anda kızgınlık hissi içinde oldukları sonucuna ulaşılırken; 122 kişi ise, haksızlığa uğramışlığın, kendilerini agresifleştirerek öfke ve şiddet eğilimine yönlendirdiğini

belirtmiştir. 124 kişi tarafından işaretlenen bir diğer yanıtta ise saldırganca davranışlara maruz kalan sosyal medya kullanıcılarının, bu duruma karşı hemen yanıt vermeye yöneldikleri ortaya çıkmıştır. Örneklem grubundaki 52 katılımcı, saldırganlık durumunda sessiz kaldıklarını, hatta bir süre şok etkisi içinde olduklarını aktarmışlardır. Bu araştırmaya göre; sosyal medya saldırganlığının, bireylerde moral bozukluğu yaşatarak bir süre için yaşam kalitesini düşürdüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Son olarak katılımcılara, “SMS karşısında haklarınızı biliyor musunuz?” sorusu yöneltildi; katılımcıların yarısından fazlasının (150 kişi), konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı; yalnızca 75 kişinin, sosyal medyada saldırganca tutumlara maruz kalma durumunda ne yapılabileceğine dair bilgi sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Linç, sanal ortamda farklı şekillerde meydana gelebilmektedir. Fiziki dünyada yaşanan bir olayın, sosyal medyaya yansımaları sonrasında yoğun eleştiri, hakaret, küfür ve baskıya maruz kalan -ki bireyler, bazı durumlarda yanlış anlaşılma sonucunda tamamen haksız ve gereksiz yere eleştirilerin hedefi olabilmektedir- bireylerin, sosyal medya hesaplarında daha önce yapmış oldukları düşünceleri ya da görsel paylaşımlar da gündeme getirilerek aşağılamaya maruz bırakılabilmektedir. Bireyin gündeme geldiği ve konuşulduğu olayla alakası olmayan başka bir konu hakkında örneğin; yaşam tarzı, dini inancı, giyim tarzı vb. gibi şeylerle ilgili paylaşımları üzerinden, tamamen aşağılık ve hayatının baştan sona yanlışlarla dolu olduğu algısının yaratılması, psikolojik olarak kişiyi yıpratıcı olacaktır. Bu süreçte, özellikle kamu tarafından bilinen isimlerin, herhangi bir konuda düşüncesini paylaşması sonrasında, aynı düşünceye sahip olmayan kullanıcılar, kişinin aylar, yıllar önceki paylaşımları içerisinde eleştirilebilecek ve toplum tarafından tepki alabilecek tarzda paylaşımlar araması ve çoğunlukla bu girişimlerinde başarılı olarak ilgili paylaşımlarla yeni bir eleştiri konusunun ortaya çıkarılması durumu, sosyal medyada sıklıkla yaşanmaktadır. Tüm bunlar, aslında sosyal medyada kullanıcıların, kimi zaman ne kadar acımasız olduğunu göstererek sosyal lincin yıkıcı etkisini ortaya koymaktadır. Bu durumlara şahit olan birey ise aynı konulardan muzdarip olmamak için sosyal medyadaki paylaşımlarına özen gösterecek ve tepki çekici paylaşımlar yapmaktan kendini alıkoyacaktır. Bu doğrultuda düşünüldüğünde, fiziki dünyadan gelen kültürel kodlar ve çoğunlukla siyasi kutuplaşmanın sosyal medyada da kendini göstermesi sebebiyle,

sosyal medyanın, yeni bir kamusal alan olarak kabul edilmesi görüşünden hareketle, aslında demokratik görünümünün uygulamada işlerlik kazanmasına engel oluşturacağı söylenebilir. Çünkü sosyal medyada var olan mahalle baskısı ve afişe olma korkusu, bireylerin toplumun çoğunluğu tarafından desteklenmeyecek ve azınlıkta kalan düşüncelerinin, bu yeni kamusal alanda paylaşılmasına set oluşturabilmekte ve farklı seslerin sessiz kalmasına sebep olabilmektedir.

Linç, günümüzde gerçek dünyadan çok sanal dünyada gerçekleştirilen bir eylem ve sıklıkla kullanılan bir kelime olmakla birlikte; nefret söylemi, ötekileştirme ve önyargılarla beslenerek kimi zaman fiziki dünyada, bir şiddet eyleminin oluşumuna sebep olabilecek bir tarzda form kazanmıştır. Fiziki dünyadaki kültürel kodlar ve değerlerin sanal dünyaya taşınması gibi, insanların zihinlerini yansıttığı sanal dünyadaki mesaj ve iletiler de gerçek dünyaya taşınarak karşılığını bulabilmektedir. Sanal dünyada günah keçisi konumunda olan birine karşı üretilen nefret içerikleri, gerçek dünyada da aynı kişiye yönelik fiziksel şiddet ve saldırıyı tetikleyebilmektedir. Bu durum, kimi zaman fiziksel linç ve sanal linçin bir döngü içerisinde birbirini doğurduğunun göstergesidir.

Le Bon ve Tarde'in düşünceleri doğrultusunda zihinsel bağlantıların, yeni medya teknolojisinin sağladığı imkanlarla ağlar üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Fiziksel bir yakınlık gerektirmeden bireyler, sosyal medya uygulamalarıyla geçici çevrimiçi kalabalıklar içerisinde yer alabilmektedir (Blackman 2012:26-27, akt. Duman, 2019:6).

2.2.1. Trollük

Sosyal paylaşım ağlarıyla birlikte trol ve trollük kavramı da popüler hale gelen kelimelerdendir. Gürşat (2013), trollüğü; "Troll bir çeşit balık avlama yöntemi. Bu yöntemde, hareket eden gemiden yem sarkıtılır ve balık sürüleri bu yemin peşinde hareket ederek bir araya toplanır. Toplanan bu sürü daha sonra yine bu yem sayesinde ağa sürülür." şeklinde açıklayarak; son yıllarda özellikle Twitter'da mizahi bir amaçla sahte bir gündem oluşturan kullanıcıların, yanlış bilgiyi hızlı şekilde yaydıklarını belirtmiştir. Özsoy (2015:543,537), trollüğün kişisel bir faaliyet olduğunu; bireysel

olarak başlayan faaliyete, diğer kullanıcıların da benzer iletilerle katılım sağlamış olduğu bir süreç olarak değerlendirmiştir. Trollük, daha çok Twitter ve benzeri bloglarda, forumlar gibi çevrimiçi platformlarda yapılmaktadır. Troller, genellikle kışkırtıcı, küfürlü, cinsiyetçi, ırkçı ve yıkıcı bir yazım tarzını tercih etmektedir. Twitter’da hashtaglerle başlatılan trol içerikler, Trend Topic’e yükselerek çok fazla kişi tarafından görünür hale gelebilmektedir. Böylelikle, kullanıcıların benzer içerik paylaşımı yapma ihtimalleri artmaktadır. Genellikle trole malzeme olan konular, eğlence amaçlı kullanılmakta ve mizahi bir yöntemle ele alınmaktadır. Trol davranışlar, dikkat çekmek amacıyla genellikle absürt, kimi zaman kasti olarak yanlış ve kışkırtıcı içerikte paylaşımlarla kendini göstermektedir (Yılmaz ve Işıkdoğan, 2017:335). Trolleme, birini kızdırmakla yakından ilgilidir. Kaynay’a göre (1998:1137 akt. Taiwo, 2014:68), trollük; bir kişinin karakterine, ırkına, zekasına, dinine, fiziksel veya zihinsel yeteneğine yönelik alay edici, aşağılayıcı, hakaret ve düşmanlık içerikli paylaşımları içermektedir. Troller, eğlence amaçlı absürt paylaşımlar yaparken mizahi öğelerle, çoğunlukla olumsuz ve psikolojik olarak belli bir kişi ya da kesimi rahatsız edebilecek yıkıcı komiklikler üzerinden paylaşımlar üretmektedir. Bu tarz içerikler de sanal dünyadaki linç eylemleri için yönlendirici ve destekleyici bir işleve sahip olabilmektedir.

2.2.2. Sanal Dünyada Gruplaşma ve Linç

Sosyalleşme, içinde yetişilen sosyal sisteme ait tutum, davranış ve becerilerin öğrenilerek karşılaşılabilecek farklı durumlarda insanların nasıl hareket edebileceğini belirleyen olgudur. Sosyalleşme, sürekli ve karşılıklı etkileşimde bulunarak gerçekleşmektedir. Sosyalleşme sürecinde, grupta sergilenen davranışlar, diğer üyelerin davranışlarını etkileyebilmekte, kontrol edebilmekte ve düzenleyebilmektedir. Toplumun nasıl ki birey üzerinde etkisi varsa bireylerin de toplum yapısına ve toplumsal değişimlere etki etme durumu söz konusudur. Toplum tanımı yapılırken, yalnızca ihtiyaç doğrultusunda bir araya gelinme, bir mekanda bulunmuş olunmayla ortaya çıkan topluluk demek yeterli değildir; “... insanların bilinçlerini, iradeleri, içgüdülerinden üstün tutarak, doğal özgürlüklerinden fedakarlık yaptıkları, norm ve değerler çerçevesinde yaşamaya çalıştıkları vurgulanmalıdır.” İnsanların, içinde yaşadıkları topluma ait değer ve normlara uyum sağlama ve toplumla

bir olma, bütünleşme süreci sosyalleşme olarak tanımlanabilir. Bu süreç, yaşam boyu devam eden, kişinin doğumuyla ve ilk olarak ailede başlayıp sonrasında okul ile devam eden ve kişinin kimliğini oluşturan, toplumdaki değer ve normları, toplumda nasıl davranması gerektiği, toplumun beklentisi ve toplumda kabul gören davranışların neler olduğunu öğrendiği bir süreçtir (Tokgöz, 2013:1048).

Sanal topluluklarda da gerçek topluluklardaki gibi “öteki” üzerinden bir kimlik yaratılmaktadır. Bu ayrım, “biz” olanın içindeki bireyleri birleştirerek birlik duygusu yaratırken; “biz”in, “öteki” olarak nitelendirdiğinden korkması, ona yabancılaşarak ondan nefret etmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu nefret duygusuyla hareket eden bireyler, hem gündelik hayat içinde yaşanan ve sanal dünyaya yansıyan bir olaydaki kişiye veya sosyal medya paylaşımları dolayısıyla anlaşmazlık yaşadığı kişiye yönelik hem de ilgili kişinin kategorileştirilmesi sonucunda onun yer aldığı ve temsil ettiği düşünülen gruba yönelik günah keçisi yaklaşımıyla hareket ederek sanal linç gerçekleştirilebilmektedir. Denilebilir ki gerçek dünyadan gelen kültürel kodlarla yapılan “biz” ve “öteki” ayrımı, bir topluluğa duyulan aidiyet duygusuyla gelen kutuplaşma, sanal ortamda daha geniş kitlelere yayılarak daha güçlü bir etki bırakabilmektedir. Sosyal platformlardaki kutuplaşmayla en sıradan sanal ortam kullanıcısı bile fanatik bir tavır sergileyerek sanal linçte aktif bir rol oynayabilmektedir (Toprak, Yıldırım vd. 2014:47). Fiziki dünyaya benzer şekilde sanal dünyada da kullanıcılar, öteki üzerinden bireysel ve kolektif kimliklerini oluşturmaktadırlar. Topluluğun devamının sağlanabilmesi için öteki ile sürekli bir çatışma ortamının olması gerekir. Topluluğun vermiş olduğu prestij de sosyalleşme tatmini sağlamak isteyen bireyin, kendini, milliyetçi, cinsiyetçi ve benzeri söylemlerin yer aldığı linç kültürü içeriklerinin akışına bırakmasına neden olabilmektedir (Türk, 2017:463). Kimi zaman sosyal medyada bir araya gelen ve sanal cemaat olarak nitelendirilen sosyal medya gruplarındaki bireyler, inanmamaları veya istememelerine rağmen bazı toplu davranışlar içinde yer alabilmektedir (Eraslan,2016:19).

Herhangi bir kitlenin üyesi, kendini ve kendi dışında kalanları, sanal dünyada “biz” ve “öteki” üzerinden konumlandırırken 3 önemli özellik kendini göstermektedir (Taylor vd., 2010: 195 akt. Türk:477-478):

- Bireyler, kendi gruplarındaki üyeleri daha olumlu olarak değerlendirir ve ödüllendirir. Grubun başarısızlıklarına karşı ise daha sempatik anlamlar yüklerler. Kısaca, başarılar içsel, başarısızlıklar ise dışsal nedenlere bağlanmaktadır. Rakip gruplar için ise bu durumun tam tersi bir anlayış hakimdir.
- Sanal grup üyeleri, grup üyelerinin birbirine benzer yönleri olduğunu düşünmektedir. Kendi grupları dışındaki farklı grup üyeleri ile benzer özellikler gösterecekleri üyelerde, kendi grup üyelerinin kendilerine daha çok benzeyen özellikler barındırdığı algısı vardır.
- Grup üyeleri, karşıt olarak görülen topluluk üyelerini, yabancı ve tamamen kendilerinden farklı olarak algılama eğilimine sahiptir. Kendi grup üyelerinin, çok boyutlu ve kişisel özellikler bakımından zengin olduğu algısı mevcuttur. Bu yüzden kendilerini, diğer gruplardan daha üstün olarak görürler. Rakip grup ise birbirinin aynı ve sıradan olarak algılanmaktadır. Bu durum, kendi grup üyeleriyle birlikte vakit geçirdikleri için birbirleri hakkında daha fazla bilgiye sahipken; rakip grup üyeleri hakkında yeterince bilgiye sahip olunmaması nedeniyle oluşan ön yargıyla bakmanın sonuçlarından biridir.

Stoner, fiziki dünyada ve sanal dünyada herhangi bir grup veya cemaate katılım ve etkileşim sağlamayan bireylerin tutum ve davranışlarının, gruba aidiyet sağladıktan sonraki tutum ve davranışlarına göre daha ılımlı ve çekingen olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, bireylerin topluluk üyesi olduktan sonra tepki verme eğilimlerinde ve tepkilerinde artış gözlemlenmektedir. Topluluk içinde hem risk almayı seven hem de daha ihtiyatlı davranan bireyler vardır. Sanal grup ve cemaatlerin eylemleri, risk almayı seven bireylerin, atılgan ve ihtiyatlı bireylere nazaran baskın risk alma eğiliminde olmaları ve bu yönde hareket etmeleri nedeniyle bu kişiler tarafından belirlenmektedir (Aranson vd., 2001:340 akt. Türk, 2017:474).

Sanal dünyada kullanıcılar kendilerini ve ait oldukları topluluğun değer ve yargılarını tehdit altında hissettiğinde, karşıt görüş ve kimliğe sahip diğer kullanıcılarla tartışmalara girebilmektedir. Çoğu zaman kullanıcılar, bireysel kimliklerini bir kenara bırakarak gerçek yaşamlarında yakın oldukları kişilerle bile kolektif kimlikleri üzerinden sanal ortamda düşman gibi olabilmektedirler. Yani kullanıcılar, ait oldukları

sanal grup ya da grup üyelerini koruyan ruha dönüşebilmektedirler. Bunun yanı sıra sanal dünyada da bireyler, gerçek dünyada olduğu gibi cemaat ve grup üyeliği durumuna göre grubun kural ve kararlarına uygun hareket etmek zorundadır. Aksi halde grupta hâkim olan davranış ya da tutum dışında bir tavır sergilendiği takdirde birey, grup tarafından dışlanmayla karşı karşıya kalabilmektedir. Mahalle baskısı ve kitle psikolojisi, sanal dünyada da etkin görülmektedir. Burada da birey, suskunluk sarmalına göre hareket eder. Kitle psikolojisi içindeki birey, farklı bir görüşe sahip olsa dahi dışlanma korkusuyla topluluk içinde baskın olan üye/üyelerin veya linçe sürükleyen provokatörlerin görüşleri doğrultusunda hareket etmektedir. Bu süreçte, bireysel bilinç ve psikoloji kaybolmakta ve birey yalnızca kitle psikolojisiyle yönlendirilmektedir. Bireydeki akıl ve zekanın önemi azalır. Birey, sanal dünyanın sunmuş olduğu çoklu kimlik ve kitle psikolojisinin sağladığı rahatlıkla eylemin sorumluluğundan kaçarak bireyselliğini düşünmeden daha riskli kararlar alabilmektedir (Türk, 2017:476,475).

Sanal dünyada, bir yanda kitle psikolojisi ile hareket eden ve çoğunluk tarafından verilen tepkiler doğrultusunda, genellikle gerçek kimliği deşifre etmeyen hesaplar üzerinden bir tarafgirlik içine girerek her türlü yorum ve paylaşımı yapabilen kullanıcılar varken; diğer yanda ise kullanılan hesapta açıkça kimlik belirten bir ibare bulunmasa dahi yasal yollarla hesap kullanıcılarına ulaşılabilme ihtimalinin var olduğunun bilincinde olan ve bu doğrultuda hareket eden kullanıcılar da vardır.

2.2.3. Sosyal Etki Kuramı

Kullanıcılar, sanal ortamda fiziken değil dil ve söylem ile var olur. Bireyin düşüncesini yansıtan dil ve söylem vasıtasıyla kültürel kodlar da sanal dünyaya taşınmaktadır. Dolayısıyla sanal ortamdaki nefret söylemi de fiziki dünyada kullanıcıların sahip olduğu kültürel kodların taşınmasıyla yeniden üretilmiş olmaktadır. Kullanıcılar, kültürel kodları sanal ortama taşıyarak aslında bu kültür ve değer yargılarının varlığının sürdürülmesine katkı sağlar. Bu noktada Durkheim'ın, benzer şeylerin birbirini arayacağını ileri sürmesinden hareketle kullanıcılar, sosyalleşmek için de katıldıkları sanal ortamlarda sosyal etki kuramı bağlamında benzerleriyle bir araya gelirler (Türk, 2017:473).

İnsanların tutum ya da davranışları bir başkasının varlığından etkilenmektedir. Bazı durumlarda bireylerin davranışları, soyut olarak bireyin başkaları tarafından etkilenmesi neticesinde ortaya çıkmaktadır. Yani sosyal etkileşim süreci mevcuttur. Sosyal etki sonucunda da gruba uyma davranışı meydana gelmektedir (Kağıtçıbaşı, 2010:71-72). Sosyal Etki Kuramına göre, bireysel olarak bir yargı standardı oluşturan bireyler, grup içindeyken ortak bir standart ve yargıya yönelmekte; bireysel olarak geliştirdikleri sübjektif gerçeğin yerine, grubun geliştirdiği ve sahip olduğu sosyal gerçek geçmektedir. İlk etapta grup içinde bir norm yokken bir kere oluşturulduğu zaman, grup tarafından benimsenmekte ve bunun gerçeği yansıttığı düşünülmektedir (Kağıtçıbaşı, 2010:75). Sennet'a göre, bir yerin sosyal bir birlikteliğe dönüşmesi orada yaşayanların "biz" zamirini kullanmasıyla gerçekleşmektedir (2012:14, akt. Narmanlıoğlu, 2016:66). Bu doğrultuda, insanlar, herhangi bir ortak özellikten dolayı bir araya gelseler de etkileşim içinde buldukları toplulukla hareket edecekleri zaman, bireyselliklerini bir kenara bırakarak topluluğun sahip olduğu standartlarla hareket edebilmektedirler.

2.2.4. Gerçekçi Grup Çatışma Kuramı

Sherif (1966), tarafından geliştirilen Gerçekçi Grup Çatışma Kuramına göre, sınırlı kaynaklar ve gruplar arasındaki rekabetçi amaçlar için verilen mücadele, gruplar arasında çatışmaya sebep olmaktadır. Bu doğrultuda, sınırlı ve değerli kaynaklara ulaşmak veya bunlardan daha fazla pay alabilmek için sergilenen rekabetçi tutumlar ile gruplardan birinin kaynağa ulaşması veya daha fazla pay elde etmiş olması, gruplar arasında önyargılı ve ayrımcı davranışların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Hogg ve Abrams, 1998, Aktaran: Bal, 2018:431). Gruplar arasındaki çıkar çatışmaları ve beslenen düşmanca duygular neticesinde, iç grup yanlılığı ortaya çıkmaktadır. Sosyal kimlik kuramının bu savunusunun yanında, gruplar arasında ayrımcılık ve önyargının oluşması için illaki düşmanlık veya çıkar çatışmasının olması gerekli değildir (Bal, 2018:432).

Henri Tajfel (1981), birbirine yabancı kişilerden oluşan, herhangi bir ölçüte dayanmadan oluşturulan iki grupla yaptığı çalışma sonucunda; iç grup yanlılığının, grup üyelerini kayırma; dış grup ayrımcılığının oluşması için ise sadece iki farklı gruba

ait olmanın yeterli olduğunu ortaya koymuştur. Dış grubun var olduğuna dair bir farkındalık, ayrımcı ve rekabetçi duyguların ortaya çıkması için yeterli olmuştur. Birbirini hiç tanımayan ve grup bilincinin en alt düzeyde olduğu gruplarda bile grup üyelerinin birbirlerini, dış gruplara karşı kayırdıklarını ortaya koyan bu çalışma neticesinde, gerçek dünyada var olan iç gruplardaki üyelerin, çok sayıda ortak özelliğe sahip olduğu düşünüldüğünde, bu grupların, dış gruba yönelik yanlı ve önyargılı davranılabileceği anlaşılabilir (Kağıtçıbaşı, 2010:280-281). Bu doğrultuda, sanal ortamda, bir takım ortak özellikler neticesinde bir araya gelen gruplar arasında da benzer şekilde rahatlıkla iç grup yanlılığı ve kayırma, dış gruba yönelik ise ayrımcılık yapılması kaçınılmazdır. Ortaya çıkan iç grup yanlılığıyla bireyler, etnik, dini, siyasi veya sosyal alanlarda aidiyet hissettikleri grupları övüp gurur duyarken; diğer görüşlere yönelik dışlama ve ayrımcılık duyguları sonucunda kutuplaşma oluşmaktadır. İç grup yanlılığı ve dış grup ayrımcılığının sonuçları, nefret söylemi ve linç olarak ortaya çıkabilmektedir.

2.2.5. Suskunluk Sarmalı

Suskunluk sarmalı kuramı, Elisabeth Noella-Neuman tarafından 1974 yılında geliştirilen kitle iletişim kuramıdır. Kurama göre insanlar, birey olarak davranış ve düşüncelerini diğerlerini gözlemleyerek şekillendirmekte ve bu doğrultuda hareket etmekte; kitle iletişim araçları ise muhalif düşüncelere yer vermeyerek hedef kitleye yalnızca egemen ideolojiyi aktarmaktadır. KİA'da yalnızca egemen ideolojinin iletilerini gören birey, toplumun genelinin aynı ideolojiye sahip olduğunu düşünerek toplum tarafından dışlanmamak veya tepki görmemek için farklı görüşlerini açıklamaz ve egemen görüşü benimsemiş gibi davranır. Bireyin kendi fikrini savunması, ancak bu fikrin toplum içinde görünür veya yaygın hale gelmesi durumunda gerçekleşecektir. Suskunluk Sarmalı Kuramı dört ana varsayıma dayanmaktadır (Neumann, 1998:234):

- Toplum, toplumun geneli tarafından uzlaşılan konularda uzlaşma dışına çıkan bireyleri toplumdaki dışlamakla tehdit eder.
- Bireyler, sürekli, genellikle bilinçsiz ve muhtemelen genetik olan bir dışlanma korkusu içindedir.

- Bireyler, dışlanma korkusundan dolayı, çevrelerinde hangi davranış ve düşüncelerin kınanıp hangilerinin onaylandığını öğrenmek amacıyla olayları ve insanları gözlemlemektedir.
- Birey, gözlem ve değerlendirmeleri sonucunda toplum içindeki davranışlarını ve özellikle düşüncelerini paylaşma ya da saklama gibi durumlarda etkilenmektedir.

Kuram bağlamında düşünüldüğünde, toplumda hâkim olan görüş ya da davranış, yasal bir dayanağa sahip olmasa bile toplum tarafından üzerinde uzlaşma sağlandığı için meşru görülmektedir. Karşıt bir fikir ortaya çıktığında ise meşru olana bir yanlışlık yapıldığı düşüncesinden hareketle verilecek tepki, linç de meşru bir zemine oturtularak haklılaştırılacaktır. Ayrıca, kitleleşmiş bir topluluk içinde yer alan bir birey, dışlanma korkusuyla hareket ederek linçi onaylamıyor ya da linçe konu olan durum ya da kişiyle ilgili tarafsız olsa dahi linç eylemine katılabilmektedir. Bunda, kitle içinde hareket eden bireyin, kitle bilincinden hareketle anonim olduğunu düşünerek sorumluluk hissinden uzaklaşmasının etkisinin olduğu söylenebilir.

Neumann, suskunluk sarmalı kuramına göre bireylerin, çevrelerindeki olay ve insanları gözlemledikten sonra, kendi düşünceleriyle toplumun genel tutumunun uyum içinde olduğuna kanaat getirmeleri durumunda hem özel hem de kamusal alandaki sohbetlere, kendilerinden emin bir şekilde katılarak düşüncelerini açıkça paylaşacaklarını savunmaktadır. Gözlem sonucunda bireyler, şayet düşüncelerinin, toplumun çoğunluğu tarafından desteklenmediğine ve azınlıkta kaldığına emin olurlarsa dikkatli davranır ve susmaya yönelir (1998:234).

Türk (2017:464), suskunluk sarmalı kuramında Neumann'ın bahsettiği gibi bireyin dışlanma ve tatmin duygusunu kaybetme korkusuyla aslında onay vermediği linç ve benzeri eylem ve söylemleri uygulamakta olduğunu veya bunlara tepkisiz kalarak sessizliği tercih ettiğini söylemektedir.

Sosyal medyada kullanıcı, herhangi bir görüşü savunma durumunda yalnız olduğu hissine ya da görüşlerini sosyal medyada paylaşması durumunda çevresinden, arkadaşlarından tepki alacağı düşüncesine sahip olursa konuyla ilgili paylaşım

yapmaktan kaçınabilmektedir. Sosyal medyada, genel kabulün dışında bireyler, kişisel farklı düşüncelerini, bağlı oldukları sanal cemaat veya gruptan dışlanma korkusuyla savunamamakta ve gittikçe suskunlaşarak görüşlerini ifade etmemeye, içerik üretmemeye ve paylaşım yapmamaya yönelerek yalnızca pasif izleyici konumuna gelebilmektedir. Sosyal suskunluk sarmalının başladığı bu süreçte, bireylerin, genel geçer görüşler dışında kalan veya bu görüşlere aykırı olan görüşlerini paylaşma, duyurma konusunda daha az istekli davranması sonucunda genelin görüşleri, daha da baskın hale gelecek ve geçerlilik ve doğruluğu konusundaki algı artacaktır. Sonuç olarak bu durum, bireyleri, pasif, edilgen kimlik yapısına sürükleyerek öz yeterlilik konusunda sorunlar yaşanmasına sebep olabilmektedir (Eraslan, 2016:34).

2.2.6. Engellenme Saldırganlık Kuramı

TDK, saldırganlık kelimesini “Bireyin kendi düşünce ve davranışlarını dıştaki direnmelere karşı, zorla karşısındakine benimsetme çabası.” olarak tanımlamıştır. Saldırganlık, fiziki anlamda bir zorlama, şiddet olabileceği gibi günümüz dijital teknolojisi kullanılarak yazılı, görsel veya işitsel içeriklerle de saldırganca tutumlar sergilenmektedir. Saldırganlığın ortaya çıkışı ile ilgili farklı açıklamalar yapılmıştır. Sosyal öğrenme kuramcıları, saldırganlığın sosyalleşmeyle öğrenilebilir bir davranış şekli olduğunu savunmaktadır. Saldırganlık kaynağının, dışsal ve çevresel nedenlerle açıklandığı sosyal öğrenme kuramının aksine (1971, akt. Hasta ve Güler,67); Dollard, Doob, Miller, Mowrer ve Sears(1998, akt. Çelik ve Otrar, 2009:103) tarafından geliştirilen Engellenme-Saldırganlık hipotezi, saldırganlık için daima bir engellenme durumunun olması zorunluluğuna dayanır. Hipoteze göre, saldırganlık, daima kişinin engellenmiş olması nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Hipotezin ortaya atılmasından kısa bir süre sonra, engellenmenin saldırganlığa neden olabilecek bir etken olduğu kabul edilirken; engellenmenin, her durumda saldırganlık doğuracağı ve saldırganlığın tek sebebinin engellenme olduğu düşüncesi kabul edilmemiştir (Well&Miller, 1993 akt. Çelik ve Otrar, 2009:103). Sonraki süreçte hipotez, Berkowitz tarafından ele alınmış ve engellenmenin, bazı koşullarda olumsuz duygular yaratarak saldırganlığı doğurduğu iddia edilmiştir (1987, akt. Çelik ve Otrar, 2009:103).

Kitleler tarafından gerçekleştirilen şiddet ve linçin temel sebebine, sosyal psikolojide yer alan Engellenme Saldırganlık kuramı açıklık getirir. Buna göre, şiddet ve linç, “biyolojik olarak ortaya çıkan sürü içgüdüsünü” tetikleyen saldırganlık dürtüsünden kaynaklanmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2006, Aktaran: Türk, 2017:471). Parker da saldırganlık dürtüsünün tatmin edilmediği takdirde vücutta biriken bu enerjinin, şiddet ve linçe dönüşerek ortaya çıkacağını söylemiştir (2007:191-206 Aktaran Türk, 2017:471). Freud, ayrıca, insanda mevcut bulunan gerek yapıcı gerek yıkıcı enerji birikimlerinde yaşanan dengesizliklerin, bu enerjiyi, küçük bir kıvılcımla linçe dönüştürebileceğini ileri sürmüştür (1998:70-74).

Berkowitz (1987, 1990 akt. Çelik ve Otrar: 2009:105), saldırganlığı düşmanca (hostile) ve araçsal (instrumental) olarak ikiye ayırmıştır. Düşmanca saldırganlık; tahriklerle tetiklenen, bir kişi, nesne ya da durumun, saldırgan tarafından sevilmemesi ya da ona karşı beslenen nefretten kaynaklanan, öfke ve düşmanlık duygularının yer aldığı saldırganlık türüdür. Buradaki temel amaç, hedefe zarar vermektir. Araçsal saldırganlıkta ise herhangi bir tahrikten etkilenim, düşmanca bir tutum ya da öfke yoktur; bir amaç için veya kişisel ihtiyaçların karşılanması için gerçekleştirilen saldırganlıktır (Aronson, Wilson&Akert, 2005, akt. Çelik ve Otrar: 2009:106) Buss (1961, akt Çelik ve Otrar: 2009:104) ise saldırganlığı; fiziksel veya sözel, aktif veya pasif, doğrudan veya dolaylı olarak üç kategoriye ayırmıştır. Vurmak, çekmek, itmek gibi eylemler fiziksel saldırganlık; sözel iletişim yolu kullanılarak karşıdaki kişiye psikolojik olarak zarar vermek, incitmek sözel saldırganlık olarak ifade edilmektedir. Aktif saldırganlıkta, kurbanı zarar vermek, acı çektirmek için eylemde bulunulurken; pasif saldırganlıkta, kişiye aktif olarak zarar vermek yerine, amacına ulaşmasına engel olunmaktadır. Son olarak doğrudan saldırganlıkta; kişiyi kışkırtıcı, öfkelendirici uyaranlar, doğrudan kişiye gönderilirken; dolaylı saldırganlıkta, kişiye zarar verici uyaranlar, dolaylı yollardan gönderilmektedir (Walke&Richardson, 1998 akt. Çelik ve Otrar: 2009:105).

Sosyal medyada, fiziki saldırganlık davranışının olması mümkün olmasa da sosyal ağlarda günümüzde, psikolojik saldırganlık davranışı yüksek düzeyde sergilenmektedir. İnsanlar, farklı kategori ve şekillerde dijital ortamda saldırganca tutumlara maruz kalmaktadır (Eraslan, 2016:43). Engellenme-saldırganlık

kuramından hareketle birey, gerçek dünyada yaşadığı problemlerin vermiş olduğu yükü hafifletebilmek veya diğerlerinin sahip olduğu fakat kendisinin sahip olamadığı şeylerin suçlusu olarak gördüğü diğerlerinden hıncını alabilmek gibi farklı motivasyonlarla, sanal ortamın sağlamış olduğu rahatlık ve aynı konu üzerinde birleşen sanal kalabalıktan alınan güçle sosyal linçlere dahil olabilmektedir. Bu, kimi zaman anonim kullanıcı hesapları, kimi zaman doğrudan kişisel hesaplar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

2.2.7. Nefret Söylemi ve Sanal Linç İlişkisi

Nefret söylemi, sanal dünyada linç konusu incelenirken değinilmesi gereken konulardan biridir. Hakaret, aşağılama, dalga geçme, kırıcı sözler, sanal linçin içeriğinde barındırdığı unsurlardır. Bunun yanı sıra, kişilerde, psikolojik olarak olumsuz etki yaratan ve sadece kişiyle kalmayarak kişinin sahip olduğu birtakım özellikler nedeniyle o özelliğe sahip tüm bireyleri kapsayan topluluğu baz alan söylemler mevcuttur. Bunlar, nefret söylemi olarak nitelendirilmektedir. Nefret söylemi, sanal linçle bağlantılı bir konudur ve dolayısıyla çalışma açısından önemlidir.

Yeni medya içerikleri, çoğunlukla kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır. Yeni medyanın bu yapısı, toplumun temsil edilebilmesi bakımından geleneksel medyaya oranla daha avantajlı konumdadır. Yeni medyada, en uç örneğinden en sıradan herhangi bir vatandaşa kadar paylaşılan her türlü görüş, ifade, deneyim, tutum, gözlem vb. birçok farklı içeriğe ulaşmak mümkündür. Bu ortamda, geleneksel medyanın yansıtmış olduğu egemen ideolojiye ilişkin izlerle de karşılaşmaktadır. Bu doğrultuda ele alındığında, nefret söylemi yeni medyada yaratılmamaktadır. Nefret söylemi; kültürel, siyasal ve/veya sosyal yapısı, tarihi, gelenek ve görenekleri doğrultusunda toplumun kendisi tarafından üretilmektedir. Yeni medyanın buradaki payı, söz konusu söylemlerin kolayca yayılmasına imkân tanıyan mecralara sahip olması ve sürekli gelişen teknolojiyle birlikte bu mecraların olanaklarının artıyor olmasıdır (Vardal, 2015:140,145).

Yeni medyada kullanıcılar, sosyal medya platformları veya haber sitelerinin kullanıcı yorumları kısmında düşüncelerini paylaşarak görüş alışverişinde

bulunmaktadır. Kimi zaman, mevcut konu hakkında kullanıcılar arasında yaşanan tartışmaların tamamen farklı konulara kaydığı da görülmektedir (Vardal, 2015:141). Kullanıcılar, sanal toplulukların sağlamış olduğu kitle psikolojisiyle hareket ederek bir kutuplaşma ortamı üzerinden, kendi görüşleri dışındaki diğer görüş sahiplerine hakaret mesajları göndermekte ve böylece onları, sanal linçe konu edebilmektedir. Haber sitelerinde yer alan haberlerin sosyal medya ortamında paylaşılabilmesiyle kullanıcılar, bu içeriklere yorumlar yapabilmektedir. Çoğunlukla bir konuda oluşturulan bir nefret söylemi, farklı nefret söylemleriyle desteklenerek aynı yorumda birden fazla alanda nefret söyleminin kullanıldığı görülmektedir (Türk, 2017:478).

Yeni medyada oluşturulan ve dolaşıma sokulan nefret söylemleriyle ilgili tehlikeli olabilecek nokta ise aşırı ve uç görüşlerde olmayan bireylerin, farkında olmadan nefret söylemini içselleştirmesi hususudur. Toplumsal hayatın neredeyse her alanında hissettirilen bireyin bir gruba ait olma ihtiyacı, yeni medyada da kendini göstermekte ve birey, grup aidiyetini diğerini ötekileştirmek zorunda kalarak göstermektedir. Nefret söylemi içerikli paylaşımlar, bir süre sonra kullanıcılar tarafından normalleştirilerek kabul edilebilir bir görünüm kazanmaktadır. Yeni medyanın nefret söylemi içeriklerini üretme ve paylaşımına sokma konusundaki olumsuz etkisine rağmen aynı özellikler, nefret söylemiyle mücadele için etkin bir araç olabilecek kapasitedir. Nefret söylemi içerikleri ve haber sayfalarının kullanıcı yorumlarına bakıldığında her ne kadar çok fazla olmasa da bu tarz içeriklere yönelik bir farkındalığın oluştuğu ve bu yorumların nefret söylemine karşı farkındalığı artırıcı bir etkide olduğu görülmektedir (Vardal, 2015:141-142).

“Ülkemizde ekonomik ya da toplumsal anlamda görülen olumsuz gelişmeler çoğu zaman siyasi ikiliği ortaya çıkaran nefret söylemlerini de beraberinde getirmektedir. Özellikle Suriyeli göçmenlere ilişkin haberlerin de kullanıcılar tarafından ekonomik açıdan değerlendirildiği; göçmenlere yönelik nefretin hükümete ve hükümete oy veren kişilere yönelik siyasal nefretle birleştiği görülmektedir. Türkiye açısından baktığımızda yeni medya, Cumhuriyetin ilanından itibaren var olan; laiklik ve İslam dini çerçevesinde tartışılan ikiliğin yaygınlaşması ve keskinleşmesi açısından etkin bir alan olmuştur. Siyasi görüşler çerçevesinde gerek sosyal medyada gerekse haber sitelerinde yapılan paylaşım ile kullanıcı yorumları çoğu zaman karşılıklı ağır hakaretler ve ithamlar içermektedir. Mizah duygusunun da ön plana çıkarılmasıyla paylaşım oranı artan bu içerikler, nefret söyleminin taşıyıcısı olarak işlev görmektedir; her yaş grubundan, cinsiyetten, eğitimden ve meslek grubundan kişiler tarafından kolaylıkla içselleştirilmekte ve paylaşılmaktadır. Benzer şekilde, din de

özellikle sosyal medyada kişisel bir vicdan ve inanç meselesi dışında siyasi kimlik çerçevesinde değerlendirilmektedir.” (Vardal, 2015:153)

Nefret söylemi hakkında uluslararası alanda tam anlamıyla uzlaşılmış ve hukuki bir belge niteliğinde bağlayıcı bir tanım bulunmamaktadır (Karan, 2013:95). Konuyla ilgili Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu’nda 1997 yılında alınan kararda, nefret söylemi şu şekilde tanımlanmaktadır: “İrkçi nefret, yabancı düşmanlığı, antisemitizm⁷ ve hoşgörüsüzlük temelli diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her türlü ifade biçimidir.” (Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu, Bakan Yardımcıları Kurulu Tavsiye Kararı No. R (97) 20 akt. İnceoğlu, 2013:79). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi de konuyla ilgili bu tavsiye kararına gönderme yaparak nefret söylemini, “demokratik bir toplumda hoşgörüsüzlüğe tahrik eden, hoşgörüsüzlüğü yayan, savunan veya mazur gösteren her türlü ifade” şeklinde tanımlamıştır⁸ (Karan, 2013:95). Nefret söylemi, ırk, din, cinsiyet, etnik köken, milliyet, cinsel yönelim veya engellilik durumu gibi faktörlere yönelik önyargılı, ayrımcı ve iyi niyet beslemeden takınılan bir tutumu ifade etmektedir. Nefret söylemiyle birey veya hedefteki grup ötekileştirilerek aşağılanmaktadır.

Nefret söylemi; düşüncesi veya etnik, cinsel, dinsel ya da sahip olduğu herhangi bir kimlik ve grup aidiyeti farklı olan bireylerin susmasına, sessizleşerek içe kapanmasına ve görünmez olmasına neden olabilmektedir (Çomu, 2012:118). Elisabeth Noelle-Neumann’ın oluşturduğu suskunluk sarmalı kuramıyla düşünüldüğünde, medya metinlerinde yer alan nefret söylemi içeriklerinin, toplumdaki farklı görüşleri baskıladığı söylenebilmektedir (Maigret, 2011:255-7 akt. Çomu, 2012:118). Medyada nefret söylemlerine maruz kalan bireyler veya görüşler, “istenmeyen” olarak duyurulmakta; bireyler, görecekleleri tepki ve nefret söylemlerinden kendilerini koruyabilmek için sessizleşerek toplumda geri planda durabilmektedir. Yani hâkim görüş tarafından üretilen nefret söylemleri, azınlıkta kalanların sessiz kalmasına, farklı görüşlerin ve yaşam tarzlarının, toplumda kendilerine yer bulamamalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla nefret söylemi,

⁷ Yahudi Düşmanlığı.

⁸ AİHM, Gündüz/Turkey, Appl. No: 35071/97, 14.06.2004, p. 40

toplumu tek tipleşmeye götüren araçlardan biri haline gelebilmektedir (Çomu, 2012:118).

Herhangi bir söylemin nefret söylemi olarak değerlendirilebilmesi için belirli bir gruba yönelik medeni ve siyasi hak ve özgürlüklerin hedef alınmıyor olması gerekmektedir. Söz konusu söylemlerin, devlet, siyasal sistem, siyasi kurum, tüzel kişi veya sembollere yönelik olması durumunda bu ifadeler nefret söylemi olarak değerlendirilmemektedir (Yüksek, 2016:132, akt. Gül ve Çakan, 2018: 475).

Nefret söyleminin temelinde ırkçılık, yabancı korkusu/düşmanlığı, cinsiyetçilik, homofobi, ayrımcılık, tarafsızlık ve önyargı vardır. Kültürel kimlik, grup özellikleri gibi faktörler nefret söylemini etkilerken; yükselen milliyetçilik, farklı olana tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlüğün hâkim olduğu koşullarda nefret dili ve nefret söyleminin etkisi daha ciddi şekilde ortaya çıkacaktır (nefretsoylemi.org, 2018).

“Nefret söyleminin ortaya çıkması, daha önce de tartışıldığı gibi dilsel pratikler üzerinden gerçekleşebilmektedir. Bu dilsel pratikler, kaba, sert, kışkırtıcı, küfürlü, küçümseyici, argo, alaycı, kural dışı ya da sıra dışı, saldırgan, ayrımcı, öfkeli, kızgın ve etiketleyici sözcük kullanımlarını içermektedir. Bu sözcük kullanımlarının altında yatan temel unsur ötekileştirme değildir. Ötekileştirme ile “öteki” addedileni tanımlayabilmek için “öteki olmayan”ı yani “biz” olanı tanımlamak gerekmektedir. “Biz”; “Türk”, “erkek”, “heteroseksüel”, “Müslüman”, “Sünni” olarak tanımlandığında, “ötekiler”in de kimler olduğu rahatlıkla ortaya çıkmaktadır.” (Somay, 2004:31 akt. Çomu, 2010:117).

Görmüş’e göre, Türkiye’de siyasi mücadele, karşıt fikirlere sahip olan tarafların birbirlerine olan tahammülsüzlüğü ve karşıt görüştekiler tarafından yok edilmek istenildiklerine dair olan inanç, düşmanca bir kutuplaşma ve mücadeleye dönmüştür. Bu noktada, geleneksel medya gibi sosyal medyada da siyasi mücadelenin bir savaşa dönüştüğünden bahsedilebilir (2015:20). Siyasi mücadele açısından bir savaş meydanı olarak nitelendirilebilecek bir alan olan sosyal medyada da karşılaşılan nefret söylemi, ötekine yönelik saldırganlık ve düşmanlık hislerinin kuvvetlendirilmesine sebep olan siyasal ve toplumsal kültürün bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (akt. Türk, 2017:479).

Nefret söylemi ve düşünce özgürlüğüne ilişkin, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin 1967 yılındaki 'Handyside United Kingdom' kararında "ifade özgürlüğü sadece hoş giden veya zararsız ya da tepki yaratmaz sayılan haber veya fikirler için değil, fakat devlete veya halkın bir kısmına ters düşen, şoke eden ya da üzüntüye sevk edenler için de geçerlidir." şeklinde bir ibare yer almaktadır. Keyman'a göre (2013:11), Türkiye'de nefret söylemi ve suçu, demokratikleşme ve birlikte yaşama kültürünün gelişmesi ve pekişmesi sürecindeki en önemli engellerden biridir. Ona göre; Türkiye, küreselleşme, kentleşme ve iktisadi olarak gelişme sağladıkça çoğulcu toplum yapısı daha da belirgin hale gelmekte ve böylelikle nefret söyleminin hedef kitleler üzerindeki etkisi ve gücü daha net görülmektedir.

Nefret söylemi, genel olarak bakıldığında altı ana başlık altında incelenebilir (Binark ve Çomu, 2012:p.4): Siyasal bir düşünce ve bu düşüncenin savunucularının ve takipçilerinin hedef alındığı siyasal nefret söylemi; temelde, cinsiyetçi ifadelerin kullanılarak kadın konumunun ikincilleştirildiği ve aşağılandığı kadınlara yönelik nefret söylemi; ırkçılıktan beslenen, farklı etnik grupların, toplumda kaygı ve korku kaynağı görülerek düşman gibi algılanması sonucunda ortaya çıkan yabancılara, göçmenlere yönelik nefret söylemi; heteroseksüel cinsel kimlik haricindeki gey, transseksüel, lezbiyen, biseksüel, transseksüel, travesti gibi cinsel kimliklerin hedef alındığı cinsel kimlik temelli nefret söylemi; toplumda hakim olmayan farklı din ve mezheplere yönelik dışlama ve hoşgörüsüzlükten kaynaklanan inanç ve mezhep temelli nefret söylemi; fiziksel engeli bulunan veya çeşitli hastalıklara sahip bireylere karşı, bu durumlarından dolayı üretilen, kaynağının sosyal veya/ve ekonomik olabileceği gibi bunlardan bağımsız da olabilecek nefret söylemi.

Uluslararası Hrant Dink Vakfı, nefret söylemine ilişkin kapsamlı çalışmalar yapmaktadır. Vakıf, bu doğrultuda, nefret söylemi konusunda uluslararası bilimsel çalışmalar ve Türkiye'nin dil ve kültür farklılıkları dikkate alınarak nefret kategorileri belirlemiştir. Bunlar (Engindeniz, 2013:3):

- Abartma/Yükleme/Çarpıtma: Herhangi bir kişi ya da olaydan hareketle, bir topluluğa yönelik yapılan genellemeler, olumsuz atıf içeren söylemler.

- Küfür/Hakaret/Aşağılama: Herhangi bir topluluk hakkında doğrudan hakaret veya küfür ve aşağılama içeren söylemler.
- Düşmanlık Savaş Söylemi: Karşıt olarak görülen bir toplulukla ilgili düşmanca, savaşı çağrıştıran ifadeler içeren söylemler.
- Doğal kimlik ögesini nefret aşağılama unsuru olarak kullanma/Simgeleştirme: Kişinin sahip olduğu doğal kimlik ögesinin, aşağılama ve nefret unsuru olarak kullanılması ve simgeleştirildiği söylemler.

2.2.7.1.Sosyal Kimlik Kuramı

Sosyal kimlik kuramına göre, sosyal sınıflandırma, insanların sosyal çevresini anlamasına yardımcı olmakta ve insan davranışlarına, özellikle de gruplar arası davranışlara rehberlik etmektedir (Tajfel, 1978b:45; Bilgin, 1996:98 Aktaran: Demirtaş, 2003:134). Sosyal sınıflandırma neticesinde, bireyler, kendilerini ait hissettikleri grup içindeki benzerlikleri ve gruplarıyla diğer gruplar arasındaki farklılıkları abartmaktadırlar. Olumlu bir kimlik arayışında olan bireyler, diğer gruplarla sosyal karşılaştırma yapmaktadır. Böylece, sosyal karşılaştırma ile birey, kendini ve çevresindekileri, inançlarını ve diğerlerine göre kendisinin dünyaya bakışının ne olduğu hakkında fikir edinebilmektedir. Bireyler, kendi grupları adına olumlu sonuç çıkarma ve benlik saygısını yükseltme güdüsüyle hareket ediyor olmaları nedeniyle, ait oldukları gruplar ile diğerleri arasında yaptıkları karşılaştırma sonucunda, kendi gruplarını diğerlerinden üstün görerek kayırırken diğerlerini, küçümsemektedir. Ait olunan grubu üstün görmek ve kayırma durumuna iç grup kayırmacılığı denilmektedir (Demirtaş, 2003:134-135). Topluluk üyelerinde oluşan iç grup yanlılığı, katı kalıpyargıların oluşmasına neden olabilmekte; üyenin kendi grubuna sadakat, bağlılığı ve güveni artarken dış gruba yönelik olumsuz düşünce ve duygularla düşmanlık hisleri güçlenebilmektedir. Bu, gruplar arası çatışmaların artmasına neden olabilmektedir (Michener vd., 1990:430 Aktaran: Demirtaş, 2003:136). Gruplararası çatışma ortamı ve düşmanca hislerle tehdit hissine kapılan grup ya da topluluk, günah keçisi seçilerek linçe konu edilebilmektedir. Gerek fiziki dünyada gerekse fiziki dünyadan taşınan kültürel kodların mevcut olduğu sanal dünyada “öteki”ne yönelik düşmanlık duygusunun 3 temel etkenden kaynaklandığı söylenebilir (Taylor vd., 2010:179-184 akt. Türk, 2018):

- **Kalıpyargılar:** Toplumsal bir gruba ilişkin yargı ve inançları içermektedir. Sosyal gruplamaya göre; bireyler, bir gruba ait özelliklere sahip oldukları zaman o grubun bir üyesi olarak tanımlanmaktadır. Benzer belirli özelliklerden dolayı bireyin ait olduğu düşünülen grup içindeki tüm bireylerin tamamen benzer yapıda olduğu gibi bir yanlış algı söz konusu olabilmektedir. Grup üyelerinin sahip olduğu çeşitlilik göz ardı edilir. Gruplama neticesinde, gruplara ilişkin kalıp yargılar ve beklentiler oluşmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2010:274-275). Kalıp yargılarla, grup üyesinin sahip olduğu özelliğe, aynı grubun diğer üyelerinin de sahip olduğu düşünülür. Yani, olumsuz bir durum yaşanan biri ile herhangi bir konuda aynı ortak özelliğe sahip olan ve hakkında herhangi bir şey bilinmeyen kişinin otomatik olarak aynı olumsuz özelliklere sahip olduğu inancıyla hareket edilmektedir.
- **Önyargılar:** İki temel bileşeni vardır: Bir gruba yönelik temelsiz bir inanç veya fikir olarak açıklanan kalıpyargılar ve ona eşlik eden duygulanım (Quillian, 2006 akt. Paker, 2011:1). Önyargının bilişsel bir parçası olan kalıpyargı, şablonvari, genelgeçer inançları içermektedir. Kalıpyargıya bir duygulanım eşlik ederse -ki bu duygulanım genellikle olumsuzdur- önyargı oluşur. Önyargı, eksik veya hatalı bir yargılama neticesinde oluşarak bir gruba ve o grubun üyelerine yönelik çoğunlukla olumsuz bir tutum takınılması olarak tanımlanmaktadır (Fiske 1998; Jones 1997; Nelson; 2002, Aktaran: Paker, 2011:1)
- **Ayrımcılık:** Önyargıdaki tutum zihinsel bir olguyken burada gözlemlenebilir davranışlar söz konusudur. Bir insana ya da gruba, belli bir özelliği sebebiyle eşitsiz/farklı davranılması ayrımcılıktır (National Research Council 2004, akt. Paker, 2011:1). Ayrımcılık pozitif anlamda da kullanılabileceği gibi genellikle olumsuz olarak yapılmaktadır.

“Bir insan grubu (örneğin Türkler, Kürtler, Almanlar, Kayserililer, kadınlar vb.) bir sıfatla (örneğin ilkel, vahşi, iğrenç, pis, aptal, kurnaz, zeki, akıllı vb.) tanımlanır. Bu, aşırı genellemeye dayanan, temelsiz bir kalıpyargıdır. Bu kalıpyargıya, duruma göre olumsuz (korku, kaygı, iğrenti, hoşlanmama, antipati, nefret vb.) veya olumlu (beğeni, sempati, hoşnutluk vb.) duygular eşlik ettiğinde, örneğin “Kürtler ilkeldir ve onlardan nefret ediyorum” veya “Türkler akıllıdır ve onları seviyorum” gibi önyargılarımız olabilir. Önyargısal tutumlarımız kimi zaman açık, ama çoğu zaman örtük (yarı-bilinçli ya da bilinçdışı) durumdadır. Örnekten devam edersek, “Kürtler

ilkelse ve onlardan nefret ediyorsam, bir insana sırf Kürt olduğu için çeşitli derecelerde ayrımcılık uygulayabilirim. Örneğin, Kürtlerle arkadaş/sevgili/eş/komşu olmak istemem, Kürtleri işe almam, onları aşağılarım, uzak durmalarını isterim, kendimle eşit görmem, hakları olduğunu düşünmem, vb.” Tehdit algısının iyice yükseldiği durumlarda ise bu ayrımcılık Kürtlere, sırf Kürt oldukları için şiddet uygulamaya kadar gidebilir.” (Paker 2006).

Foucault (2003:216), “Her toplumun toplum olarak işleyebilmesi için bazı bireyleri, bazı tavırları, bazı yönleri, bazı durumları, bazı karakterleri kendi alanı ve sistemi dışında bırakan bir dizi zorunluluk parçasına ayrılması koşuldur.” demektedir. Günümüzde en yaygın önyargılar; milliyetçilik, ırkçılık, cinsiyetçilik ve homofobidir. Paker (2011), önyargı ve ayrımcılığın gerek kişilerarası gerek toplumsal anlamda çatışma ve barış dinamikleri için merkezi önemde fenomenler olduğunu söyler.

2.3. SOSYAL MEDYADA LİNÇİN HUKUKİ BOYUTU

Gerçek hayatta yaşanan linç olaylarının hukuki boyutuna bakıldığında linçin Türk Ceza Kanunu’na göre suç olarak tanımlanmadığı ve alternatif normlar üzerinden yargılandığı görülmektedir. Linç suçları cezalandırılırken; “soykırım, insanlığa karşı işlenen suçlar, kasten yaralama, kasten öldürme, halkı kin ve düşmanlığa tahrik ve aşağılama” suçlarına yönelik düzenlemeler bulunan. TCK m. 76, m. 77, m. 81, m.87, m.216’dan yararlanılmaktadır. İnternet ve sosyal medyada gerçekleşen linçler için ise Türk Ceza Kanunu’nda doğrudan herhangi bir madde ya da düzenleme henüz yer almamaktadır. Bundan dolayı yine alternatif normlarla yargılama yapılmaktadır. Yukarıda bahsedilen maddelerin yanı sıra madde 84 ve madde 125 de linçlerle ilgili yargılamalarda kullanılmaktadır. Bunlar, hakaret ve intihara yönlendirme gibi suçları düzenleyen maddelerdir (Sinkil, ty: p.13).

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, bireylerin temel haklarından biri olan ifade özgürlüğüne güvence sağlayan uluslararası belgelerden biridir. Sözleşmenin 10. maddesinin 1. fıkrasına göre: “*Herkes ifade özgürlüğü hakkına sahiptir. Bu hak, kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ülke sınırları gözetilmeksizin, kanaat özgürlüğünü ve haber ve görüş alma ve de verme özgürlüğünü de kapsar...*” Ancak bazı durumlarda ifade özgürlüğü sınırlandırılabilir. Görev ve sorumluluk yükleyen

ifade özgürlüğünün kullanımının sınırlandırılmasıyla ilgili metin, sözleşmenin 10. maddesinin 2. fıkrasında yer almaktadır (Gül ve Çakan, 2018:367):

“...Yasayla öngörülen ve demokratik bir toplumda ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu güvenliğinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması, gizli bilgilerin yayılmasının önlenmesi veya yargı erkinin yetki ve tarafsızlığının güvence altına alınması için gerekli olan bazı formaliteler, koşullar, sınırlamalar veya yaptırımlara tabi tutulabilir.”

İfade özgürlüğü, yani kişinin herhangi bir konuda düşüncesini açıklayabilme ve yayma özgürlüğü sınırsız bir özgürlük değildir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, herhangi bir ifade biçiminin yazılı, sözlü veya çizili şekilde olsun, içeriğin muhataplarını ya da çevreyi *şok edici, kızdırıcı, tiksindirici, rahatsız edici* şekilde etki bırakabilecek tarzda olabileceğini ancak asla cebir (zor kullanma) ve şiddeti teşvik ve destekleme, telkin ve tahrik edici, şiddet kullanımını öven ve şiddete yöneltici bir nitelikte olamayacağını vurgulamıştır (Gül ve Çakan, 2018:403).

Sosyal medyada işlenen suçlardan biri olan Hakaret Suçu, Türk Ceza Kanunu madde 125’te; “*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 saldırmak*” şeklinde düzenlenmiştir. Sosyal medyada işlenen bir diğer suç da tehdit suçudur. Gerek hakaret gerek tehdit suçunu sosyal medya veya internet özelinde düzenleyen herhangi bir madde bulunmadığı için bu mecralarda işlenen suçlar da klasik olarak normalde işlendiğinde hüküm verilen TCK maddelerince cezalandırılmaktadır. Tehdit suçu, TCK’nın 106. maddesinde “*Bir başkasını, kendisinin veya yakınının hayatına, vücut veya cinsel dokunulmazlığına yönelik bir saldırı gerçekleştireceğinden bahisle tehdit etmek*” olarak düzenlenmiştir. Fakat burada şöyle bir durum söz konusudur ki sosyal medyada tehdit suçunun, failin kendisini tanınmayacak bir şekle sokarak işlemesi durumunda örneğin sahte bir sosyal medya hesabı kullanarak bir kişiye ölüm tehdidinde bulunması halinde, bu eylem imzasız bir mektup gibi değerlendirilerek ceza, TCK m. 106/2(b)’deki “*Kişinin kendisini tanınmayacak bir hâle koyması suretiyle...*” işlenmiş olması üzerinden değerlendirilerek ağırlaştırılacaktır (Özocak, 2013:8).

TCK'nin 134. maddesinde de *“Kişilerin özel hayatının gizliliğini ihlâl eden kimse, altı aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılır... Kişilerin özel hayatına ilişkin görüntü veya sesleri ifşa eden kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.”* ifadesiyle özel hayatın gizliliğini ihlal suçu düzenlenmiştir. İnternet ortamında, bir kişinin özel hayatına ilişkin özel bilgilerin ya da bir kişiye ait özel görüşmelerin yayınlanması, özel hayatın gizliliğini ihlal suçunu oluşturacak ve fail bu madde üzerinden yargılanacaktır. Yine iki kişi arasında gerçekleşen haberleşmenin bir tarafın rızası olmadan diğer kişi tarafından ifşa edilmesi de suç olarak düzenlenmiştir. Bu durumda fail TCK m. 132/3 üzerinden cezalandırılacaktır. İki kişi arasındaki haberleşmeye ait içeriklerin kişilerin rızası olmadan üçüncü bir kişi tarafından paylaşılması da suç olarak düzenlenmiştir. Kişisel verilerin hukuka aykırı olarak kaydedilmesi ve yayılması suçu TCK madde 135'te *“Hukuka aykırı olarak kişisel verileri kaydeden kimseye altı aydan üç yıla kadar hapis cezası verilir. Kişilerin siyasî, felsefî veya dinî görüşlerine, ırkî kökenlerine; hukuka aykırı olarak ahlâkî eğilimlerine, cinsel yaşamlarına, sağlık durumlarına veya sendikal bağlantılarına ilişkin bilgileri kişisel veri olarak kaydeden kimse, yukarıdaki fıkra hükmüne göre cezalandırılır”*; TCK madde 136'da ise *“Kişisel verileri, hukuka aykırı olarak bir başkasına veren, yayan veya ele geçiren kişi, bir yıldan dört yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır”* şeklinde düzenlenmiştir. İlk maddede kayıt fiili aranırken; ikinci maddede bu fiil şartı aranmamıştır. Bu maddelerle ilintili olarak sosyal medyada kişilerin kimlik bilgileri, fotoğrafları, cep telefonu numaraları gibi kişisel verilerinin rızaları olmaksızın kaydedilmesi veya yayılması bu suçları oluşturmaktadır. Ancak burada şöyle bir durum vardır ki kişilerin sosyal medya hesaplarında herkesin görebileceği şekilde fotoğraf veya diğer kişisel verilerini kendileri yayınladığından bunların kaydedilmesi TCK madde 135'e göre suç teşkil etmeyecektir. Fakat bu bilgileri paylaşırken gösterdikleri rıza, ilgili verilerin yayılmasını kapsamadığından, bu bilgilerin kaydedilmesi sonrası sahibinin rızası olmaksızın paylaşılması madde 136'ya göre *“kişisel verilerin hukuka aykırı yayılması”* suçunu oluşturacaktır. Bununla ilişkili olarak sosyal medya platformlarından sıklıkla karşılaşılan eylemlerden biri de başkalarının adına hesap açmaktır. Eğer bir kimsenin fotoğrafı veya ayırt edici bilgileri kullanılarak o kişi adına bir sosyal medya hesabı açılırsa fail yine aynı maddeye göre aynı suç üzerinden sorumlu olacak ve yargılanacaktır (Özocak, 2013:8-11).

TCK 105. maddesinde cinsel taciz suçu düzenlenmiştir. Cinsel taciz suçu, sosyal medyada sıklıkla işlenen suçlardan biri olarak değerlendirilebilir. Cinsel taciz suçunu düzenleyen maddede suç için fiziksel temas şartı aranmamış failin mağduru “cinsel amaçlı olarak taciz etmek” fiili yeterli görülmüştür. Dolayısıyla, sosyal medya aracılığıyla birine cinsel amaçla cinsel içerikli görseller gönderme veya cinsel içerikli sözler söyleme eylemleri ilgili madde üzerinden değerlendirilerek suç oluşturacaktır (Özocak, 2013:11).

Gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan yeni sorunlardan biri olduğu ve henüz sonuçlarının tam olarak kestirilememesinden ve farklı somut örneklerle karşılaşılmasından dolayı, sanal linçin hukuki karşılığı tam olarak saptanamamaktadır (Sinkil, ty: p.14). Bu nedenle sanal linçle ilintili olabilecek ve Türk Ceza Kanunu’ndaki bazı suçların yorumlanması ile yargılama yolu açık olan suçlara ilişkin bilgilere değinilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SOSYAL MEDYADA LİNÇ OLGUSU: GENÇLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde çalışmanın amacı, önemi ve kullanılan yöntemler hakkında bilgi verilmekte; konu kapsamında oluşturulan anket formundan elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilmektedir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Linç, sosyal medyada ortaya çıkan formuyla son zamanlarda sıklıkla gündeme gelen ve gittikçe popülerleşen konulardan biri haline gelmiştir. Bu çalışmada, sosyal medyadaki sanal linç, gençlerin bakış açısının ortaya konulması amaçlanmıştır.

İnternet ve sosyal medyanın özellikle gençler tarafından yoğun olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, gençlerin toplumu yönlendirecek ve toplumun gelişiminde rol alacak bireyler olmasından dolayı bu konuya bakış açılarının ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Nefret söylemi ve linç benzeri kültürler, içinde yaşanan toplumun değerleriyle oluşmaktadır. Genç bireyler, toplumun gelişiminde, ilerlemesinde, dönüşümünde önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla, kültürlerin nesilden nesile aktarımıyla linç ve benzeri kültürlerin yeni nesillere taşınmasında bilinçli bir duruş sergilemeleri önem arz etmektedir. Gençlerin büyük bir kesiminin aktif sosyal medya kullanıcısı olması, onların sosyal medyadaki linç yönelik etkinlikleri ve bakış açılarının ortaya konulması, sanal linçlerin önlenmesi sürecinde var olan eksikliklerin giderilmesinde yararlı bir kaynak olabilir. Bu noktada, son zamanlarda görünürlüğü oldukça artan sanal linçle ilgili bilimsel anlamda içerik çözümlenmeleri dışında yapılan pek fazla alan araştırması çalışmasının olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Araştırma kapsamında her ne kadar gençlerin sanal linçe bakış açılarının ortaya konulması amacıyla bir durum tespit çalışması yapılmak istense de erişim ve zaman sebebiyle Türkiye’de yaşayan tüm gençlere erişimin sağlanması söz konusu olamamaktadır. Zaman ve erişim kısıtlaması nedeniyle anket çalışması, 413 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle çalışmadan çıkan sonuçların Türkiye’de yaşayan tüm gençlere oranlanabilmesi mümkün değildir.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de yaşayan 19-40 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. İnternet ortamında yapılan anket çalışması için basit tesadüfi örneklem kullanılmıştır. Bu örnekleme, “Bir örnek kütlenin bir ana küleden tesadüfi olarak seçilmesi, seçim işleminin kasten veya kazara, örnek içindeki belirli bir birimin lehine olmadığı anlamına gelir.” Belirlenen evrendeki her eleman, ‘eşit’ ve ‘bağımsız’ seçilme şansına sahiptir. Birinin seçilmesi, diğerinin seçilmesine engel değildir ve etki etmemektedir. 1000 kişilik bir evrende, 200 kişilik bir örnek için 1000 kişinin isminin bir torbaya konularak rastgele 200 tanesinin seçilmesi örneği bu duruma örnek olarak verilebilir (Doruk, t.y.:s.y.).

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma kapsamında ilk olarak literatür taraması yapılmıştır. Toplanan veriler analiz edilerek çalışmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Belirlenen kuramsal çerçeve doğrultusunda alan araştırması yapılmıştır.

Araştırma çerçevesinde, sosyal linçe yönelik 19-40 yaş arası bireylerin bakış açılarının ortaya konulabilmesi için anket yönteminden yararlanılmasına karar verilmiştir. Normal şartlarda, Kocaeli Üniversitesi öğrencilerine uygulanması planlanan anket, yüz yüze eğitimin Covid-19 salgını nedeniyle kesintiye uğramasından dolayı çevrim içi platformlar aracılığıyla uygulamaya konulmuştur. Bu doğrultuda, anket soruları Google Formlar üzerinden uygun forma dönüştürülerek paylaşımına hazır

hale getirilmiştir. Anket linki, 22 Aralık 2020-13 Ocak 2021 tarihleri arasında Facebook'ta akademik çalışma için oluşturulmuş üniversite öğrencilerinin yer aldığı çeşitli gruplarda, çeşitli WhatsApp gruplarında, çeşitli Instagram ve Twitter hesaplarında paylaşarak katılımcılara yönlendirilmiş ve ilgili veriler elde edilmiştir.

Anket soruları, Kişisel Bilgi Formu dışında 6 bölümden ve 31 sorudan oluşmaktadır. Kişisel Bilgi Formu, yaş, cinsiyet ve eğitim durumu sorularından oluşmaktadır. Sorular hem literatür taraması ve daha önce konuya ilişkin yapılmış çalışmalar hem de mevcut gözlemlenen sorunlar göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Anket formu oluşturulduktan sonra soruların anlaşılabilirliğinin teyit edilmesi için anket formu farklı kişilere uygulanmış ve bu doğrultuda çeşitli düzenlemeler yapılarak anlaşılır olmasına önem verilmiştir. Anket sorularının bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından uygunluğu, Kocaeli Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu tarafından 17/12/2020 tarih ve 2020/14 No.lu toplantıda alınan 11 sıra sayılı kararla oy birliği ile onaylanmıştır.

Veriler, IBM SPSS v23 ile analiz edilmiştir. Normal dağılıma uygunluk Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri ile incelenmiştir. Gruplara göre kategorik verilerin karşılaştırılmasında Ki-kare testi kullanılmıştır. Gruplara göre normal dağılmayan verilerin karşılaştırılmasında Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Analiz sonuçları nicel veriler ortanca (minimum – maksimum) şeklinde kategorik veriler frekans (yüzde) olarak sunulmuştur. Önem düzeyi $p < 0,050$ olarak alınmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırma, ana varsayımlar ve alt varsayımlardan oluşmaktadır:

Hipotez 1- Katılımcılar, sosyal medyada tepki görmekten korktukları için düşüncelerini sosyal medya uygulamalarında açıklamaktan çekinmektedir.

- Katılımcılar, sosyal medyada özellikle siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinmektedir.

Hipotez 2- Katılımcılar, ünlü isimlerin, toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşım yapmasını zorunluluk olarak görmemektedir.

Hipotez 3- Kullanıcılar, sosyal ağlara düşmemek ve bu mecralarda linçe uğramamak için gerçek hayattaki davranışlarına özen göstermektedir.

Hipotez 4- Katılımcılar, sosyal medyada linçin ana platformunun Twitter olarak görmektedir.

Hipotez 5- Sosyal medyada çoğunluğun kendileriyle aynı düşüncelere sahip olduğunu bilmeleri, katılımcıların, ilgili fikir ve görüşlerini sosyal medyada rahatça paylaşması üzerinde etkili değildir.

Hipotez 6- Sosyal medyada eleştirilerden etkilenme düzeyi, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

- Sosyal medya eleştirilerinden kadınlar, erkeklere oranla daha çok etkilenmektedir.

Hipotez 7- İnsanların sosyal medyada herhangi biri hakkında yorum yaparken kullanmış oldukları kelimelere dikkat etmelerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

- Sosyal medyada eleştiri yaparken kadınlar, erkeklere oranla daha dikkatli davranmaktadır.

3.6. ARAŞTIRMADA ELDE EDİLEN BULGULAR

Bu bölümde, anket yanıtlarının istatistiki analizi, cinsiyet, eğitim durumu ve yaş değişkenlerine göre değerlendirilmiştir.

3.6.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Bulgular

Tablo 1: Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet		
Erkek	Kadın	Toplam
156 (37,95)	255(62,05)	411

Çalışmaya toplamda 413 kişi katılım sağlamıştır. Katılım sağlayanların 156'sı erkek ve 255'i kadın ve 2 kişi de diğer seçeneğini işaretlemiş ve oransal olarak netlik

olması açısından “Diğer” seçeneği cinsiyet değişkeni kapsamı dışında tutularak bu aşamada 411 kişi üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Erkekler, çalışmanın yüzde 37,95’lik dilimini, kadınlar ise yüzde 62,05’lik dilimini oluşturmaktadır.

Tablo 1.1. Sosyal Medya Hesaplarında Kimlik Durumu ve Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medya uygulamalarında kullanmış olduğunuz hesaplarla ilgili aşağıdakilerden uygun olanı işaretleyiniz	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Yalnızca gerçek kimliğimin belli olduğu hesabım var.	117(75)	167(65,5)	284(69,1)	$\chi^2=4,752$	0,093
Hem gerçek hem anonim hesabım var.	37(23,7)	86 (33,7)	123(29,9)		
Yalnızca anonim hesabım var.	2 (1,3)	2 (0,8)	4 (1)		

Çalışmaya katılan kadınların %33,7’ünü oluşturan 86 kişi hem gerçek hem anonim hesabı olduğunu belirtmiştir. Bu oran erkeklerde %23,7(37 kişi)’dir. Çalışmaya katılan 411 kişiden toplamda 123’ünün hem gerçek hem anonim hesabı olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1.2. Sosyal Medyada Sahip Olunan Anonim Hesap ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Hangi sosyal medya uygulamasında/uygulamalarında anonim hesabınız bulunmakta?*	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Facebook	13 (34,2)	18 (20,5)	31 (24,6)	$\chi^2=15,331$	0,009
Instagram	22 (57,9)	68 (77,3)	90 (71,4)		
Twitter	20 (52,6)	31 (35,2)	51 (40,5)		
Youtube	7 (18,4)	8 (9,1)	15 (11,9)		
Tiktok	3 (7,9)	2 (2,3)	5 (4)		

*çoklu yanıt

Sosyal medyada anonim hesabı bulunan katılımcılara hangi uygulamalarda anonim hesabı olduğu çoklu yanıt verebilme seçeneğiyle sorulmuştur. Buna göre cinsiyete göre katılımcıların sahip oldukları anonim sosyal medya uygulamalarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,009). Erkeklerin %57,9’unun, kadınların %77,3’ünün Instagram uygulamasında anonim hesabı bulunmaktadır.

Tablo 1.3. Sosyal Medyada Olumsuz İçerikli Yorum Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada olumsuz bir olayla gündeme gelen ve konuşulan kişilere yönelik hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek ifadeler içeren yorum veya paylaşım yaptınız mı?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet	17(10,9)	17 (6,7)	34 (8,3)	$\chi^2=3,829$	0,147
Hayır	129(82,7)	228(89,4)	357(86,9)		
Bilmiyorum. /Hatırlamıyorum	10 (6,4)	10 (3,9)	20 (4,9)		

Sosyal medyada olumsuz içerikli yorum yapma durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmamakla birlikte; araştırmaya katılanların %8,3'ü sosyal medyada olumsuz olayla gündeme gelen kişiler hakkında hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek yorumlar yaptığını belirtmiştir. Bu oranda, erkeklerin kadınlardan %4,2 daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 1.4. Sosyal Medya Olumsuz İçerikli Yorum Yapılan Hesap ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Olumsuz içerikli paylaşım veya olumsuz eleştiri yaptığınız sosyal medya hesabınızla ilgili uygun seçeneği işaretleyiniz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Bireysel kimliğin belli olduğu sosyal medya hesabı	16 (88,9)	15 (78,9)	31 (83,8)	$\chi^2=0,672$	0,714
Anonim bir hesap	1 (5,6)	2 (10,5)	3 (8,1)		
Her ikisi de	1 (5,6)	2 (10,5)	3 (8,1)		

Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişiler hakkında hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek yorumlar yaptıklarını belirtilen katılımcılara, bu yorumları gerçek veya anonim hesap aracılığıyla yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Olumsuz içerikli yorum yapan kullanıcıların bu yorumları yaptıkları hesap türleri ve cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmamakla; bu yorumların %83,8'nin bireysel kimliği belli eden hesaplardan yapıldığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1.5. Sosyal Medya Platformlarında Özgür Hissetme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medya platformlarında özgür hissetme durumunuzla ilgili seçeneği işaretleyiniz.	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Tamamen özgür hissediyorum	18 (11,5)	23 (9)	41 (10)	$\chi^2=2,912$	0,573
Kısmen özgür hissediyorum.	54 (34,6)	109(42,7)	163(39,7)		
Kararsızım.	22 (14,1)	33 (12,9)	55 (13,4)		
Kısmen özgür hissetmiyorum.	29 (18,6)	44 (17,3)	73 (17,8)		
Tamamen özgür hissetmiyorum.	33 (21,2)	46 (18)	79 (19,2)		

Sosyal medya platformlarında özgür hissetme durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunmamakla; katılımcıların %39,7'sinin kısmen özgür hissettiği, 19,2'sinin tamamen özgür hissetmediği, %17,8'sinin kısmen özgür hissetmediği, %10'luk diliminin tamamen özgür hissettiği sonucu ortaya çıkarken; %13,4'lük kesimi oluşturan 55 kişi kararsızım cevabını vermiştir.

Tablo 1.6. Sosyal Medyada Daha Rahat Paylaşım Yapılan Konular ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Dış İlişkiler	1 (0,6)	3 (1,2)	4 (1)	$\chi^2=78,008$	<0,001
Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular	61 (39,1)	147(57,6)	208(50,6)		
Magazin	3 (1,9)	4 (1,6)	7 (1,7)		
Sanat-Kültür	15 (9,6)	57 (22,4)	72 (17,5)		
Siyaset	3 (1,9)	1 (0,4)	4 (1)		
Spor	37 (23,7)	4 (1,6)	41 (10)		
Teknoloji-Bilim	22 (14,1)	11 (4,3)	33 (8)		
Toplumsal sorunlar	10 (6,4)	22 (8,6)	32 (7,8)		
Diğer	4 (2,6)	6 (2,4)	10 (2,4)		

Sosyal medyada paylaşım yapılırken en rahat paylaşım yapılan konu seçimlerinin dağılımları ile cinsiyet durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Erkeklerin %39,1'i ve kadınların %57,6'sı günlük hayatla ilgili

kişisel deneyimler ve duygularla ilgili paylaşımlar yapmaktadır. Sonuç olarak sosyal medyada en rahat paylaşım yapılan alan “Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular” olurken; siyasetin, sosyal medyada rahatça paylaşım konusu yapılacak bir alan olmadığı görülmüştür.

Tablo 1.7. Siyasi Konularda Paylaşım Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, çekinirim.	84 (53,8)	138(54,1)	222 (54)	$\chi^2=12,318$	0,002
Hayır, çekinmem.	52 (33,3)	54 (21,2)	106(25,8)		
Kararsızım.	20 (12,8)	63 (24,7)	83 (20,2)		

Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinme durumları ve cinsiyet durumunun dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmuştur ($p=0,002$). Erkeklerin %53,8'i, kadınların %54,1'i, siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinmektedir. Toplamda 411 katılımcının 328'nin sosyal medyada siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekindiği görülmüştür.

Tablo 1.8. Sosyal Medyada Devlet Görevlileri Hakkında Eleştiri Yapabilme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada, iktidarda olan devlet görevlileri hakkında eleştiri yapmakla ilgili aşağıdakilerden sizin için uygun olanı işaretleyiniz	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Devlet görevlilerini sosyal medyada eleştirmekten çekinirim.	70 (44,9)	124(48,6)	194(47,2)	$\chi^2=0,642$	0,725
Saygı çerçevesi içinde eleştiri yapabilirim, yapıyorum.	71 (45,5)	106(41,6)	177(43,1)		
Kararsızım.	15 (9,6)	25 (9,8)	40 (9,7)		

χ^2 : Ki-kare test istatistiği

İktidarda olan devlet görevlileri hakkında sosyal medyada eleştiri yapma durumu ile cinsiyet durumlarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmamakla; 411 kişiden 194'ü yani %47,2si “Devlet görevlilerini sosyal medyada eleştirmekten çekinirim.” yanıtını verirken; %43,1'lik oranı oluşturan 177 kişinin

“Saygı çerçevesi içinde eleştirimi yapabilirim, yapıyorum.” yanıtını verdiği görülmüştür.

Tablo 1.9. Başkalarının Ne Düşündüğünü Bilmenin Sosyal Medya Paylaşımına Teşvik Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Düşüncelerinizin sosyal medyada başkaları tarafından paylaşılan ve desteklenen düşünceler olduğuna görmek, ilgili düşüncelerinizi sosyal medyada paylaşma durumunuzu etkiler mi?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.	58 (37,2)	114 (44,7)	172 (41,8)	$\chi^2=2,634$	0,268
Hayır etkilemez.	77 (49,4)	106 (41,6)	183 (44,5)		
Kararsızım.	21 (13,5)	35 (13,7)	56 (13,6)		

Bireylerin, düşüncelerinin sosyal medyada başkaları tarafından destekleneceğini bilmesinin, ilgili düşüncelerini sosyal medyada paylaşma üzerindeki etkisinin ortaya konulmak istendiği soruya verilen yanıtlar ile cinsiyet durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Katılımcıların %44,5’lik kısmını oluşturan 183 kişi, ilgili durumun sosyal medya paylaşımı konusunda kendisini etkilemeyeceğini, %41,8’lik kesimi oluşturan 172 kişinin ise ilgili durumda düşüncelerini daha rahat bir şekilde açıklayabileceği sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1.10. Sosyal Medyada Tepki Görme İhtimalinden Dolayı Paylaşım Yapmaktan Vazgeçme ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada paylaşmak istediğiniz ancak tepki görmekten korktuğunuz için görüş ve düşüncelerinizi paylaşmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, oldu.	88(56,4)	139(54,5)	227(55,2)	$\chi^2=1,751$	0,417
Hayır, olmadı.	57(36,5)	88 (34,5)	145(35,3)		
Kararsızım.	11 (7,1)	28 (11)	39 (9,5)		

Görüş ve düşüncelerin sosyal medya tepkilerinden dolayı sosyal medyada paylaşılmasından vazgeçilmesi durumu ile cinsiyet durumlarının dağılımları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Görüş ve fikirleri açıklamaktan vazgeçme durumlarının cinsiyet dağılımları birbirine yakın oranlardadır. Çalışmaya katılanların toplamda %55,2’sinin, sosyal medyada paylaşmak istedikleri görüş ve düşüncelerini,

tepki görme korkusu nedeniyle paylaşmaktan vazgeçtikleri görülmüştür. Buradan, sosyal medyada özgür hissetmemeye bağlantılı bir sonuca varılabilir.

Tablo 1.11. Sosyal Medyada Paylaşım Yapmaktan Vazgeçilen Konular ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada paylaşmaktan vazgeçtiğiniz düşünce veya görüşleriniz aşağıdakilerden hangisidir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Dini Konular	10 (11)	15 (10,6)	25 (10,7)	$\chi^2=4,927$	0,425
Genel Devlet Politikaları	16(17,6)	28 (19,7)	44 (18,9)		
Siyaset	45(49,5)	79 (55,6)	124(53,2)		
Ülkenin ekonomik sorunları	17(18,7)	15 (10,6)	32 (13,7)		
Hepsi	2 (2,2)	1 (0,7)	3 (1,3)		
Diğer	1 (1,1)	4 (2,8)	5 (2,1)		

Sosyal medyada tepki görme korkusundan dolayı görüş ve düşüncelerini paylaşmaktan vazgeçen katılımcılara, vazgeçtikleri düşünce ve görüşlerin hangi konular olduğu sorulmuştur. Verilen yanıtlar ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında paylaşım yapılmaktan vazgeçilen konuların başında %53,2 oranla siyaset gelirken; onu, %18,9'luk oranla Genel Devlet Politikaları takip etmiştir.

Tablo 1.12. Tepki Görme İhtimalini Göze Alarak Paylaşım Yapma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Bir konu hakkında tepki göreceğinizi düşündüğünüz paylaşımları tepki görme ihtimalinizi göze alarak yine de yapar mısınız?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, yaparım.	63(40,4)	63 (24,7)	126(30,7)	$\chi^2=15,427$	<0,001
Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam.	65(41,7)	109(42,7)	174(42,3)		
Kararsızım.	28(17,9)	83 (32,5)	111 (27)		

Bir konu hakkında, tepki göreceğini düşündüğü halde tepki görme ihtimalini göze alarak paylaşım yapma durumları ile cinsiyet dağılımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Erkeklerin %41,7'si ve kadınların %42,7'si "Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam." cevabını vermiştir.

Tablo 1.13. Kişinin Kendisinin Sosyal Medyada Olumsuz Eleştirilmesi Durumunda Etkilenme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığınızda psikolojik olarak olumsuz etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, olumsuz etkilenirim.	54(34,6)	131(51,4)	185 (45)	$\chi^2=13,880$	0,001
Hayır, olumsuz etkilenmem.	74(47,4)	77 (30,2)	151(36,7)		
Kararsızım.	28(17,9)	47 (18,4)	75 (18,2)		

Kişilerin sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığında psikolojik olarak olumsuz etkileneceklerini düşünme durumları ile cinsiyet durumunun dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,001$). Erkeklerin %47,4'ü “Hayır, olumsuz etkilenmem.” cevabını verirken; kadınların %51,4'ü “Evet, olumsuz etkilenirim.” cevabını vermiştir. Buradan eleştiri konusunda kadınların daha hassas olduğu sonucu çıkarılabilir.

Tablo 1.14. Başkalarının Sosyal Medyada Olumsuz Eleştiri Alması Durumunda Etkilenme Durumu Hakkında Kişilerin Düşüncesi ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada olumsuz eleştirilmenin, eleştirilen kişiler üzerindeki psikolojik etkisiyle ilgili düşünceniz nedir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Olumsuz etkileneceklerini düşünüyorum.	96(61,5)	179(70,2)	275(66,9)	$\chi^2=3,770$	0,152
Olumsuz etkileneceklerini düşünmüyorum.	28(17,9)	31 (12,2)	59 (14,4)		
Kararsızım.	32(20,5)	45 (17,6)	77 (18,7)		

Sosyal medyada olumsuz eleştirilme durumunda, diğer kişilerin bu durumdan etkilenip etkilenmeyeceği ile ilgili bireylerin düşüncesinin ne olduğunu ortaya koymak için hazırlanan soru ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark yoktur. Katılımcıların %66,9'unun, sosyal medyada olumsuz eleştirilme durumunda eleştirilen kişilerin bu durumdan olumsuz etkileneceği düşüncesine; %14,4'ünün ise olumsuz etkilenmeyecekleri düşüncesine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 1.15. Sosyal Medyada Olumsuz Yorumların Karşındaki Kişiyi Düşünerek Yapılması Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, kırıcı olmamaya dikkat ederim.	129(82,7)	232 (91)	361(87,8)	$\chi^2=6,711$	0,035
Hayır, içimden geldiği gibi paylaşımımı yaparım.	20 (12,8)	15 (5,9)	35 (8,5)		
Kararsızım.	7 (4,5)	8 (3,1)	15 (3,6)		

Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşındaki kişiyi kırmamaya özen gösterme durumları ile cinsiyet dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,035$). Erkeklerin %82,7'si ve kadınların %91'i kırıcı olmamaya dikkat ettiklerini belirtmiştir. Genel tabloda da katılımcıları oluşturan 19-40 yaş arası bireylerin %87,8'inin sosyal medyada, karşındaki kişiyi düşünerek yorum yaptığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1.16. Sosyal Medyada Yorumlarına Sınırlama Getirilmesi Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyadaki hakaret, aşağılama, küçük düşürücü ifadeler ve nefret söylemi içerikli yorumlara sınırlama getirilmeli mi?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, sınırlama olmalı.	104(66,7)	213(83,5)	317(77,1)	$\chi^2=15,621$	<0,001
Hayır, bu durumun ifade özgürlüğü kapsamında olduğunu düşünüyorum.	29 (18,6)	24 (9,4)	53 (12,9)		
Kararsızım.	23 (14,7)	18 (7,1)	41 (10)		

“Sosyal medyadaki hakaret, aşağılama, küçük düşürücü ifadeler ve nefret söylemi içerikli yorumlara sınırlama getirilmeli mi?” sorusunun yanıtları ile cinsiyet durumu dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Erkeklerin %66,7'si ve kadınların %83,5'i, “Evet, sınırlama olmalı.” Yanıtını vermiştir. Genel tabloda %77'lik oranla sosyal medyadaki hakaret, aşağılama, küçük düşürücü ifadeler ve nefret söylemi içerikli yorumlara sınırlama getirilmesi gerektiği görüşü hakimdir.

Tablo 1.17. Sanal Linçlerin Farkındalığı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Son zamanlarda sosyal medyada kişilere yönelik gerçekleştirilen sanal linçlerin arttığı düşüncesine katılıyor musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Katılıyorum.	127(81,4)	233(91,4)	360(87,6)	$\chi^2=11,421$	0,003
Katılmıyorum.	17 (10,9)	8 (3,1)	25 (6,1)		
Kararsızım.	12 (7,7)	14 (5,5)	26 (6,3)		

Son zamanlarda sosyal medyada kişilere yönelik gerçekleştirilen sanal linçlerin arttığı düşüncesine katılma durumlarının ve cinsiyet durumunun dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,003$). Erkeklerin %81,4'ü ve kadınların %91,4'ü ilgili düşünceye katıldıklarını belirtmiştir. Genel tabloda, katılımcıların %87,6'sının son zamanlardaki sanal linç artışının farkında olduğu görülmüştür.

Tablo 1.18. Sosyal Medya Linçlerinin Korku Psikolojisi Yaratma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medya linçlerini düşündüğünüzde benzer durumlara maruz kalma ihtimalinizi düşündüğünüz oldu mu?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet	69 (44,2)	116(45,5)	185 (45)	$\chi^2=2,533$	0,282
Hayır	77 (49,4)	112(43,9)	189 (46)		
Kararsızım.	10 (6,4)	27 (10,6)	37 (9)		

Sosyal medyadaki linç durumlarının, insanlar üzerinde etkisinin olup olmadığına, insanları bu yönde düşündürüp düşündürmediğine yanıt bulabilmek için oluşturulan bu soruya verilen cevaplar ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamakla; katılımcıların %45'inin sosyal medya linçlerini düşündüğünde benzer durumlara maruz kalma ihtimalini düşündüğü, %46'sının ise bu ihtimali düşünmediği görülmektedir.

Tablo 1.19. Sosyal Medyaya Düşme Durumlarının Kişilerin Gündelik Hayatına Etkisi ile Cinsiyet Arasındaki İlişkisi

Sosyal medyaya konu olmamak için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerinize dikkat ediyor musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, daha özenli davranmaya çalışıyorum.	47 (30,1)	88 (34,5)	135(32,8)	$\chi^2=2,988$	0,225
Hayır, etmiyorum.	86 (55,1)	143(56,1)	229(55,7)		
Kararsızım.	23 (14,7)	24 (9,4)	47 (11,4)		

Sosyal medyada herhangi bir olayla gündeme getirilme ihtimali düşüncesiyle bireylere, bu duruma düşmemek için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerine dikkat edip etmediği sorulmuştur. Soruya verilen yanıtlar ile cinsiyet dağılımı arasında anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte; çalışmaya katılımcıların 55,7’si, sosyal medyaya düşme durumu ya da ihtimalinin gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerini kontrol etmesine neden olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %32,8’i ise sosyal medyaya konu olmamak için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerinde daha özenli olmaya çalıştığını belirtmiştir.

Tablo 1.20. Sosyal Medyada Olumsuz Eleştiri Karşısında Yasal Yollara Başvurma Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada hakaret, aşağılama gibi küçük düşürücü yorumlara maruz kalırsanız yasal yollara başvurur musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, yasal haklarımı kullanırım.	91 (58,3)	164(64,3)	255 (62)	$\chi^2=7,508$	0,023
Hayır, yasal yollara başvurmaya gerek duymam.	37 (23,7)	34 (13,3)	71 (17,3)		
Kararsızım./Bilmiyorum.	28 (17,9)	57 (22,4)	85 (20,7)		

“Sosyal medyada hakaret, aşağılama gibi küçük düşürücü yorumlara maruz kalırsanız yasal yollara başvurur musunuz?” sorusuna verilen cevaplar ile cinsiyet durumunun dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,023$). Erkeklerin %58,3’ü, kadınların %64,3’ü “Evet, yasal haklarımı kullanırım.” cevabını vermiştir. Genele bakıldığında katılımcıların %62’si yasal haklarını kullanacağını belirtirken; %17,3’lük kesim yasal yollara başvurmaya gerek duymayacağını belirtmiştir. Kararsız olan kesim ise yüzde 20,7’lik büyük bir orana sahip.

Tablo 1.21. Sosyal Medya Linçlerinin Oluşmasındaki En Etkili Sosyal Medya Platformu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sizce sosyal medya linçlerinin oluşmasında en etkili sosyal platform hangisidir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Ekşi Sözlük	9 (5,8)	7 (2,7)	16 (3,9)	$\chi^2=41,570$	<0,001
Facebook	11 (7,1)	12 (4,7)	23 (5,6)		
Instagram	13 (8,3)	94 (36,9)	107 (26)		
Twitter	114(73,1)	132 (51,8)	246 (59,9)		
Youtube	6 (3,8)	7 (2,7)	13 (3,2)		
Hepsi	2 (1,3)	2 (0,8)	4 (1)		
Tictok	1 (0,6)	1 (0,4)	2 (0,5)		

“Sizce sosyal medya linçlerinin oluşmasında en etkili sosyal platform hangisidir?” sorusuna verilen cevaplar ile cinsiyete durumu dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Erkeklerin %73,1'i, kadınların %51,8'i Twitter cevabını vermiştir. Genel tabloda da %59,9'luk kesimin Twitter yanıtını verdiği görülmüştür. Twitter'ı %26'lık oranla Instagram, %5,6 ile Facebook takip etmektedir.

Tablo 1.22. Sosyal Medyada Kişilere Yönelik Linçlere Yönelik Düşünce Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada kişilere yönelik sosyal linçlerle ilgili genel görüşünüz nedir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Kişilerin genellikle bu linçi hak ettiğini düşünüyorum.	20 (12,8)	13 (5,1)	33 (8)	$\chi^2=8,286$	0,082
Kişilerin genellikle bu linçi hak etmediğini düşünüyorum.	19 (12,2)	36 (14,1)	55 (13,4)		
Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin abartıldığını düşünüyorum.	61 (39,1)	110 (43,1)	171 (41,6)		
Kararsızım.	40 (25,6)	64 (25,1)	104 (25,3)		
Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin bazen yetersiz olduğunu düşünüyorum.	16 (10,3)	32 (12,5)	48 (11,7)		

Sosyal medyada kişilere yönelik sosyal linçlerle ilgili katılımcıların genel görüşünün ortaya konulmasının amaçlandığı soruda, %41,6'lık kesimi oluşturan 171 kişi, olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin abartıldığını düşüncesine sahip olduğu, %13,4'lük kesimi oluşturan 55 kişinin, kişilerin genellikle

bu linçi hak etmediği düşüncesine sahip olduğu, yüzde 11,7'lik kesimi oluşturan 48 kişinin, olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin bazen yetersiz olduğu; %25,3'lük kesimin konu hakkında kararsız olduğu görülmüştür. %8'lik kesimi oluşturan 33 kişinin ise kişilerin genellikle bu linçleri hak ettiği düşüncesine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1.23. Sosyal Medyada Haksız Linç Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada haksız linçler yapıldığını düşünüyor musunuz? (Cevabınız hayır veya kararsızım ise soruyu boş bırakınız.)	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet	124 (79,5)	209 (82)	333 (81)	$\chi^2=4,985$	0,083
Hayır	15 (9,6)	11 (4,3)	26 (6,3)		
Kararsızım.	17 (10,9)	35 (13,7)	52 (12,7)		

Sosyal medya yapılan linçlerle ilgili haksızlık yapıp yapılmadığına ilişkin, görüşlerin ortaya konulmasını amaçlayan soruya verilen yanıtlar ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Genel tabloya bakıldığında, katılımcıların %81'inin sosyal medyada haksız linçler yapıldığı görüşüne katıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1.24. Sosyal Medyadaki Haksız Linçlerin Sebebine Yönelik Bakış Açısı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada haksız yere gerçekleştirilen linçlerin sizce en önemli nedeni nedir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
İlgi çekmek isteyen insanların da konuyla ilgili paylaşım yapması	25 (16)	36 (14,1)	61 (14,8)	$\chi^2=15,079$	0,005
İnsanların araştırma yapıp olayı doğrulamadan konuyla ilgili paylaşımlar yapması	71 (45,5)	101 (39,6)	172 (41,8)		
İnsanların empatiden yoksun olması	12 (7,7)	56 (22)	68 (16,5)		
Sosyal medya fenomenlerinin teşvik edici paylaşımları	6 (3,8)	5 (2)	11 (2,7)		
Diğer	42 (26,9)	57 (22,4)	99 (24,1)		

“Sosyal medyada haksız yere gerçekleştirilen linçlerin sizce en önemli nedeni nedir?” sorusuna verilen cevapların cinsiyete göre dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,005). Erkeklerin %45,5'i, kadınların %39,6'sı

“İnsanların araştırma yapıp olayı doğrulamadan konuyla ilgili paylaşımlar yapması” cevabını vermiştir.

Tablo 1.25. Sosyal Medyada Gündeme Gelen Olayları Teyit Etme Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Sosyal medyada gündeme gelen ve ilginizi çeken konular hakkında, olayın gerçekliği ve doğruluğuyla ilgili araştırma yapma gereksinimini hissediyor musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Evet, güvenilir bulduğum kaynaklardan teyit etmeye çalışırım.	139(89,1)	219 (85,9)	358 (87,1)	$\chi^2=2,648$	0,266
Hayır, yalnızca denk geldiğim paylaşımlara göre fikir sahibi olurum.	6 (3,8)	20 (7,8)	26 (6,3)		
Kararsızım.	11 (7,1)	16 (6,3)	27 (6,6)		

Sosyal medyada gündeme gelen konularla ilgili araştırma yapıp yapılmadığına ilişkin durumlar ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmamıştır. Genel tabloya bakıldığında %87,1’lik oranı oluşturan 358 kişi, gündeme gelen ve ilgilerini çeken olaylarla ilgili olayın doğruluğuna ilişkin güvenilir buldukları kaynaklardan araştırma yapma gereksinimi hissettiğini belirtmiştir.

Tablo 1.26. Tanınmış Kişilerin Sosyal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapması Durumuna Bakış Açısı ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Toplum tarafından tanınan kişilerin ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşımları hakkında düşünceniz nedir?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum.	84 (53,8)	112 (43,9)	196 (47,7)	$\chi^2=3,859$	0,145
Paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmüyorum.	54 (34,6)	109 (42,7)	163 (39,7)		
Kararsızım.	18 (11,5)	34 (13,3)	52 (12,7)		

Toplumsal konularda ünlü isimlerin paylaşım yapması veya yapmaması konusu sosyal medyada çokça tartışılan ve gündeme gelen konulardan biri. Buna istinaden insanların bu konudaki paylaşımları bir zorunluluk olarak görüp görmediklerinin ortaya konulması için hazırlanan soruya verilen yanıtlar ile cinsiyet durumu dağılımı arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Genel tabloya bakıldığında, toplum tarafından tanınan kişilerin, ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada yorum yapmaları gerektiğini düşünenlerin oranı %47,7 iken; %39,7’lik

kesim, tanınmış kişilerin bu tarz konularda paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmediğini belirtmiştir. Kararsız olanların oranı ise %12,7'dir.

Tablo 1.27. Toplumsal Olaylarla İlgili Paylaşımların Anlamlandırılması ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Toplumsal olaylarla ilgili paylaşım yapılmamasının, herhangi bir olaya destek ya da karşıtlığı ifade ettiğini düşüncesine katılıyor musunuz?	Cinsiyet			Test istatistiği	p
	Erkek	Kadın	Toplam		
Katılıyorum.	58 (37,2)	76 (29,8)	134 (32,6)	$\chi^2=5,377$	0,068
Katılmıyorum.	63 (40,4)	133 (52,2)	196 (47,7)		
Kararsızım.	35 (22,4)	46 (18)	81 (19,7)		

χ^2 : Ki-kare test istatistiği

Toplumsal olaylarla ilgili paylaşımlar hem ünlü isimler hem de sıradan bireyler için kimi zaman sorun haline gelebilmektedir. Paylaşım yapılmamış olması kimi zaman da yapılmış olması kişilerin belirli kalıplara sokularak yadırganmasına veya dışlanmasına sebebiyet verebilmektedir. Bu durumdan yola çıkılarak hazırlanan soruya verilen yanıtların cinsiyet durumu ile dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmamıştır. Genel tabloya bakıldığında toplumsal olaylarla ilgili paylaşım yapılmamasının, herhangi bir olaya destek ya da karşıtlığı ifade ettiği düşüncesine, katılımcıların %47,7'si katılmadığını belirtirken; %32,6'sı bu düşünceye katıldığını belirtmiştir.

3.6.2. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Bulgular

Tablo 2. Eğitim Durumu Dağılımı

Eğitim Durumu				
Lise Mezunu	Üniversite Öğrencisi	Üniversite Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lisansüstü Mezunu
35 (%8,5)	64 (%15,5)	154 (%37,3)	104 (25,2)	56 (%13,6)

Çalışmaya 35 Lise Mezunu, 64 Üniversite Öğrencisi, 154 Üniversite Mezunu, 104 Lisansüstü Öğrencisi ve 56 Lisansüstü Mezunu olmak üzere toplam 413 kişi katılmıştır.

Tablo 2.1. Sosyal Medya Uygulamalarında Kullanılan Hesapların Kimliği ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medya uygulamalarında kullanmış olduğunuz hesaplarla ilgili aşağıdakilerden uygun olanı işaretleyiniz.	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Yalnızca gerçek kimliğimin belli olduğu hesabım var.	35 (62,5) ^{ab}	56 (53,8) ^b	31 (88,6) ^a	117 (76) ^a	46 (71,9) ^{ab}	285 (69)	$\chi^2=28,173$ <0,001
Hem gerçek hem anonim hesabım var.	20 (35,7) ^{ab}	48 (46,2) ^b	3 (8,6) ^c	35 (22,7) ^{ac}	18 (28,1) ^{abc}	124 (30)	
Yalnızca anonim hesabım var.	1 (1,8)	0 (0)	1 (2,9)	2 (1,3)	0 (0)	4 (1)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-c: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medya uygulamalarında kullanmış olduğunuz hesaplarla ilgili aşağıdakilerden uygun olanı işaretleyiniz" sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Lisansüstü mezunu olanların %62,5'i, lisansüstü öğrencisi olanların %53,8'i, lise mezunu olanların %88,6'sı, üniversite mezunu olanların %76'sı ve üniversite öğrencisi olanların %71,9'u "Yalnızca gerçek kimliğimin belli olduğu hesabım var." cevabını vermiştir.

Tablo 2.2. Sosyal Medyada Olumsuz İçerikli Yorum Yapma Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medyada olumsuz bir olayla gündeme gelen ve konuşulan kişilere yönelik hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek ifadeler içeren yorum veya paylaşım yaptınız mı?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet	3 (5,4) ^{ab}	6 (5,8) ^b	1 (2,9) ^{ab}	11 (7,1) ^b	13 (20,3) ^a	34 (8,2)	χ^2 =18,883 0,015
Hayır	48 (85,7) ^{ab}	94 (90,4) ^b	33 (94,3) ^{ab}	137 (89) ^b	47 (73,4) ^a	359 (86,9)	
Bilmiyorum/Hatırlamıyorum.	5 (8,9)	4 (3,8)	1 (2,9)	6 (3,9)	4 (6,3)	20 (4,8)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada olumsuz bir olayla gündeme gelen ve konuşulan kişilere yönelik hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek ifadeler içeren yorum veya paylaşım yaptınız mı?" sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,015$). Lisansüstü mezunu olanların %85,7'si, Lisansüstü ğrencisi olanların %90,4', lise mezunu olanların %94,3', niversite mezunu olanların %89'u ve niversite ğrencisi olanların %73,4' "Hayır" cevabını vermiştir.

Tablo 2.3. Sosyal Medyada zgr Hissetme Durumları ile Eğitim Durumu İlişkisi

Sosyal medya platformlarında zgr hissetme durumunuzla ilgili işaretleyiniz.	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü ğrencisi	Lise Mezunu	niversite Mezunu	niversite ğrencisi		
Tamamen zgr hissediyorum	4 (7,1) ^{abc}	4 (3,8) ^c	10 (28,6) ^b	13 (8,4) ^{ac}	10 (15,6) ^{abc}	41 (9,9)	χ^2 =43,751 <0,001
Kısmen zgr hissediyorum.	21 (37,5)	38 (36,5)	10 (28,6)	69 (44,8)	25 (39,1)	163 (39,5)	
Kararsızım.	4 (7,1)	12 (11,5)	6 (17,1)	21 (13,6)	12 (18,8)	55 (13,3)	
Kısmen zgr hissetmiyorum.	14 (25) ^{ab}	27 (26) ^b	2 (5,7) ^{ab}	18 (11,7) ^a	13 (20,3) ^{ab}	74 (17,9)	
Tamamen zgr hissetmiyorum.	13 (23,2)	23 (22,1)	7 (20)	33 (21,4)	4 (6,3)	80 (19,4)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-c: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre sosyal medya platformlarında zgr hissetme durumlarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Lisansüstü mezunu olanların %37,5'i, Lisansüstü ğrencisi olanların %36,5'i, lise mezunu olanların %28,6'sı, niversite mezunu olanların %44,8'i ve niversite ğrencisi olanların %39,1'i kısmen zgr ediyorum cevabını vermiştir.

Tablo 2.4. Sosyal Medyada Rahatça Paylaşım Yapılan Konular ile Eğitim Durumu İlişkisi

Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Dış İlişkiler	0 (0)	4 (3,8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (1)	χ^2 =75,629 <0,001
Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular	22 (39,3)	46 (44,2)	23 (65,7)	84 (54,5)	34 (53,1)	209 (50,6)	
Magazin	0 (0)	2 (1,9)	0 (0)	2 (1,3)	3 (4,7)	7 (1,7)	
Sanat-Kültür	12 (21,4) ^a	28 (26,9) ^a	0 (0) ^b	22 (14,3) ^{ab}	10 (15,6) ^{ab}	72 (17,4)	
Siyaset	1 (1,8)	1 (1)	0 (0)	2 (1,3)	0 (0)	4 (1)	
Spor	3 (5,4) ^{ab}	4 (3,8) ^b	5 (14,3) ^{ab}	26 (16,9) ^a	3 (4,7) ^{ab}	41 (9,9)	
Teknoloji-Bilim	11 (19,6) ^a	9 (8,7) ^{ab}	1 (2,9) ^{ab}	10 (6,5) ^b	2 (3,1) ^b	33 (8)	
Toplumsal sorunlar	5 (8,9)	7 (6,7)	5 (14,3)	7 (4,5)	8 (12,5)	32 (7,7)	
Diğer**	2 (3,6)	3 (2,9)	1 (2,9)	1 (0,6)	4 (6,3)	11 (2,7)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Lisansüstü mezunu olanların %39,3'ü, Lisansüstü Öğrencisi olanların %44,2'si, lise mezunu olanların %65,7'si, üniversite mezunu olanların %54,5'i ve üniversite öğrencisi olanların %53,1'i Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular cevabını vermiştir.

Tablo 2.5. Siyasi Konularda Paylaşımın Çekinme Durumu ile Eğitim Durumu İlişkisi

Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, çekinirim.	38 (67,9) ^a	69 (66,3) ^a	14 (40) ^{ab}	82 (53,2) ^{ab}	21 (32,8) ^b	224 (54,2)	χ^2 =39,132 <0,001
Hayır, çekinmem.	13 (23,2) ^{ab}	17 (16,3) ^b	17 (48,6) ^a	41 (26,6) ^{ab}	18 (28,1) ^{ab}	106 (25,7)	
Kararsızım.	5 (8,9) ^a	18 (17,3) ^a	4 (11,4) ^a	31 (20,1) ^a	25 (39,1) ^b	83 (20,1)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinme durumlarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Lisansüstü mezunu olanların %67,9'u, Lisansüstü Öğrencisi olanların %66,3'ü, üniversite mezunu olanların %53,2'si evet çekinirim cevabını, lise mezunu olanların %48,6'sı çekinmem ve üniversite öğrencisi olanların %39,1'i kararsızım cevabını vermiştir.

Tablo 2.6. Devlet Görevlilerini Sosyal Medyada Eleştirebilme Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkisi

Sosyal medyada, iktidarda olan devlet görevlileri hakkında eleştiri yapmakla ilgili aşağıdakilerden sizin için uygun olanı işaretleyiniz.	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Devlet görevlilerini sosyal medyada eleştirmekten çekinirim.	36 (64,3) ^a	57 (54,8) ^{ab}	14 (40) ^{ab}	66 (42,9) ^{ab}	21 (32,8) ^b	194 (47)	χ^2 =18,8730, <0,016
Saygı çerçevesi içinde eleştirim yapabilirim, yapıyorum.	18 (32,1)	38 (36,5)	18 (51,4)	72 (46,8)	32 (50)	178 (43,1)	
Kararsızım.	2 (3,6)	9 (8,7)	3 (8,6)	16 (10,4)	11 (17,2)	41 (9,9)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada, iktidarda olan devlet görevlileri hakkında eleştiri yapmakla ilgili aşağıdakilerden sizin için uygun olanı işaretleyiniz." sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,016$). Lisansüstü mezunu olanların %64,3'ü, Lisansüstü Öğrencisi olanların %54,8'i "Devlet görevlilerini sosyal medyada eleştirmekten çekinirim." cevabını verirken; lise mezunu olanların %51,4'ü, üniversite mezunu olanların %46,8'i ve üniversite öğrencisi olanların %50'si "Saygı çerçevesi içinde eleştirim yapabilirim, yapıyorum." cevabını vermiştir.

Tablo 2.7. Başkalarının Ne Düşündüğünü Bilmenin Sosyal Medya Paylaşımına Teşvik Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Düşüncelerinizin sosyal medyada başkaları tarafından paylaşılan ve desteklenen düşünceler olduğunu görmek, ilgili düşüncelerinizi sosyal medyada paylaşma durumunuzu etkiler mi?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.	17 (30,4) ^a	57 (54,8) ^b	11 (31,4) ^{ab}	63 (40,9) ^{ab}	25 (39,1) ^{ab}	173 (41,9)	χ^2 =17,227 0,028
Hayır etkilemez.	30 (53,6) ^a	30 (28,8) ^a	20 (57,1) ^a	74 (48,1) ^a	30 (46,9) ^{ab}	184 (44,6)	
Kararsızım.	9 (16,1)	17 (16,3)	4 (11,4)	17 (11)	9 (14,1)	56 (13,6)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Düşüncelerinizin sosyal medyada başkaları tarafından paylaşılan ve desteklenen düşünceler olduğunu görmek, ilgili düşüncelerinizi sosyal medyada paylaşma durumunuzu etkiler mi?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,028). Lisansüstü mezunu olanların %53,6'sı "Hayır, etkilemez.", lisansüstü öğrencisi olanların %54,8'i "Evet, düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.", lise mezunu olanların %57,1'i, üniversite mezunu olanların %48,1'i ve üniversite öğrencisi olanların %46,9'u "Hayır, etkilemez." cevabını vermiştir.

Tablo 2.8. Sosyal Medyada Tepki Görme İhtimalinden Dolayı Paylaşım Yapmaktan Vazgeçme ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medyada paylaşmak istediğiniz ancak tepki görmekten korktuğunuz için görüş ve düşüncelerinizi paylaşmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, oldu.	34 (60,7) ^{ab}	71 (68,3) ^b	14 (40) ^a	79 (51,3) ^{ab}	31 (48,4) ^{ab}	229 (55,4)	χ^2 =20,020 0,010
Hayır, olmadı.	17 (30,4) ^{ab}	22 (21,2) ^b	20 (57,1) ^a	60 (39) ^a	26 (40,6) ^{ab}	145 (35,1)	
Kararsızım.	5 (8,9)	11 (10,6)	1 (2,9)	15 (9,7)	7 (10,9)	39 (9,4)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada paylaşmak istediğiniz ancak tepki görmekten korktuğunuz için görüş ve düşüncelerinizi paylaşmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu?" sorusuna verilen cevapları dağıllımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,010$). Lisansüstü mezunu olanların %60,7'si, lisansüstü ğrencisi olanların %68,3', niversite mezunu olanların %51,3' ve niversite ğrencisi olanların %48,4' "Evet, oldu." cevabını verirken; lise mezunu olanların %57,1'i "Hayır, olmadı." cevabını vermiştir.

Tablo 2.9. Tepki Görme İhtimalini Göze Alarak Paylaşım Yapma Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Bir konu hakkında tepki göreceğinizi düşündüğünüz paylaşımları tepki görme ihtimalinizi göze alarak yine de yapar mısınız?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü ğrencisi	Lise Mezunu	niversite Mezunu	niversite ğrencisi		
Evet, yaparım.	24 (42,9) ^a	22 (21,2) ^b	16 (45,7) ^a	43 (27,9) ^{ab}	21 (32,8) ^{ab}	126 (30,5)	χ^2 =17,748 0,023
Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam.	20 (35,7)	47 (45,2)	16 (45,7)	69 (44,8)	23 (35,9)	175 (42,4)	
Kararsızım.	12 (21,4) ^{ab}	35 (33,7) ^b	3 (8,6) ^a	42 (27,3) ^{ab}	20 (31,3) ^{ab}	112 (27,1)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Bir konu hakkında tepki göreceğinizi düşündüğünüz paylaşımları tepki görme ihtimalinizi göze alarak yine de yapar mısınız?" sorusuna verilen cevapların dağıllımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,023$). Lisansüstü mezunu olanların %42,9'u "Evet, yaparım.", lisansüstü ğrencisi olanların %45,2'si "Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam."; lise mezunu olanların %45,7'i "Evet, yaparım.", %45,7'i "Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam.", niversite mezunu olanların %44,8'i ve niversite ğrencisi olanların %35,9'u "Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm paylaşımları yapmam." cevabını vermiştir.

Tablo 2.10. Kişinin Kendisinin Sosyal Medyada Olumsuz Eleştirilmesi Durumunda Etkilenme Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığınızda psikolojik olarak olumsuz etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, olumsuz etkilenirim.	25 (44,6)	57 (54,8)	12 (34,3)	63 (40,9)	29 (45,3)	186 (45)	$\chi^2=21,137$ 0,007
Hayır, olumsuz etkilenmem.	22 (39,3) ^{ab}	22 (21,2) ^b	20 (57,1) ^a	66 (42,9) ^a	21 (32,8) ^{ab}	151 (36,6)	
Kararsızım.	9 (16,1)	25 (24)	3 (8,6)	25 (16,2)	14 (21,9)	76 (18,4)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığınızda psikolojik olarak olumsuz etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?" sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,007). Lisansüstü mezunu olanların %44,6'sı "Evet", lisansüstü öğrencisi olanların %54,8'i "Evet", lise mezunu olanların %57,1'i "Hayır", üniversite mezunu olanların %42,9'u "Hayır"; üniversite öğrencisi olanların %45,3'ü "Evet" cevabını vermiştir.

Tablo 2.11. Sosyal Medyada Olumsuz Yorumların Karşıdaki Kişiyi Düşünerek Yapılması Durumu ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, kırıcı olmamaya dikkat ederim.	51 (91,1) ^{ab}	97 (93,3) ^b	26 (74,3) ^a	139 (90,3) ^a b	49 (76,6) ^a	362 (87,7)	χ^2 =23,586 0,003
Hayır, içimden geldiği gibi paylaşımımı yaparım.	5 (8,9) ^{ab}	2 (1,9) ^b	7 (20) ^a	12 (7,8) ^{ab}	10 (15,6) ^a	36 (8,7)	
Kararsızım.	0 (0)	5 (4,8)	2 (5,7)	3 (1,9)	5 (7,8)	15 (3,6)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark

vardır (p=0,003). Lisansüstü mezunu olanların %91,1'i, lisansüstü öğrencisi olanların %93,3'i, lise mezunu olanların %74,3'ü, üniversite mezunu olanların %90,3'ü ve üniversite öğrencisi olanların %76,6'sı "Evet kırıcı olmamaya dikkat ederim." cevabını vermiştir.

Tablo 2.12. Sanal Linçlerin Farkındalığı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Son zamanlarda sosyal medyada kişilere yönelik gerçekleştirilen sanal linçlerin arttığı düşüncesine katılıyor musunuz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Katılıyorum.	50 (89,3)	95 (91,3)	27 (77,1)	134 (87)	56 (87,5)	362 (87,7)	$\chi^2=16,482$ 0,036
Katılmıyorum.	4 (7,1)	1 (1)	2 (5,7)	14 (9,1)	4 (6,3)	25 (6,1)	
Kararsızım.	2 (3,6) ^{ab}	8 (7,7) ^{ab}	6 (17,1) ^b	6 (3,9) ^a	4 (6,3) ^{ab}	26 (6,3)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Son zamanlarda sosyal medyada kişilere yönelik gerçekleştirilen sanal linçlerin arttığı düşüncesine katılıyor musunuz?" sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,036). Lisansüstü mezunu olanların %89,3'ü, lisansüstü öğrencisi olanların %91,3'ü, lise mezunu olanların %77,1'i, üniversite mezunu olanların %87'si ve üniversite öğrencisi olanların %87,5'i "Katılıyorum." cevabını vermiştir.

Tablo 2.13. Sosyal Medyada Gündeme Gelen Olayları Doğrulama Durumu ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medyada gündeme gelen ve ilginizi çeken konular hakkında, olayın gerçekliği ve doğruluğuyla ilgili araştırma yapma gereksinimini hissediyor musunuz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, güvenilir bulduğum kaynaklardan teyit etmeye çalışırım.	52 (92,9) ^{ab}	97 (93,3) ^b	31 (88,6) ^{ab}	133 (86,4) ^{ab}	47 (73,4) ^a	360 (87,2)	χ^2 =22,507 0,004
Hayır, yalnızca denk geldiğim paylaşımlara göre fikir sahibi olurum.	4 (7,1) ^{ab}	0 (0) ^b	2 (5,7) ^{ab}	12 (7,8) ^a	8 (12,5) ^a	26 (6,3)	
Kararsızım.	0 (0) ^a	7 (6,7) ^{ab}	2 (5,7) ^{ab}	9 (5,8) ^{ab}	9 (14,1) ^b	27 (6,5)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Sosyal medyada gündeme gelen ve ilginizi çeken konular hakkında, olayın gerçekliği ve doğruluğuyla ilgili araştırma yapma gereksinimini hissediyor musunuz?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,004$). Lisansüstü mezunu olanların %92,9'u lisansüstü öğrencisi olanların %93,3'ü, lise mezunu olanların %88,6'sı, üniversite mezunu olanların %86,4'ü ve üniversite öğrencisi olanların %73,4'ü evet cevabını vermiştir.

Tablo 2.14. Tanınmış Kişilerin Sosyal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapması Durumuna Bakış Açısı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Toplum tarafından tanınan kişilerin ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşımları hakkında düşünceniz nedir?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum.	23 (41,1)	49 (47,1)	14 (40)	82 (53,2)	29 (45,3)	197 (47,7)	χ^2 =15,897 0,044
Paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmüyorum.	26 (46,4)	42 (40,4)	14 (40)	62 (40,3)	20 (31,3)	164 (39,7)	
Kararsızım.	7 (12,5) ^{ab}	13 (12,5) ^{ab}	7 (20) ^{ab}	10 (6,5) ^b	15 (23,4) ^a	52 (12,6)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Toplum tarafından tanınan kişilerin ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşımları hakkında düşünceniz nedir?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,044$). Lisansüstü mezunu olanların %46,4'ü paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünüyorum cevabı vermişken lisansüstü öğrencisi olanların %47,1'i, lise mezunu olanların %40'ı, üniversite mezunu olanların %53,2'si ve üniversite öğrencisi olanların %45,3'ü "Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum." cevabını vermiştir.

Tablo 2.15. Toplumsal Olaylarla İlgili Paylaşım Yapmayan Tanınmış Kişileri Boykot Etme Durumu ile Eğitim Arasındaki İlişki

Toplumsal konu veya sorunlarla ilgili sosyal medyada herhangi bir paylaşımında bulunmayan ünlü/popüler isimleri boykot (ürettikleri film/dizileri izlememek, konserlerine gitmemek gibi) eder misiniz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test İstatistiği/P
	Lisansüstü Mezunu	Lisansüstü Öğrencisi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite Öğrencisi		
Evet, boykot ederim.	13 (23,2)	21 (20,2)	5 (14,3)	37 (24)	12 (18,8)	88 (21,3)	χ^2 =17,342 0,027
Hayır, herhangi bir geri bildirimde bulunmam.	38 (67,9)	70 (67,3)	23 (65,7)	105 (68,2)	35 (54,7)	271 (65,6)	
Kararsızım.	5 (8,9) ^{ab}	13 (12,5) ^{ab}	7 (20) ^{ab}	12 (7,8) ^b	17 (26,6) ^a	54 (13,1)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Eğitim durumuna göre "Toplumsal konu veya sorunlarla ilgili sosyal medyada herhangi bir paylaşımında bulunmayan ünlü/popüler isimleri boykot (ürettikleri film/dizileri izlememek, konserlerine gitmemek gibi) eder misiniz?" sorusuna verilen cevapları dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,027$). Lisansüstü mezunu olanların %67,9'u, lisansüstü öğrencisi olanların %67,3'ü, lise mezunu olanların %65,7'si, üniversite mezunu olanların %68,2'si ve üniversite öğrencisi olanların %54,7'si "Evet boykot ederim." cevabını vermiştir. Eğitim durumlarına göre diğer soruların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p>0,050$).

3.6.3. Yaş Değişkenine Göre Bulgular

Tablo 3. Yaş Durumu Dağılımı

Yaş Durumu				
19-20	21-24	25-30	31-34	35-40
32 (%7,7)	84 (%20,3)	207 (%50,1)	46 (%11,1)	44 (%10,7)

Çalışmaya katılanların yaş gruplandırması, 80'lerin ve 90'ların ilk 5 yılı ve son 5 yılı doğanlar ve 2000 yılı ve sonrasında doğanlar olmak üzere toplam 5 kategori şeklinde yapılmıştır.

Tablo 3.1. Sosyal Medyada Özgür Hissetme Durumları ile Yaş Arasındaki İlişki

Sosyal medya platformlarında özgür hissetme durumunuzla ilgili seçeneği işaretleyiniz.	Yaş Grupları					Toplam	Test istatistiği /p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Tamamen özgür hissediyorum	5 (15,6)	12 (14,3)	20 (9,7)	1 (2,2)	3 (6,8)	41 (9,9)	$\chi^2 = 42,380 < 0,001$
Kısmen özgür hissediyorum.	15 (46,9)	32 (38,1)	91 (44)	14 (30,4)	11 (25)	163 (39,5)	
Kararsızım.	9 (28,1) ^a	14 (16,7) ^{ab}	19 (9,2) ^b	5 (10,9) ^{ab}	8 (18,2) ^{ab}	55 (13,3)	
Kısmen özgür hissetmiyorum.	3 (9,4)	17 (20,2)	37 (17,9)	10 (21,7)	7 (15,9)	74 (17,9)	
Tamamen özgür hissetmiyorum.	0 (0) ^a	9 (10,7) ^a	40 (19,3) ^{ab}	16 (34,8) ^b	15 (34,1) ^b	80 (19,4)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre sosyal medya platformlarında özgür hissetme durumuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). 19-20 yaş aralığındaki katılımcıların %46,9'u, 21-24 yaş aralığındakilerin %38,1'i, 25-30 yaş aralığındakilerin %44'ü "Kısmen özgür hissediyorum." cevabını verirken; 31-34 yaş aralığındaki kişilerin %34,8'i ve 35-40 yaş aralığındaki kişilerin %34,1'i "Tamamen özgür hissetmiyorum." yanıtını vermiştir.

Tablo 3.2. Sosyal Medyada Rahatça Paylaşım Yapılan Konular ile Yaş Durumu İlişkisi

Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?	Yaş Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Dış İlişkiler	0 (0)	1 (1,2)	2 (1)	0 (0)	1 (2,3)	4 (1)	$\chi^2 = 79,684 < 0,001$
Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular	21 (65,6) ^a	42 (50) ^{ab}	117 (56,5) ^a	14 (30,4) ^b	15 (34,1) ^{ab}	209 (50,6)	
Magazin	3 (9,4) ^a	0 (0) ^b	2 (1) ^b	2 (4,3) ^{ab}	0 (0) ^{ab}	7 (1,7)	
Sanat-Kültür	1 (3,1) ^{ab}	22 (26,2) ^{bc}	25 (12,1) ^a	15 (32,6) ^c	9 (20,5) ^{abc}	72 (17,4)	
Siyaset	0 (0)	1 (1,2)	2 (1)	1 (2,2)	0 (0)	4 (1)	
Spor	1 (3,1)	6 (7,1)	27 (13)	6 (13)	1 (2,3)	41 (9,9)	
Teknoloji-Bilim	1 (3,1) ^{ab}	6 (7,1) ^{ab}	10 (4,8) ^b	6 (13) ^{ab}	10 (22,7) ^a	33 (8)	
Toplumsal sorunlar	5 (15,6)	5 (6)	15 (7,2)	2 (4,3)	5 (11,4)	32 (7,7)	
Diğer**	0 (0)	1 (1,2)	7 (3,4)	0 (0)	3 (6,8)	11 (2,7)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-c: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre “Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?” sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). 19-20 yaş aralığındaki kişilerin %65,6’sı, 21-24 yaş aralığının %50’si, 25-30 yaş aralığının %56,5’i, 35-40 yaş aralığının %34,1’i “Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular” yanıtını verirken; 31-34 yaş aralığının %32,6’sı “Sanat-Kültür” yanıtını vermiştir. Diğer cevabı açık uçlu olarak bırakılmış olup; yazılan yanıtlar “Çiçek Böcek Şiir Paylaşımları, Eğitim, Güzellik, Hayvan Hakları, Tarihi Kayıtlar ve Olaylar, Tüm Şıklarla İlgili Genel ve Evrensel Konular” şeklinde olmuştur.

Tablo 3.3. Siyasi Konularda Paylaşımın Çekinme Durumu ile Yaş Durumu İlişkisi

Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Evet, çekinirim.	6 (18,8) ^a	52 (61,9) ^b	110 (53,1) ^b	33 (71,7) ^b	23 (52,3) ^b	224 (54,2)	χ^2 =29,827 <0,001
Hayır, çekinmem.	11 (34,4)	18 (21,4)	54 (26,1)	8 (17,4)	15 (34,1)	106 (25,7)	
Kararsızım.	15 (46,9) ^a	14 (16,7) ^b	43 (20,8) ^b	5 (10,9) ^b	6 (13,6) ^b	83 (20,1)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre “Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?” sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). 19-20 yaş aralığındaki kişilerin %46,9’u kararsız olduğunu belirtirken, 21-24 yaş aralığının %61,9’u, 25-30 yaş aralığının %53,1’i, 31-34 yaş aralığındaki kişilerin %71,7’si ve 35-40 yaş aralığındaki kişilerin %52,3’ü “Evet, çekinirim.” yanıtını vermiştir.

Tablo 3.4. Sosyal Medyada Eleştiri Yaparken Karşıdaki Kişiyi Düşünme Durumu ile Yaş Durumu İlişkisi

Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?	Eğitim Durumu					Toplam	Test istatistiği/p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Evet, kırıcı olmamaya dikkat ederim.	23 (71,9) ^a	73 (86,9) ^a _b	189 (91,3) ^b	42 (91,3) ^a _b	35 (79,5) ^{ab}	362 (87,7)	$\chi^2=19,205$ <0,014
Hayır, içimden geldiği gibi paylaşımını yaparım.	5 (15,6)	9 (10,7)	12 (5,8)	2 (4,3)	8 (18,2)	36 (8,7)	
Kararsızım.	4 (12,5)	2 (2,4)	6 (2,9)	2 (4,3)	1 (2,3)	15 (3,6)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre “Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?” sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,014$). 19-20 yaş aralığındaki kişilerin %71,9’u, 21-24 yaş aralığının %86,9’u, 25-30 yaş aralığının %91,3’ü, 31-34 yaş aralığının %91,3’ü ve 35-40 yaş aralığının %79,5’i “Evet, kırıcı olmamaya dikkat ederim.” yanıtını vermiştir.

Tablo 3.5. Sosyal Medyada Kişilere Yönelik Linçlere Yönelik Düşünce Durumu ile Yaş Arasındaki İlişki

Sosyal medyada kişilere yönelik sosyal linçlerle ilgili genel görüşünüz nedir?	Yaş Grupları					Toplam	Test istatistiği/p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Kişilerin genellikle bu linçi hak ettiğini düşünüyorum.	3 (9,4)	12 (14,3)	11 (5,3)	6 (13)	2 (4,5)	34 (8,2)	χ^2 =39,423 <0,001
Kişilerin genellikle bu linçi hak etmediğini düşünüyorum.	1 (3,1)	17 (20,2)	29 (14)	6 (13)	2 (4,5)	55 (13,3)	
Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin abartıldığını düşünüyorum.	7 (21,9)	27 (32,1)	96 (46,4)	19 (41,3)	22 (50)	171 (41,4)	
Kararsızım.	18 (56,3) ^a	16 (19) ^b	45 (21,7) ^b	12 (26,1) _{ab}	13 (29,5) _{ab}	104 (25,2)	
Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin bazen yetersiz olduğunu düşünüyorum.	3 (9,4)	12 (14,3)	26 (12,6)	3 (6,5)	5 (11,4)	49 (11,9)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre, “Sosyal medyada kişilere yönelik sosyal linçlerle ilgili genel görüşünüz nedir?” sorusuna verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,001). 19-20 yaş aralığının %56,3’ü kararsız iken, 21-24 yaş aralığının %32,1’i, 25-30 yaş aralığının %46,4’ü, 31-34 yaş aralığındaki kişilerin %41,3’ü ve 35-40 yaş aralığının %50’si “Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin abartıldığını düşünüyorum.” yanıtını vermiştir.

Tablo 3.6. Sosyal Medyadaki Haksız Linçlerin Sebebine Yönelik Bakış Açısı ile Yaş Durumu Arasındaki İlişki

Sosyal medyada haksız yere gerçekleştirilen linçlerin sizce en önemli nedeni nedir?	Yaş Grupları					Toplam	Test istatistiği/ p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
İlgi çekmek isteyen insanların da konuyla ilgili paylaşım yapması	8 (25) ^a	14 (16,7) ^{ab}	32 (15,5) ^{ab}	6 (13) ^{ab}	1 (2,3) ^b	61 (14,8)	χ^2 =39,031 <0,001
İnsanların araştırma yapıp olayı doğrulamadan konuyla ilgili paylaşımlar yapması	4 (12,5) ^a	35 (41,7) ^b	90 (43,5) ^b	17 (37) ^{ab}	27 (61,4) ^b	173 (41,9)	
İnsanların empatiden yoksun olması	11 (34,4) ^a	10 (11,9) ^b	36 (17,4) ^{ab}	8 (17,4) ^{ab}	3 (6,8) ^b	68 (16,5)	
Sosyal medya fenomenlerinin teşvik edici paylaşımları	0 (0)	3 (3,6)	3 (1,4)	2 (4,3)	4 (9,1)	12 (2,9)	
Diğer	1 (4,2)	2 (3,1)	4 (2,4)	2 (5,7)	3 (7,9)	12 (3,7)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Katılımcılara ilk olarak “Sosyal medyada haksız linçler yapıldığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş; “Evet” yanıtı veren katılımcılardan “Sosyal medyada haksız yere gerçekleştirilen linçlerin sizce en önemli nedeni nedir?” sorusuna yanıt vermeleri istenmiştir. Yaş gruplarına göre, soruya verilen cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,001). 19-20 yaş aralığının %34,4’ü “İnsanların empatiden yoksun olması.” yanıtını verirken; 21-24 yaş aralığının %41,7’si, 25-30 yaş aralığının %43,5’i, 31-34 yaş aralığının %37’si, 35-40 yaş aralığının %61,4’ü “İnsanların araştırma yapıp olayı doğrulamadan konuyla ilgili paylaşımlar yapması.” yanıtını vermiştir.

Tablo 3.7. Ünlü İsimlere Yönelik Sosyal Linçlere Bakış Açısı ile Yaş Durumu İlişkisi

Ünlü kişiler göz önünde oldukları için yaptıkları paylaşımlar dolayısıyla ağır eleştiri, hakaret, aşağılama ve küfre daha çok maruz kaldığı düşüncesine katılıyor musunuz?	Yaş Grupları					Toplam	Test istatistiği/ p
	19-20	21-24	25-30	31-34	35-40		
Katılıyorum.	18 (56,3) ^a	64 (76,2) _{ab}	172 (83,1) ^b	41 (89,1) ^b	36 (81,8) ^{ab}	331 (80,1)	χ^2 =21,936 <0,005
Katılmıyorum.	4 (12,5)	9 (10,7)	20 (9,7)	3 (6,5)	3 (6,8)	39 (9,4)	
Kararsızım.	10 (31,3) ^a	11 (13,1) _{ab}	15 (7,2) ^b	2 (4,3) ^b	5 (11,4) ^{ab}	43 (10,4)	

χ^2 : Ki-kare testi, a-b: Her bir durum içerisinde aynı harfe sahip gruplar arasında fark yoktur.

Yaş gruplarına göre “Ünlü kişiler göz önünde oldukları için yaptıkları paylaşımlar dolayısıyla ağır eleştiri, hakaret, aşağılama ve küfre daha çok maruz kaldığı düşüncesine katılıyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır (p=0,005). 19-20 yaş aralığındaki kişilerin %56,3’ü “Katılıyorum.” yanıtını verirken, 21-24 yaş aralığındaki kişilerde bu oran %76,2, 25-30 yaş aralığında %83,1, 31-34 yaş aralığında %89,1 ve 35-40 yaş aralığında %81,8 olarak elde edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada oluşturulan sorularla sosyal medyada linç durumu; sosyal medyada yorum yapma ve eleştiri, fikir beyanı, sosyal medya yorumlarından etkilenme durumu, tanınan isimlerin paylaşımlarına yönelik bakış açısı gibi farklı alt başlıklarla değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular hem hipotezler bağlamında hem de çalışmanın ortaya çıkma sürecinde çalışmaya yön veren çeşitli durumlar üzerinden yorumlanmıştır.

Gerek sosyal medyada uygulamaları gerek genel olarak internet ortamında sınırsız sayıda bilgiye ulaşım kaynağı mevcuttur. Kimi zaman ticari kaygılarla, tıklanma amacıyla yanlış, uydurma, çarpıtma haberler oluşturulmaktadır. Hatta öyle ki bir video görüntüsünün bir kısmı kesilerek var olan bir durum tamamen farklı şekilde gerçekleşmiş gibi aktarılabilir. Bu nedenle herhangi bir olay ya da yazıyla ilgili herhangi bir yorum yapmadan ya da ilgili durumu paylaşmadan önce güvenilir kaynaklardan olayın doğruluğunun teyit edilmesi önem arz etmektedir. Aksi halde masum insanlar linçin odağında yer alarak mağdur hale getirilmektedir. Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medyada gündeme gelen ve ilginizi çeken konular hakkında, olayın gerçekliği ve doğruluğuyla ilgili araştırma yapma gereksinimini hissediyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında katılımcıların %87,2(360 kişi)’sinin “Evet güvenilir bulduğum kaynaklardan teyit etmeye çalışırım.”; %6,3(26 kişi)’nin “Yalnızca denk geldiğim paylaşımlara göre fikir sahibi olurum.” yanıtını verdiği görülmüştür. %6,5(27 kişi)’i ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Çalışmaya katılan 19-40 yaş arası bireylerin büyük çoğunluğunun sosyal medyada gündeme gelen konularla ilgili doğruluğu teyit etme eğiliminde olması, olumlu bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Gerek sosyal medya paylaşımları gerekse gündelik hayat içinde yaşanan olaylara ilişkin fotoğraf ve videoların sosyal medyaya yansıtılması sonrasında ilgili kişiler ve olaylar gündeme getirilerek sosyal medyada linç edilmektedir. Buradan yola çıkarak kişilerin empati yaparak benzer durumlara maruz kalabilecekleri ihtimalini düşünüp düşünmedikleri, bu durumun korku psikolojisi yaratıp yaratmadığı merak edilmiştir. Katılımcılara, “Sosyal medya linçlerini düşündüğünüzde, benzer durumlara maruz

kalma ihtimalini düşündüğünüz oldu mu?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplara bakıldığında %45(186 kişi)’inin bu ihtimali düşündüğü, %45,8(189 kişi)’inin ise böyle bir ihtimali düşünmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak sosyal medya linçlerine maruz kalma ihtimali, katılımcıların büyük bir kısmı tarafından düşünülmüş olsa da düşünmeyenlerin de aynı oranda olduğu görülmüştür. Sanal linçlerin bazı durumlarda farkındalık yaratarak bazı olumsuz davranışların ortaya çıkmasında önleyici nitelikte olup olmadığı araştırılması gereken bir konu olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medya linçlerinde, sosyal medya uygulamalarında kişilerin özellikle yazılı aynı zamanda görsel olarak kitleler tarafından eleştirilmesi söz konusudur. Normal şartlarda yapıcı ve yıkıcı eleştiriden söz edilebilirken linçin sahip olduğu eleştirilerin içinde kişilerin siyasi görüşlerinden aile yaşamlarına, dini veya cinsel tercihlerinden fiziki görünüm ve soy/köken gibi değiştirilemez özelliklerine kadar her şey hakarete ve aşağılamaya maruz kalmaktadır. Olumsuz eleştiri, herkes tarafından rahatlıkla kaldırılmayabilir. Eleştiri karşısında bazıları, diğerlerine göre daha hassas olabilmektedir. Sosyal medya gibi dünya çapında ve herkese açık bir platformda eleştirilmek, olumsuz eleştirilerin yıkıcı etkisini artırabilmektedir. Bu doğrultuda katılımcılara “Sosyal medyada olumsuz eleştirilmenin eleştirilen kişiler üzerindeki psikolojik etkisiyle ilgili düşünceniz nedir?” sorusu yöneltilmiş; katılımcıların %67,1(277 kişi)’inin “Olumsuz etkileneceklerini düşünüyorum.”, %14,3(59 kişi)’ünün “Olumsuz etkileneceklerini düşünmüyorum.”, %18,6(77 kişi)’sının ise “Kararsızım.” yanıtını tercih ettiği görülmüştür. Akabinde “Sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığınızda psikolojik olarak olumsuz etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş; katılımcıların %45(186 kişi)’i “Olumsuz etkilenirim.”, %36,6(151kişi)’sı “Olumsuz etkilenmem.”, %18,4(76 kişi)’ü ise “Kararsızım.” yanıtını vermiştir. Yapı olarak kadınların erkeklere göre daha duygusal ve hassas olduğu genel kabulünden yola çıkılarak bireylerin, sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığında psikolojik olarak olumsuz etkileneceklerini düşünme durumları ile cinsiyet durumları arasındaki istatistiksel verilere bakıldığında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür(p=0,001). Erkeklerin %47,4’ü “Hayır, olumsuz etkilenmem.” cevabını vermişken; kadınların %51,4’ü “Evet olumsuz etkilenirim.” cevabını vermiştir. Buna göre, sosyal medyada eleştirilme durumlarından etkilenimde kadınların daha hassas

olduğu sonucu çıkarılabilir. Her iki sorunun yanıtına bakıldığında sosyal medyada olumsuz eleştirilmenin diğer kişileri olumsuz etkileyeceği fikri yüksek oranda kabul edilmişken; bireylerin aynı duruma kendilerinin maruz kalması halinde olumsuz etkileneceklerini düşünme oranı daha düşük olmuştur. Bağlantılı olarak oluşturulan “Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?” sorusuna verilen yanıtlarda cinsiyete göre anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Cinsiyet durumu ile herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşıdaki kişiyi kırmamak adına yorumu yumuşatma durumlarının dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmuştur ($p=0,035$). Erkeklerin %82,7’si ve kadınların %91’i kırıcı olmamaya dikkat ettiklerini belirtmiştir. Genel tabloda da katılımcıları oluşturan 19-40 yaş arası bireylerin %87,8’inin sosyal medyada diğerlerini düşünerek yorum yaptığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyada eleştirilmek kimi zaman olumsuz sonuçlara yol açabilmekte, eleştirilen kişilerde psikolojik rahatsızlıkların ortaya çıkmasına sebebiyet verebilmektedir. Yapılan bir yorum sonrası, yorumu yapan kişi onu sanal dünyaya bağlayan telefon, tablet gibi cihazları bir kenara bırakıp hayatına devam ederken; ilgili yorumda yer alan kişi, sanal dünyanın yıkıcı etkisini fiziki dünyasına taşımaktadır. Sosyal medya eleştiri veya yorumları, intiharla dahi sonuçlanan örnekler karşımıza çıkarmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyada gereksiz ve yıkıcı eleştirinin insan psikolojisi üzerindeki olumsuz etkisinin göz ardı edilmemesi ve bu mecralardaki eleştirilerde hassas olmaya dikkat edilmesi gerekmektedir.

Çalışmanın hipotezlerinden biri olan “Bireyler, sosyal medyada tepki görme ihtimalinden dolayı paylaşım yapmaktan çekinmektedir.” düşüncesi için oluşturulan “Sosyal medyada paylaşmak istediğiniz ancak tepki görmekten korktuğunuz için görüş ve düşüncelerinizi paylaşmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu?” sorusuna verilen yanıtlar, %55,4 (229) “Evet”, %35,1 (145) “Hayır, olmadı”, %9,4 (39) “Kararsızım.” şeklinde olmuştur. Lisansüstü mezunu olanların %60,7’si, lisansüstü öğrencisi olanların %68,3’ü, üniversite mezunu olanların %51,3’ü ve üniversite öğrencisi olanların %48,4’ü, “Evet, oldu.” cevabını verirken; lise mezunu olanların %57,1’i “Hayır, olmadı.” yanıtını işaretlemiştir. Yanıtlar ile yaş ve cinsiyet durumları arasında anlamlı

bir farka rastlanmamıştır. Çıkan sonuca bakıldığında çalışmaya katılanların %55,4'lük kesiminin, tepki görme ihtimalinden dolayı sosyal medyada düşünce ve fikirlerini paylaşmaktan vazgeçtiği ortaya çıkmıştır. Bu azımsanmayacak bir orandır. Fakat burada tepki görme olarak bahsedilen durumun yalnızca sosyal medyada tepki olarak değerlendirilmesi pek doğru olmayacaktır. Zira sosyal medya tepkileri, gerçek hayatta yaşanabilecek farklı olumsuz deneyimlere neden olabilme ihtimalini de beraberinde taşımaktadır. Çeşitli paylaşımlar sonrasında, insanların işlerinden olma ihtimali dahi söz konusu olabilmektedir. Burada ifşa olma korkusundan söz edilebilir. Korku psikolojisi nedeniyle, sonrasında sorun yaşamamak adına bu platformlarda bireylerin gerçek düşüncelerini açıkça paylaşmakta yeterince özgür olmadığı anlaşılmaktadır. Konuyla bağlantılı olarak oluşturulan “Sosyal medyada özellikle siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinilmektedir.” hipotezi için katılımcılara yöneltilen “Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında; soruya verilen cevaplar ile eğitim durumu dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ($p < 0,001$). Lisansüstü mezunu olanların %67,9'u, lisansüstü öğrencisi olanların %66,3'ü, üniversite mezunu olanların %53,2'si “Evet, çekinirim.”, lise mezunu olanların %48,6'sı “Hayır, çekinmem.” ve üniversite öğrencisi olanların %39,1'i “Kararsızım.” yanıtını vermiştir. Aynı soruya verilen cevaplar yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde, cevapların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ($p < 0,001$). 19-20 yaş aralığındaki kişilerin %46,9'u kararsız olduğunu belirtirken; 21-24 yaş aralığının %61,9'u, 25-30 yaş aralığının %53,1'i, 31-34 yaş aralığındaki kişilerin %71,7'si ve 35-40 yaş aralığındaki kişilerin %52,3'ü “Evet, çekinirim.” yanıtını vermiştir. Soruya verilen yanıtlar ile cinsiyet durumlarının dağılımları incelendiğinde de istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmüştür ($p = 0,002$). Erkeklerin %53,8'i, sosyal medyada siyasi konular hakkında paylaşım yapmaktan çekinirken; kadınlarda da bu oran benzer şekilde %54,1 olarak yansımıştır. Genel toplamda bakıldığında toplam 413 katılımcının 222'sinin yani %54'ünün sosyal medyada siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekindiği sonucu ortaya çıkmıştır.

“Sosyal medyaya düşmek” son zamanlarda sıklıkla kullanılan tabirlerden biridir. Bunun neyden dolayı gerçekleşeceğini tahmin etmek zordur. Alakası olunan ya da olunmayan olumsuz bir olayla ya da yanlış anlaşılmayla sosyal medyada linçin nesnesi

konumunda yer almak her an herkesin başına gelebilecek bir ihtimaldir. Yaşanan sosyal medya linçlerinin, bireylerin kamusal alandaki davranışları üzerinde etkisi olup olmadığı merak edilmiştir. Sosyal medya linçlerinin insanların belli davranışlarında olumlu ya da olumsuz yönde bir baskı aracı yaratma durumu söz konusu olabilir. Sosyal ağlara düşme ve bu mecralarda linçe uğrama ihtimalinin, kullanıcıların gerçek hayattaki davranışları üzerinde etkisi olabileceği düşüncesinden hareketle katılımcılara “Sosyal medyaya konu olmamak için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerinize dikkat ediyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtların istatistiksel dağılımları ile cinsiyet, yaş ve eğitim durumu arasında anlamlı bir fark oluşmadığı görülmüştür. Çalışmaya katılım sağlayan 413 kişiden %55,7’lik dilimi oluşturan 230 kişi, sosyal medyaya düşme durumunun ya da ihtimalinin, gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerini kontrol etmesi üzerinde etkili olmadığını belirtirken; %32,9’luk kesimi oluşturan 136 kişi ise sosyal medyaya konu olmamak için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerinde daha özenli olmaya çalıştıkları yanıtını vermiştir. %11,4’lük kesimi oluşturan 47 kişinin konu hakkında kararsız olduğu anlaşılmıştır. Genel tabloya bakıldığında, sosyal medyada konuşulma ihtimalinin, bireylerin gündelik hayat içindeki davranışlarını kontrol etmede doğrudan etkilemediği sonucu ortaya çıkmakla; tamamen bir etkisizlikten de bahsedilemeyeceği aşıkardır.

Sanal linçler neredeyse her sosyal medya uygulamasında gerçekleştirilebilmektedir. Her sosyal medya uygulamasının öne çıktığı bir özellik vardır. Örneğin Instagram, daha çok görsel paylaşımlar ile ön plana çıkmaktadır. Twitter ise metin tabanlı, daha çok yazı paylaşma özelliği ile ön plana çıkmış bir uygulamadır. Duygu ve düşünceleri özellikle metinsel olarak paylaşım olanağı sağlaması, yapılan paylaşımlarda kullanılan hashtaglerle (#) bağlantı oluşturarak aynı konu hakkında diğer kullanıcıların paylaşımlarını görebilme ve bunları yeniden paylaşabilme, gündem oluşturabilme ve böylelikle bağlantılı olsun olmasın büyük kitlelere ulaşma imkanına sahip olması, Twitter’ı linç konusunda önemli, aktif ve merkezi bir konuma taşımaktadır. Sosyal medya linçlerinde en etkin platformun Twitter olduğu düşüncesinden yola çıkılarak katılımcıların bu konudaki düşünceleri merak edilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara yöneltilen “Sizce sosyal medya linçlerinin oluşmasında en etkili sosyal platform hangisidir?” sorusuna verilen

cevapların dağılımları ile cinsiyet durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmuştur ($p < 0,001$). Erkeklerin %73,1(114)'i ve kadınların %51,8(132)'i Twitter cevabını vermiştir. Erkeklerin %8,3(13)'ü, kadınların %36,9(94)'u ise Instagram cevabını vermiştir. Verilen yanıtların dağılımları ile yaş ve eğitim durumları arasında anlamlı bir fark oluşmamıştır. Çıkan sonuçlar da Twitter'ın sanal linç konusuna etkisine olan farkındalığı ortaya koymuştur.

Suskunluk sarmalı kuramına göre bireyler, kitle iletişim araçlarında gördükleri haber veya fikirleri, çoğunluğun düşüncesi ve genel kanaatmiş gibi algılayarak kendi görüşlerinin kitle iletişim araçlarında yansıtılardan farklı olması durumunda kitleden baskı görmemek, dışlanmamak için bu düşüncelerini açığa çıkarmakta sessizleşirler. Kendi düşüncelerinin kitle iletişim araçlarında gösterilenle benzer olması durumunda ise çoğunluktan destek alarak bu düşüncelerini ortaya koymaları ve güçlü bir şekilde savunmaları kolaylaşmaktadır. Noelle-Neumann'a ait bu kuram üzerinden gidildiğinde aynı şeyi sosyal medya platformları için söylemek mümkün müdür? sorusunu irdelemek adına katılımcılara “Düşüncelerinizin sosyal medyada başkaları tarafından paylaşılan ve desteklenen düşünceler olduğunu görmek, ilgili düşüncelerinizi sosyal medyada paylaşma durumunuzu etkiler mi?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların %41,9(173)'ü “Evet, düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.”; %44,6(184)'sı, “Hayır, etkilemez.”; %13,6(56)'sı ise “Kararsızım.” yanıtını vermiştir. Verilen yanıtların dağılımları ile eğitim durumu değerlendirildiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ($p = 0,028$). Lisansüstü mezunu olanların %53,6'sı, lise mezunu olanların %57,1'i, üniversite mezunu olanların %48,1'i ve üniversite öğrencisi olanların %46,9'u “Hayır etkilemez.” cevabını verirken; lisansüstü öğrencisi olanların %54,8'i “Evet düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.” yanıtını vermiştir. İlgili soru yanıtlarının dağılımları ile yaş ve cinsiyet arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Genel olarak bakıldığında, başkalarının sosyal medyada kendisiyle benzer düşünceler paylaşıyor olmasının, bireyin düşüncelerini, sosyal medya platformlarında açıklaması durumuna tam bir etkisinden bahsedilemez olduğu anlaşılmaktadır. Herhangi bir fiziki ortamda, diğerleriyle paylaşılan herhangi bir düşünce, sadece orada bulunan kişilerle paylaşılmış olurken sosyal medyada yapılan paylaşımlarda yer alan düşünceler, daha fazla kitleye ulaşmaktadır. Fikirler değişebilir niteliktedir. Bugün sahip olunan bir

görüŖe bakıŖ açısı, yıllar sonra tam zıddına da dönüşebilmektedir. Ancak sosyal medya, dolayısıyla internette yapılan paylaşımlar, yasal bir yola başvurulmadığı sürece daima bu sanal dünyada kalmaktadır. Özellikle popüler isimler, gençlik dönemlerinde Twitter’da yapmış olduğu bazı paylaşımlar nedeniyle sonraki yıllarda linç edilmekte ve bu durum bu kişiler için büyük sorun haline dönüşebilmektedir. Her ne kadar sosyal medyada benzer paylaşımlar gören birey, benzer düşüncesini paylaşma isteği içinde olsa dahi düşüncelerini rahatça açıklayamamasında farklı etkenler söz konusu olabilmektedir. Zira katılımcılara yöneltilen "Sosyal medyada aŖağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?" sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; katılımcıların en rahat paylaşım yaptığı konu “Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular” olurken; paylaşım yapılırken en az rahat olunan konu ise “Siyaset” olmuştur. Dolayısıyla paylaşım yapılan konuya bağlı olarak bireyin, duygu ve düşüncelerini sosyal medyada paylaşma durumu değişebilmektedir. Sosyal medya, özellikle Twitter, Habermas’ın kamusal alanına eŖ değer platform olarak görülebilir. Sosyal medyaya katılımın düşük maliyetli olması, etkileşimsel bir platform olması her ne kadar bireylere özellikle kamusal konularda ifade özgürlüğü sağlıyor gibi görünse de bireyleri demokratik katılıma yönlendirme konusunda yetersiz olduğu söylenebilir. Bu platformlarda özellikle siyasi konularda paylaşım yapılmaktan çekinildiği anlaşılmaktadır.

Toplumsal olaylarla ilgili tanınan isimlerin paylaşım yapması ya da yapmaması kimi zaman sosyal medya kullanıcıları tarafından eleştirilmekte, bu durum linç ve boykot kampanyalarına kadar gitmektedir. Toplumunu ilgilendiren konularda paylaşım yapmak ya da yapmamak bir onay ya da karŖıtlık ifadesi olarak değerlendirilebilmektedir. Hatta kimi zaman “x olayda paylaşım yapılırken farklı diğer bir olayda neden paylaşım yapılmadı” tarzı sitelerde bulunmaktadır. Bu durumdan yola çıkılarak oluşturulan ve katılımcılara yöneltilen “Toplum tarafından tanınan kişilerin ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşımları hakkında düşünceniz nedir?” sorusuna katılımcıların %47,7(197 kişi)’sinin “Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum.”; %39,7(164 kişi)’sinin “Paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmüyorum.”; %12,6(52 kişi)’sının “Kararsızım.” yanıtını verdiği görülmüştür. İlgili soruya verilen cevaplar yaŖ, cinsiyet ve eğitim değerkenlerine göre incelendiğinde tanınmış kişilerin toplumsal olaylarla

ilgili paylaşım yapması durumuna bakış açısının, eğitim durumuna göre değişmekte olduğu görülmüştür. Sorulara verilen cevaplar ve eğitim durumu dağılımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmuştur ($p=0,044$). Lisansüstü mezunu olanların %46,4'ü “Paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmüyorum.” yanıtını verirken; lisansüstü öğrencisi olanların %47,1'i, lise mezunu olanların %40'ı, üniversite mezunu olanların %53,2'si ve üniversite öğrencisi olanların %45,3'ü “Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum.” cevabını vermiştir. Verilen yanıtlar ile yaş ve cinsiyet durumları değerlendirildiğinde anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bağlantılı olarak oluşturulan “Toplumsal olaylarla ilgili paylaşım yapılmamasının, herhangi bir olaya destek ya da karşıtlığı ifade ettiği düşüncesine katılıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş; katılımcıların %32,4(134)'ü, “Katılıyorum”; %47,9(198)'ü, “Katılmıyorum”; %19,6(81)'si ise “Kararsızım.” yanıtını vermiştir. Katılımcıları oluşturan 19-40 yaş arası bireylerin büyük bir kısmının, tanınmış kişilerin toplumsal olaylar hakkında paylaşım yapmamasını herhangi bir olaya karşıtlık ya da destek olarak algılamadığı görülmüştür. Bu duruma ilişkin sosyal medya platformlarında çeşitli tartışmalar yaşanmaktadır. Dolayısıyla yaş faktöründen yola çıkılarak bakıldığında genç neslin büyük oranda sosyal medyada toplumsal olaylara ilişkin paylaşım yapılmamasını destek ya da karşıtlık olarak değerlendirmemesi bir noktada olumlu bir sonuç olarak nitelendirilebilir. Her zaman her konuda fikir beyan etme ya da paylaşım yapmanın mümkün olamayacağının bilincinde olunması gerekmektedir. Ki sosyal medyada bir konu hakkında fikir belirtici paylaşımlar yapmak, aynı zamanda karşıt fikir sahiplerinin eleştirilerini de kabul etmeye açık olmak, hatta bunu göze almak demektir. Çünkü bu durum, sosyal medya linç dediğimiz duruma evrilebilmektedir. Sosyal medyada bir konu hakkında fikir belirtme sonrası, ilgili paylaşımı yapanlar bir kalıba sokulabilmekte ve bundan sonraki süreçteki her durumda o kalıp üzerinden değerlendirilebilmektedir. Bu platformlarda yapılan yalnızca bir paylaşım dahi insanları kutuplaşmaya götürebilir olabilmektedir. Oysa herkesin her an her şeyi savunma hakkı olduğu gibi bir zaman sonra bu fikrinden vazgeçme hakkı da vardır. Fikirler değişebilir fakat sosyal medyada çoğunlukla hiçbir şey unutulmamakta ve yeniden gündeme getirilerek geçmiş ve şu an kıyaslanarak her sözün arkasından farklı bir anlam çıkarılmaya çalışılabilmektedir. Demokratik toplum gereği, insanların her türlü fikri, diğer fikir sahiplerine saygı çerçevesi içinde savunma hakkının var olduğunu kabul etmeli, insanları “o'cu” ya da “bu'cu” olarak kategorize etmeden

fikirlerle hoş görüyle yaklaşılmalıdır. Fikirler ve paylaşımlar nedeniyle çoğunlukla tanınmış isimlerin yoğun eleştiri ve baskıya maruz kaldığı görülmektedir. Veya denilebilir ki tanınmış insanlarla ilgili gelişmeler daha çok kişi tarafından dikkate değer bulunduğu için daha fazla gündeme gelmekte ve linçe katılan sayısının artması nedeniyle linçin boyutu ve etkisi artmaktadır. Bu duruma özellikle tanınmış isimlerin maruz kalmasından yola çıkılarak katılımcılara “Toplumsal konu veya sorunlarla ilgili sosyal medyada herhangi bir paylaşımda bulunmayan ünlü/popüler isimleri boykot (ürettikleri film/dizileri izlememek, konserlerine gitmemek gibi) eder misiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Soruya verilen cevapların dağılımları ile eğitim durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,027$). Lisansüstü mezunu olanların %67,9'u, lisansüstü öğrencisi olanların %67,3'ü, lise mezunu olanların %65,7'si, üniversite mezunu olanların %68,2'si ve üniversite öğrencisi olanların %54,7'si “Evet, boykot ederim.” yanıtını vermiştir. Yaş ve cinsiyete durumlarına göre diğer soruların dağılımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşmamıştır ($p>0,050$).

İnternet ortamı ve özellikle sosyal medya uygulamaları, her türlü bilginin dolaşıma sokulmasına imkân sağlayan bir yapıdadır. Her ne kadar zaman ve mekândan bağımsız, iletilerin çok sayıda kişiye ulaşması, çift yönlü iletişim açısından avantajlı olsa da bu durumun kimi zaman dezavantajları da ortaya çıkmaktadır. Özellikle sosyal medyadaki sanal kitlenin bir ürünü olarak karşılaştığımız sanal linç içerik ve paylaşımlarında aşağılama, küçük düşürücü ifadeler veya nefret söylemi barındıran ibareler ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda çalışma katılımcılarına, “Sosyal medyadaki hakaret, aşağılama, küçük düşürücü ifadeler ve nefret söylemi içerikli yorumlara sınırlama olmalı mı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların %77,2(319 kişi)'sinin sosyal medya yorumlarında sınırlama olması gerektiği düşüncesine sahip olduğu görülürken; %12,8(53)'sinin ise sınırlama olmaması, bu durumun ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmesi taraftarı olduğu görülmüştür. Katılımcıların %9,9(41 kişi)'u ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Bazı sosyal medya uygulamaları bu tarz ifadeler içeren içeriklere sınırlama getirirken genellikle bu ifadeler, sosyal medya platformlarında sıklıkla yer almaktadır. Bu durumun ne kadarı ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilebileceği ayrıca değerlendirilmesi gereken bir konudur.

İfade özgürlüğü, Anayasamızda güvence altına alınmıştır fakat bu hak tamamen sınırsız bir hak değildir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, herhangi bir ifade biçiminin yazılı, sözlü veya çizili şekilde olsun, içeriğin muhataplarını ya da çevreyi *şok edici, kızdırıcı, tiksindirici, rahatsız edici* şekilde etki bırakabilecek tarzda olabileceğini ancak asla cebir (zor kullanma) ve şiddeti teşvik ve destekleme, telkin ve tahrik edici, şiddet kullanımını öven ve şiddete yöneltici bir nitelikte olamayacağını vurgulamıştır (Gül ve Çakan, 2018:403). Dolayısıyla, düşüncelerin paylaşılmasında bir suç tanımı içine giren herhangi bir fiilin oluşması durumunda da ifade özgürlüğünün sınırları aşılmış olacaktır.

Sosyal medyada linç edilme, nefret söylemi ve veya dijital zorbalığa maruz kalma durumlarında mağdur edilenler, hakkını savunmak için yasal yollara başvurabilir. Bu tarz durumlarda mağdur eden kişi sahte hesap kullanmış olsa dahi yasal süreçlerde bu hesapları kullanan kişilere ulaşılabilir. Konuya ilişkin katılımcılara, sosyal medyada linçe uğrama durumunda yasal yollara başvuru yapma tercihleri sorulduğunda katılımcıların %62(256 kişi)'si "Yasal hakkımı kullanırım.", %17,2(71 kişi)'si ise "Yasal yollara başvurmaya gerek duymam." yanıtını tercih etmiştir. %20,8(86 kişi)'i ise "Kararsızım/Bilmiyorum." seçeneğini işaretlemiştir. Cinsiyete göre bakıldığında kadınların %58,3'ü, erkeklerin ise %64,3'ü "Yasal hakkımı kullanırım." yanıtını vermiştir. Günümüzde herkesin kendisini sosyal medya linçi içinde bulma ihtimali vardır. Bu süreç bazen yanıltıcı bazen mevcut görece olumsuz bir durum nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Linç edilen kişinin herhangi bir adli suç işlemiş olması durumunda da suça verilecek cezanın ve yerine getirilmesi gereken adaletin yargı makamı tarafından sağlanması gerekliliğinden hareketle sosyal medya eleştirilerinde aşırıya kaçılması ve zorbalık durumlarında linç edilen tarafın da yasal yollara başvurma hakkı bulunmaktadır.

Sosyal medyada linçin önüne geçilebilmesi için ilk yapılması gereken şey, küçük yaştan itibaren bireylere, sosyal medyayı doğru kullanabilme yetisini kazandırmaktır. Örneğin, bir haberle karşılaşıldığında sorgulama yapılabilmesi, mümkünse ilgili durumun farklı kaynaklardan teyit edilebilmesi, tepki verilmek istenmesi durumunda bunun seviyeli ve orantılı olarak yapılmasına yönelik bakış açısının kazandırılması önemlidir. Tepki kişiye hakaret, kişilik haklarını ihlal, kişiye psikolojik baskı şeklinde

değil, orantılı ve zarar vermeyecek şekilde gösterilmelidir (Sinkil, ty:p.23). Bireylere küçük yaşta empati duygusunun aşılması, sonraki yıllarda bilinçli bir internet ve sosyal medya kullanıcısı olmasını sağlayacak eğitimlerin verilmesi gereklidir. Tekrar etmek gerekir ki sosyal medyada linç, farklı şekillerde gerçekleşmekte; konusu ve öznesi değişse de kitleler tarafından yapılan yıkıcı eleştiri, hakaret ve nefret söylemi içerikleriyle yaratılan yoğun psikolojik baskı üzerinden ilerlemektedir. Öteki ve biz ayrımıyla oluşan nefret söylemlerinin çoğunlukla bireyin içinde büyüdüğü, yetiştiği toplumun tarihinden, kültüründen kaynaklandığı söylenebilir. Kültürün nesilden nesile aktarıldığı düşünüldüğünde, ilk eğitimde çocuklara empati duygusunun aşılması, etik ve ahlaki kavramların aşılmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, herkesin az da olsa mevcut durumların hukuki boyutuna ilişkin neyin suç olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusunda bilgi sahibi olması da önemlidir. Cezai yaptırım konusunda da teknolojinin sunduğu imkanlardan yararlanarak, linçe katılanların kimlik tespitinin yapılması ve ceza uygulanmasının temin edilmesi, linçe mücadele yolunda önemli bir konudur. Bunun da tamamen mümkün olamaması halinde linçi başlatan, hedef gösterici açıklamalarda bulunan kişi ya da kişilere ceza yoluna gidilebilmektedir (Sinkil, ty: p.24).

Sosyal medyada linç edilen kişiler bir süre yoğun eleştiriye, hakarete, alay edilmeye maruz bırakılarak gündeme getirilmekte ve başka bir linç konusu ortaya çıkıncaya kadar gündemde tutulmaktadır. Kişiler ve olaylar değişse de ortaya çıkan tablo çoğunlukla aynıdır. Bazı durumlarda bireyler, normalde yüz yüze iletişim içinde söyle(ye)meyecekleri şeyleri klavye arkasından rahatça yazabilmektedir. Her ne kadar anayasamız ifade özgürlüğünü güvence altına alsın da düşünce ifade ederken Türk Ceza Kanunu hükümlerinin de dikkate alınması gereklidir. Unutulmamalıdır ki sosyal medyada bugün gerçekten mağdur edilen kişinin yerinde yarın kimin yer alacağı belli değildir. Bu nedenle sosyal medyadaki paylaşımlar, eleştiriler konusunda her bireyin kendi üstüne düşen sorumluluğun bilincinde olması gerekmektedir. Nasıl ki sanal kitleyi oluşturan birey ise kitleyi dönüştürecek olan da yine aynı kişidir.

Sosyal medyada linç, kimi zaman magazinsel olaylar üzerinden gerçekleştirilirken kimi zaman da adli suç olarak değerlendirilebilecek ciddi sonuçları olmuş olaylara sebebiyet veren kişiler üzerinden gerçekleştirilmektedir. Sosyal

medyada özellikle Twitter, günümüzde öylesine önemli bir konumdadır ki adli boyutu bulunan olaylara ilişkin destek ya da sonuç almak ve hakkını aramak isteyen kişiler adaletin sağlanması için bu platformlarda seslerini duyurmaya çalışmaktadır. Bu aşamada fail konumunda olanlara yönelik tepkinin linç boyutunda değerlendirilip değerlendirilemeyeceği tartışılabilir. Göz ardı edilmemesi gereken bir konu da bazı durumlarda yanlış veya eksik bilgilendirmeyle ya da kötü niyetle yapılan paylaşımlarla masum insanların mağdur edilmesi durumudur. Bu nedenle sosyal medyada gündeme gelen ve adli boyutu bulunan olaylar ve sonrasındaki süreçler tamamen farklı bir çalışmada ele alınması ve irdelenmesi gereken durumlar olarak düşünüldüğü için çalışmaya dahil edilmemiştir.



KAYNAKÇA

Açıkel, Suna Yılmaz “Linç Kültürü ve Milliyetçilik Üzerinden Türkiye’ye Bakmak”, Genç Araştırmacılar Tartışıyor Siyasi İlimler Türk Derneği VIII. Lisansüstü Konferansı Bildirileri Seçkisi, Ed: Şule Kut, Hasret Dikici Bilgin, Zeynep Alemdar ve Umut Azak, Okan Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s155-169.

Agamben, Giorgio (2013). Kutsal İnsan-Egemen İktidar ve Çıplak Hayat. (Çev. İsmail Türkmen) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Aloğlu, Ebru (2018). Sosyolojik Perspektiften ve Toplumsal Şiddet Sarmalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Altan, Hayriyem, Z. (2015). “Sosyal Medyanın Kullanımlar ve Doymalar Haritası: Youtube, Facebook, Twitter”. A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Ed.), Sosyal Medya Araştırmaları 2. Konya: Çizgi Yayınevi, s.77–117.

Armağan, Ahsen (2013). “Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları”. Akademik Bakış Dergisi, (37), s.1–20.

Baban, E., (2012). “McLuhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu”. Sosyal Medya Akademi (Edt. Tolga Kara, Ebru Özgen), İstanbul: Beta Yayınları, s. 57-79.

Bal, Fatih (2018). “Sosyal Grup Yanlılığının Cinsiyet Farklılığına Göre Belirlenmesi”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(58), s.431-447.

Balaban-Salı, Jale (2012). “Yeni Medya Okuryazarlığı”. (Ed. Deniz Engin) Yeni Medya ve... İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, s.219-309.

Başlar, Gülşah (2013). “Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijital Kapitalizm”. Akademik Bilişim 2013- XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya. s.823-831.

Bauman, Zygmunt (2012). Küreselleşme- Toplumsal Sonuçları. (Çev. Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2015). Sosyolojik Düşünmek. (Çev. Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belge, Murat (2006). Linç Kültürünün Tarihsel Kökeni: Milliyetçilik. (Söyleşi: Berat Günçikan) İstanbul: Agora Kitaplığı.

Binark Mutlu, Tuğrul Çomu (2012). “Sosyal medyanın nefret söylemi için kullanılması ifade özgürlüğü değildir!”, <https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir/> Erişim Tarihi:03.11.2019.

Bora, Tanıl (2014). Türkiye'nin Linç Rejimi. 3. Baskı, İstanbul: Birikim Yayınları.

Canetti, Elias (2003). Kitle ve İktidar. (Çev: Gülşat Aygen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Chambell, Charlie (2013). Günah Keçisi. (Çev. Gizem Kastamonulu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cengiz Gül, Seher Çakan (2018). "Aihm Kararları Işığında Nefret, Şiddet Ve Müstehcen İçerikli Söylemler Bakımından İfade Özgürlüğünün Sınırlandırılması". s.366-410. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/475488>

Çomu, Tuğrul (2012). Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Çelik, Hilal, Mustafa Otrar (2009). "Saldırganlık Envanterinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları". M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, Sayı:29, s.101-120.

Dedeoğlu, S. Gözde (2013). "İnternet ve Demokrasi: Doğru Bilgi, Özgür İletişim, Katılım ve Eşitlik Bağlamında İnternet ve Demokrasi İlişkisi". XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı (11-17). İstanbul.

Demirtaş, H. Andaç (2003). "Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavramlar ve Varsayımlar", İletişim Araştırmaları Dergisi, 1(1), s. 123-144.

Dilmen, Necmi Emel (2007). "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri- Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları". Marmara İletişim Dergisi, 12(12), s.113-122.

Doruk, Sevimece Karadoğan, (t.y.). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi'nde okutulmak için hazırlanmış bir ders notu niteliğinde eser. <http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/sbayontemleri.pdf>.

Duman, Kenan (2019). "Gustave Le Bon'un Sosyal Bulaşma Düşüncesinin Yeni Medyadaki Yansıması: Dijital Linç Kavramı ve Twitter İçerik Analizi". Arel Üniversitesi, https://www.academia.edu/20097038/GUSTAVE_LE_BON_UN_SOSYAL_BULAŞMA_DÜŞÜNCESİNİN_YENI_MEDYADAKI_YANSIMASI_DIJITAL_LİNÇ_KAVRAMI_VE_TWITTER_İÇERİK_ANALIZI.

Engindeniz, İdil (2013). "1. Bölüm: Yazılı Basında Nefret Söylemi". Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Dil: Mayıs-Ağustos 2013 Raporu, <http://nefretsoylemi.org/rapor/mayis-agustos-rapor-final.pdf>, Erişim Tarihi: 03.11.2019.

Eraslan, Levent (2016). Sosyal Medyayı Anlamak (Bir Sosyal Medya Rehberi). Geliştirilmiş 2. Basım, Ankara: Nobel Yaşam.

Erçolak, Nevzat (2017). Twitter’da Türkçe Veriler Üzerinde Hakaret Suçu Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü, Ankara.

Ersöz, S. (2005). “İnternet ve Demokrasinin Geleceği”. Selçuk İletişim Dergisi, 3(4), s.122–129.

Facoult, Michel (2003). İktidarın Gözü Seçme Yazılar 4. (Çev. Işık Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Freud, Sigmund (1975). Kitle Psikolojisi. (Çev. Kamuran Şipal). İstanbul: Bozak Yayınları.

Girard, Rene (2003). Günah Keçisi. (Çev. Işık Ergüden). İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Goffman, Erving (2014). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. (Çev. B. Sezar). İstanbul: Metis Yayınları.

Göregenli, Melek (2011). “Temel Kavramlar: Önyargı, Kalıpyargı ve Ayrımcılık”. (Der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan). Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.17-27.

Görmüş, Alper (2015). “Savaşa dönüşmüş siyaset, medya, sosyal medya”. <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/savasa-donusmus-siyaset-medya-sosyal-medya>, Erişim Tarihi: 26.12.2019.

Güdekli, Aysad (2016). “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın ile Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (35), s.151–163.

Gürşad, Ulaş (13.01.2013). Twitter’ın Yaramaz Çocukları. <http://www.milliyet.com.tr/pazar/twitter-in-yaramaz-cocuklari-1654692> 30.12.2019 Erişim Tarihi: 30.12.2019.

Hasta, Derya, Müzeyyen Eda Güler (2013). “Saldırganlık: Kişilerarası İlişki Tarzları ve Empati Tarzları ve Empati açısından Bir İnceleme”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2013, 4(1), s. 64-104.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2010). Günümüzde İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Yayınevi.

Karaduman, Sibel (2010). “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”. Journal of Yaşar University, 17(5), s. 2886-2899.

Karagöz, Kezban (2013). “Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri”. İletişim ve Diplomasi, 1, 131–157.

Karaman, M. Kemal, Meltem Kurtoğlu (2009). “Öğretmen Adaylarının İnternet Bağımlılığı Hakkındaki Görüşleri” Akademik Bilişim ’09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 11-13 Şubat 2009, Şanlıurfa: Harran Üniversitesi 641-650.

Kaya, Aysun (2011). Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kırık, Murat A. (2017). Sosyal Medya Araştırmaları 1. (Ed. A. Büyükaslan ve A. M. Kırık). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”. s. 69-102. Konya: Çizgi Kitapevi.

Koç, Merve (2017). “Dramaturjik Teori Çerçevesinde Sosyal Medyada Engelli Bireylerin Benlik Sunumu”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 10(1), s. 262–281.

Le Bon, Gustave (1997). Kitleler Psikolojisi. (Haz. Yunus Ender). İstanbul: Hayat Yayıncılık. Birinci Baskı.

“Nefret Söylemi Nedir?”, (2018). http://www.nefretsoylemi.org/nefret_soylemi_nedir.asp. Erişim Tarihi: 03.11.2019.

Neumann, Noella Elisabeth (1998). Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi. (Çev. Murat Özkök). Ankara: Dost Kitapevi.

Özocak, Gürkan (2013). “Sosyal Medyada İşlenen Suç Tipleri ve Suçluların Tespiti”. Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli. <http://www.ozocak.com/dosyalar/a104b3.pdf> Erişim Tarihi: 03.05.2021.

Özsoy, Duygu (2015). “Tweeting Political Fear: Trolls in Turkey”. Tarih Okulu Dergisi (TOD). Yıl 8, sayı XXII, s. 535-552.

Özturan, Gürkan (2014). “Dijital Gettolarda Mahalle Baskısı”. (Ed. Savaş Çoban). Direnişin @ Hali”, s. 89-91. <http://yesildusunce.org/dl/uploads/INTERAKTIVIST-WEB.pdf> Erişim Tarihi: 24.01.2020.

Paker, Murat (2011). Psikolojik Açından Önyargı ve Ayrımcılık. (Der. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan). Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.41-52.

Rousseau, Jean Jacques (2012). Toplum Sözleşmesi. (Çev. Vedat Günyol). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Sayımer, İdil (2014). “Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri”. Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi, 2(2), s.97–112.

Schnapper, Dominique (2005). Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki ile İlişki. (Çev. Ayşegül Sönmezer). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Araştırma Yayınları.

Sinkil, Abdullah, (t.y.). Sosyal Medyada Linç ve Hukuki Sonuçları. <https://teknolojivehukuk.com/proje.php?ID=63&x=SOSYAL%20MEDYADA%20L>

%C4%B0N%C3%87%20VE%20HUKUK%C4%B0%20SONU%C3%87LARI
Erişim tarihi: 12.07.2019.

Simmel, Georg (2009). Bireysellik ve Kùltür. (Çev. Tuncay Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.

Solmaz, Taner (2016). Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Medya Okuryazarlığı. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Şener, Gülüm (2006). "İnternet ve Demokrasi İlişisine Dair Eleştirel Bir Yaklaşım". inet-tr'06 - XI. "Türkiye'de İnternet" Konferansı Bildirileri. Ankara: s. 63-67.
Taşkıran, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayınları.

Taiwo, Rotimi (2014). Impoliteness in online forums: A study of trolling in Nairaland. (Haz. Innocent Chiluwa, Presley Ifukor, Rotimi Taiwo). Pragmatics of Nigerian English in Digital Discourse. Münih: Lincom Europa, s. 67-76.

Tokgöz Bakıroğlu, Cemile (2013). "Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları". XV. Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya. s.1047-1054.

Toprak, Ali, Ayşenur Yıldırım, Aygöl Eser vd. (2014). Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook "Görülüyorum Öyleyse Varım!". İkinci Baskı. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Toprak, Mehmet (2018). Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Nefret Söylemi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Turan, Yahya (2016). Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü. (Ed. Y. Ünal, Ş. Pekdemir, Y. B. Gündoğdu O. İyibilgin ve S. Kar). Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu. Ordu: s.399-420.

Türk, Gül Dilek (2017). "Sanal Dünyada Linç Kùltürü". Ed. Ali Murat Kınık. Medya Çağında İletişim. İstanbul: Çizgi Kitapevi, s. 463-486.

Ulaş, Karan (2013). "Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret" Ed. Mahmut Çınar. Medya ve Nefret Söylemi. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, s. 95-125.

Vardal, Zeynep Burcu (2015). "Nefret Söylemi ve Yeni Medya". Maltepe Üniversitesi İletişim Fakùltesi Dergisi, Bahar · 2(1), s. 132-156.

Vergin, Nur (2007). Siyasetin Sosyolojisi Kavramlar, Tanımlar, Yaklaşımlar. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Vural, Z. Beril Akıncı, Mikail Bat (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. Journal of Yasar University, 20(5), s.3348-3382.

Yaylagül, Levent (2018). Kitle İletişim Kuramları- Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yılmaz, Ayşe Büşra, Cem Işıkdoğan (2017). “Yeni Medyada Troller ve Trollük Kültürü”. Intermedia International E-journal, 4(7), s.330-346.

Yılmaz, Zeynep (2012). Hukuki Açıdan Toplumsal Şiddet Olarak Türkiye’de Linç. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yüksel, Mehmet (2014). “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 58-1, 9(4), s.181–213.

EK 1: ANKET FORMU

Yaşınız :

Cinsiyetiniz:

- Kadın Erkek

Eğitim Durumunuz:

- Lise Mezunu Üniversite Öğrencisi Üniversite Mezunu Lisansüstü Öğrencisi Lisansüstü Mezunu

1. Sosyal medya uygulamalarında kullanmış olduğunuz hesaplarla ilgili aşağıdakilerden uygun olanı işaretleyiniz. (Cevabınız a seçeneği ise sonraki soruyu boş bırakınız.)

- a) Yalnızca gerçek kimliğimin belli olduğu hesabım var.
b) Hem gerçek hem anonim hesabım var.
c) Yalnızca anonim hesabım var.

2. Hangi sosyal medya uygulamasında/uygulamalarında anonim hesabınız bulunmakta?(Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

- Facebook
 Instagram
 Twitter
 Youtube
 TikTok
 Diğer(Belirtiniz)...

3. Sosyal medyada olumsuz bir olayla gündeme gelen ve konuşulan kişilere yönelik hakaret, küfür içerikli veya nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek ifadeler içeren yorum yaptınız mı? (Cevabınız hayırsa sonraki soruyu boş bırakınız.)

- a) Evet b) Hayır c) Bilmiyorum/Hatırlamıyorum.

4. Olumsuz içerikli paylaşım veya olumsuz eleştiri yaptığımız sosyal medya hesabınızla ilgili uygun seçeneği işaretleyiniz? (Cevabınız a seçeneği ise diğer soruyu boş bırakınız.)

- a. Bireysel kimliğin belli olduğu sosyal medya hesabı
b. Anonim bir hesap
c. Her ikisi de

5. Yorumlarınızı anonim hesapla yapma sebebiniz nedir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

- Kimliğimin açığa çıkmasını istemiyorum.
 Anonim hesapla kendimi daha rahat ifade edebiliyorum.
 Yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalmak istemiyorum.

- Yaptığım paylaşım ve yorumlara gelebilecek kötü eleştirilerden etkilenmemek için.
- Diğer... (Belirtiniz)

İkinci bölüm

6. Sosyal medya platformlarında ne kadar özgür hissediyorsunuz?

- a) Tamamen özgür hissediyorum.
- b) Kısmen özgür hissediyorum.
- c) Kararsızım.
- d) Kısmen özgür hissetmiyorum.
- e) Tamamen özgür hissetmiyorum.

7. Sosyal medyada aşağıdaki konularda hangisiyle ilgili daha rahat bir şekilde paylaşım yaparsınız?

- a) Magazin b) Toplumsal sorunlar c) Sanat-Kültür d) Siyaset
- e) Teknoloji-Bilim f) Spor g) Dış İlişkiler
- ğ) Günlük hayatla ilgili kişisel deneyimler, duygular e) Diğer(Belirtiniz)...

8. Siyasi konularda paylaşım yapmaktan çekinir misiniz?

- a) Evet, çekinirim.
- b) Hayır, çekinmem.
- c) Kararsızım.

9. Sosyal medyada, iktidarda olan devlet görevlileri hakkında eleştiri yapmakla ilgili aşağıdakilerden sizin için uygun olanı işaretleyiniz.

- a) Devlet görevlilerini sosyal medyada eleştirmekten çekinirim.
- b) Saygı çerçevesi içinde eleştirimi yapabilirim, yapıyorum.

10. Düşüncelerinizin sosyal medyada başkaları tarafından paylaşıldığını görmek bu düşüncelerinizi sosyal medyada paylaşma durumunuzu etkiler mi?

- a) Evet, düşüncelerimi daha rahat şekilde açıklayabilirim.
- b) Hayır, etkilemez.
- c) Kararsızım.

11. Sosyal medyada paylaşmak istediğiniz ancak tepki görmekten korktuğunuz için görüş ve düşüncelerinizi paylaşmaktan vazgeçtiğiniz oldu mu? (Cevabınız hayırsa sonraki soruyu boş bırakarak diğer soruya geçiniz.)

- a) Evet, oldu.
- b) Hayır, olmadı.
- c) Hatırlamıyorum.

12. Sosyal medyada paylaşmaktan vazgeçtiğiniz düşünce veya görüşleriniz genellikle aşağıdakilerden hangisi hakkındadır?

- a) Siyaset
- b) Dini Konular
- c) Ülkenin ekonomik sorunları
- d) Genel Devlet Politikaları
- e) Diğer (Belirtiniz).....

13. Bir konu hakkında tepki göreceğinizi düşündüğünüz paylaşımları tepki görme ihtimalinize karşı yine de yapar mısınız?

- a) Evet, yaparım.
- b) Hayır, tepki göreceğimi düşündüğüm konuyla ilgili paylaşım yapmam.
- c) Kararsızım.

Üçüncü Bölüm

14. Sosyal medyada olumsuz eleştiri aldığınızda psikolojik olarak olumsuz etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?

- a) Evet, olumsuz etkilenirim.
- b) Hayır, olumsuz etkilenmem.
- c) Kararsızım.

15. Sosyal medyada olumsuz eleştirilmenin, eleştirilen kişiler üzerindeki psikolojik etkisiyle ilgili düşünceniz nedir?

- a) Olumsuz etkileneceklerini düşünüyorum.
- b) Olumsuz etkileneceklerini düşünmüyorum.
- c) Kararsızım.

16. Herhangi biri hakkında sosyal medyada olumsuz eleştiri yaparken karşınızdaki kişiyi kırmamak adına yorumunuzu yumuşatır mısınız?

- a) Evet, kırıncı olmamaya dikkat ederim.
- b) Hayır, içimden geldiği gibi paylaşımımı yaparım.
- c) Kararsızım.

17. Sosyal medyadaki hakaret, aşağılama, küçük düşürücü ifadeler ve nefret söylemi içerikli yorumlara sınırlama getirilmeli mi?

- a) Evet, sınırlama olmalı.
- b) Hayır, bu durumun ifade özgürlüğü kapsamında olduğunu düşünüyorum.
- c) Kararsızım.

Dördüncü Bölüm

18. Son zamanlarda sosyal medyada kişilere yönelik gerçekleştirilen sanal linçlerin arttığı düşüncesine katılıyor musunuz?

- a) Katılıyorum.
- b) Katılmıyorum.

- c) Kararsızım.
- 19. Sosyal medya linçlerini düşündüğünüzde benzer durumlara maruz kalma ihtimalinizi düşündüğünüz oldu mu?**
- a) Evet b) Hayır c) Kararsızım.
- 20. Sosyal medyaya konu olmamak için gündelik hayat içindeki hal ve hareketlerinize dikkat ediyor musunuz?**
- a) Evet, daha özenli davranmaya çalışıyorum.
b) Hayır, etmiyorum.
c) Kararsızım.
- 21. Sosyal medyada hakaret, aşağılama gibi küçük düşürücü yorumlara maruz kalırsanız yasal yollara başvurur musunuz?**
- a) Evet, yasal haklarımı kullanırım.
b) Hayır, yasal yollara başvurmaya gerek duymam.
c) Kararsızım. /Bilmiyorum.
- 22. Sizce sosyal medya linçlerinin oluşmasında en etkili sosyal platform hangisidir?**
- a) Ekşi Sözlük b) Facebook c) Instagram d) Twitter e) Diğer
(Belirtiniz.).....

Beşinci Bölüm

- 23. Toplum tarafından tanınan kişilerin ülkeyi ilgilendiren toplumsal olaylar hakkında sosyal medyada paylaşımları hakkında düşünceniz nedir?**
- a) Bu tarz konularda paylaşım yapmaları gerektiğini düşünüyorum.
b) Paylaşım yapmak zorunda olduklarını düşünmüyorum.
c) Kararsızım.
- 24. Toplumsal konu veya sorunlarla ilgili sosyal medyada herhangi bir paylaşımında bulunmayan ünlü/popüler isimleri boykot (ürettikleri film/dizileri izlememek, konserlerine gitmemek gibi) eder misiniz?**
- a) Evet, boykot ederim.
b) Hayır, herhangi bir geri bildirimde bulunmam.
c) Kararsızım.
- 25. Ünlü kişiler göz önünde oldukları için yaptıkları paylaşımlar dolayısıyla ağır eleştiri, hakaret, aşağılama ve küfre daha çok maruz kaldığı düşüncesine katılıyor musunuz?**
- a) Katılıyorum. b) Katılmıyorum. c) Kararsızım.
- 26. Toplumsal olaylarla ilgili paylaşım yapılmamasının, herhangi bir olaya destek ya da karşıtlığı ifade ettiğini düşüncesine katılıyor musunuz?**

- a) Katılıyorum.
- b) Katılmıyorum.
- c) Kararsızım.

Altıncı Bölüm

27. Sosyal medyada kişilere yönelik sosyal linçlerle ilgili genel görüşünüz nedir?

- a) Kişilerin genellikle bu linçi hak ettiğini düşünüyorum.
- b) Kişilerin genellikle bu linçi hak etmediğini düşünüyorum.
- c) Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin abartıldığını düşünüyorum.
- d) Kararsızım.
- e) Olumsuz olaylarla gündeme gelen kişilere yönelik tavrın/tepkinin bazen yetersiz olduğunu düşünüyorum.

28. Gerçek hayatta yaşanan olayların sosyal medyaya yanlış aktarılması sonucu, suçsuz insanların haksızlığa uğradığı düşüncesine katılıyor musunuz?

- a) Katılıyorum.
- b) Katılmıyorum.
- c) Kararsızım.

29. Sosyal medyada haksız linçler yapıldığını düşünüyor musunuz? (Cevabınız hayır veya kararsızım ise bir sonraki soruyu boş bırakınız.)

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Kararsızım.

30. Sosyal medyada haksız yere gerçekleştirilen linçlerin sizce en önemli nedeni nedir?

- a) İlgi çekmek isteyen insanların da konuyla ilgili paylaşım yapması
- b) İnsanların araştırma yapıp olayı doğrulamadan konuyla ilgili paylaşımlar yapması
- c) İnsanların empatiden yoksun olması
- d) Sosyal medya fenomenlerinin teşvik edici paylaşımları
- e) Diğer (Belirtiniz)...

31. Sosyal medyada gündeme gelen ve ilginizi çeken konular hakkında, olayın gerçekliği ve doğruluğuyla ilgili araştırma yapma gereksinimini hissediyor musunuz?

- a) Evet, güvenilir bulduğum kaynaklardan teyit etmeye çalışırım.
- b) Hayır, yalnızca denk geldiğim paylaşımlara göre fikir sahibi olurum.
- c) Kararsızım.

ÖZ GEÇMİŞ

2011 yılında Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde Lisans Eğitimine başladı. 2013 yılında yatay geçiş yaptığı Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden 2015 yılında mezun oldu. 2016 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Eğitimine başladı. 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılı güz döneminde Adam Mickiewicz University Faculty of Political Science and Journalism'de bir dönem Erasmus Öğrenim Hareketliliğine katıldı.

