



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Mohammad Nayef Turki SHATNAWI

**ORTA DOĞU'DAKİ KADINLARA YÖNELİK NEFRET SÖYLEMLERİNİN
DESTEKLENMESİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ
ÜRDÜN, SUUDİ ARABİSTAN, MİSİR ÖRNEKLERİ**

İletişim Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2021



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Mohammad Nayef Turki SHATNAWI

**ORTA DOĞU'DAKİ KADINLARA YÖNELİK NEFRET SÖYLEMLERİNİN
DESTEKLENMESİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ
ÜRDÜN, SUUDİ ARABİSTAN, MİSİR ÖRNEKLEMİ**

Danışman
Prof. Dr. Ahmet AYHAN

İletişim Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2021

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Mohammad Nayef Turki SHATNAWI'nin bu çalışması, jürimiz tarafından İletişim Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir..

Başkan : Doç. Dr. Yeşim ÇELİK (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof.Dr. Ahmet AYHAN (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Zuhel GÖK DEMİR (İmza)

Üye : Doç.Dr. Ali KORKMAZ (İmza)

Üye : Doç.Dr. Fatma ÇAKMAK (İmza)

Tez Başlığı: Orta Doğu'daki Kadınlara Yönelik Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü.

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

Tez Savunma Tarihi : 23/ 12 / 2021

Mezuniyet Tarihi : 13 / 01 /2022

(İmza)
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Orta Doğu’daki Kadınlara Yönelik Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Mohammad Nayef Turki SHATNAWI





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



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Mohammad Nayef Turki SHATNAWI
Öğrenci Numarası	20165243001
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı
Programı	Doktora
Programın Türü	() Tezli Yüksek Lisans (X) Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Ahmet AYHAN
Tez Başlığı	Orta Doğu'daki Kadınlara Yönelik Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü
Turnitin Ödev Numarası	

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam sayfalık kısmına ilişkin olarak, ././2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç %

alıntılar dahil %

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

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

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

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

Gerekçe:

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

./ ./ /2021

(imzası)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı
Prof. Dr. Ahmet AYHAN

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	v
GÖRSELLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	xi
ÖNSÖZ.....	xiii
GİRİŞ	1
Literatür Taraması	4

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI VE NEFRET SÖYLEMLERİ

1.1 Sosyal Medya Platformları.....	7
1.1.1. Twitter.....	9
1.1.2. Facebook	11
1.1.3. Instagram.....	12
1.1.4. Youtube.....	13
1.1.5. WhatsApp.....	14
1.1.6. TikTok.....	15
1.1.7. Snapchat	16
1.2. Nefret Söylemi.....	17
1.2.1. Nefret Söyleminin Çeşitleri.....	20
1.2.1.1. Irk Temelli Nefret Söylemi.....	20
1.2.1.2. Siyasal Temelli Nefret Söylemi.....	21
1.2.1.3. Cinsiyet Temelli Ve Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi	23
1.2.1.4. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi	24

.1.2.1.5 Engellilere Yönelik Nefret Söylemi	24
1.2.1.6. Yabancılarla ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi	24
1.3. Nefret Söylemi İle Bağlantılı Kavramlar	25
1.3.1. Ayrımcılık	25
1.3.2. Önyargı.....	28
.1.3.3 Damgalama (stigma).....	29
.1.3.4 Kalıpyargılar(Streotipler).....	30
1.4. Orta Doğu'da nefret söylemi	31
1.4.1. Sosyal Medyada Nefret Söylemi	33
1.4.2. Twitter'da Nefret Söylemi	35
1.5. Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi	37
1.6. Online Nefret Söyleminin Kadınlara Etkisi	40
1.6.1. Kadın Sağlığı Ve Sosyal Gelişimi Üzerindeki Etki.....	41
1.6.2. Ekonomik Etki.....	42
1.6.3. Toplumsal Etki	43

İKİNCİ BÖLÜM

ORTA DOĞU VE NEFRET SÖYLEMİ

2.1. Orta Doğu'da Sosyal Yaşam	44
2.1.1. Demografik Yapı.....	44
2.1.2. Gelenekler ve Yaşam Tarzı	47
2.1.3. Eğitim öğretim	52
2.1.4. Yönetim Sistemi ve Siyasal Yaşam	57
2.1.5. Orta Doğu'da kadın hakları	61
2.2. Orta Doğu'da Kadınlara yönelik Online Nefret Söylemi	66
2.3. İfade Özgürlüğü ve Nefret Söylemi.....	68
2.4. Kadınlara Yönelik Nefret Söylemini Durdurma	71

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın amacı.....	75
3.2. Araştırmanın önemi	76
3.3. Araştırmanın Örneklemi	76
3.4. Araştırma yöntemi	78
3.4.1. Nitel İçerik Analizi	79
3.4.2. Söylem Analiz Yöntemi.....	81
3.4.2. Anket araştırma yöntemi.....	87
3.5. Veri toplama süreci.....	87
3.5.1. Twitter verileri	87
3.5.2. Nefret söylemini algılamak için cümle yapısını kullanma.....	89
3.5.3. Alan araştırması (Anket Tekniği).....	90
3.6. Veri analizi	91
3.6.1. Analiz Bulguları.....	91
3.6.2. Alan araştırması (Anket Tekniği)	141
SONUÇ.....	148
KAYNAKÇA.....	152
ANKET FORMU	183
ÖZGEÇMİŞ	187

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.....	92
Şekil 3.2 Nefret söylemi içeren “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili Retweet sayısı.....	93
Şekil 3.3 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.....	104
Şekil 3.4 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet sayısı	105
Şekil 3.5 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.	114
Şekil 3.6 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet sayısı.....	114
Şekil 3.7 “Sen bir kızsın” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.....	122
Şekil 3.8 “Sen bir kızsın” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet Sayısı.....	123
Şekil 3.9 Nefret söylemi içeren “Akıllı Noksandır” ifadesiyle ilgili tweet sayısı.	131
Şekil 3.10 Nefret söylemi içeren “Akıllı Noksandır” kelimeye ilişkin Retweet sayısı.	132
Şekil 3.11 Anket katılımcıları için menşe ülke.....	142
Şekil 3.12 Cevapların yaş gruplarına göre dağılımı.....	142
Şekil 3.13 Anket yanıtları için mevcut durum.....	143
Şekil 3.14 Online nefret söylemiyle ilgili genel kişisel deneyimler	144
Şekil 3.15 Online nefret söylemi almak için algılanan nedenler.	144
Şekil 3.16 Online nefret söylemine tepkiler.	145
Şekil 3.17 Online nefret söyleminden sorumlu.	146
Şekil 3.18 Genel olarak online nefret söylemine maruz kalma.	146
Şekil 3.19 Nefret söylemi ile ilgili platformlardan tepki.	147

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2. 1 Orta Doğu Nüfusu, 2018-2030 (Milyon).....	45
Tablo 2. 2 Nüfus, kadın sayısı, medya kullanıcı sayısı, Twitter kullanıcı sayısı ve çalışma alanındaki kadın Twitter kullanıcı sayısı	46
Tablo 2. 3 İfade özgürlüğü ile nefret söylemi arasındaki fark.	71
Tablo 3. 1 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.....	94
Tablo 3.2. 1 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.	95
Tablo 3.2. 2 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.	97
Tablo 3.2. 3 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.	98
Tablo 3.2. 4 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.	99
Tablo 3.2. 5 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.	100
Tablo 3.2. 6 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.	102
Tablo 3.3 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve Evlenmemiş kelimesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.....	105
Tablo 3.4. 1 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.	106
Tablo 3.4. 2 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.	108
Tablo 3.4. 3 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.	109
Tablo 3.4. 4 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.	110
Tablo 3.4. 5 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.	111
Tablo 3.4. 6 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.	112
Tablo 3. 5 Sosyal medyada paylaşılan ve Yeriniz Mutfakta kelimesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.....	115
Tablo 3.6. 1 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.	116
Tablo 3.6. 2 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.	117
Tablo 3.6. 3 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.	118
Tablo 3.6. 4 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.	119
Tablo 3.6. 5 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.	120
Tablo 3.6. 6 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.	121
Tablo 3. 7 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve Sen Bir Kızsın kelimesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.....	123
Tablo 3.8. 1 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.	125
Tablo 3.8. 2 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.	126

Tablo 3.8. 3 “Sen Bir Kızısın” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.	127
Tablo 3.8. 4 “Sen Bir Kızısın” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.	128
Tablo 3.8. 5 “Sen Bir Kızısın” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.	129
Tablo 3.8. 6 “Sen Bir Kızısın” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.	130
Tablo 3. 9 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve & tweetlerin sayısı Aklı Noksandır kelime ile ilgili fotoğraf ve videoları içermekte.....	133
Tablo 3.10. 1 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.	134
Tablo 3.10. 2 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.	135
Tablo 3.10. 3 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.	136
Tablo 3.10. 4 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.	137
Tablo 3.10. 5 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.	139
Tablo 3.10. 6 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.	140

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 3. 1 Çalışma alanının konum haritası (google earth.com)	77
--	----



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AİHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
BM	: Birleşmiş Milletler
BPFA	: Pekin Eylem Platformu
CEDAW	: Kadınlara Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi
ICPRW	: Kadınların Siyasi Haklarına İlişkin Uluslararası Sözleşme
GBV	: Cinsiyet Temelli Şiddet
ICCPR	: Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi
ICERD	: Her Türlü Irk Ayrımcılığının Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Uluslararası Sözleşme
ICRW	: Uluslararası Kadın Araştırma Merkezi
İHEB	: İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü bazen de İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilat
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNFPA	: Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
UNITAR	: Birleşmiş Milletler Eğitim ve Araştırma Enstitüsü

ÖZET

Kadınlar, internetin olağanüstü olanaklarından yararlanmış olsalar da çevrimiçi nefret söylemi tehdidi altındalar. Bu nedenle ve uluslararası yasalar toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklediğinden, bu çalışmanın temel amacı, Arapça dilinde, Mısır, Ürdün ve Suudi Arabistan'daki Twitter kullanıcılar arasında 5 özel kelimeyi analiz ve takip ederek (عانس (evde kalmış), بايرة (evlenmemiş), مكانك المطبخ (yeriniz mutfakta), انتي بنت (sen bir kızsın), ناقصات عقل (aklı noksandır)) sosyal medyanın nefret söylemini yaymak ve Kışkırtmaktaki rolü ne olduğunu anlamaktır. Nitel içerik analizi ve söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Aynı zamanda, kadınların bu konudaki deneyimlerini öğrenmek için hedeflenen alanlarda çevrimiçi bir anket de yapılmıştır.

Analizin bulgularına göre incelenen üç ülkede kadınlara yönelik önemli miktarda nefret söylemi mevcuttur. Twitter, kullanıcıların çeşitli şekillerde iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Veri araştırması, insanların iletişim kurmak için çeşitli tweetleme yöntemleri kullandığını ortaya koymuştur. Nitekim, kullanıcılar fırsattan yararlanıp ve nefret söylemini yaymanın ek ve/veya alternatif bir yolu olarak bu çalışmada kullanılan anahtar kelimelerle ilgili fotoğraflar (görseller) yayımlayarak kullanıcıların bu sosyal medya platformunda geniş çapta nefret söylemi paylaşmasına olanak sağlanmıştır.

"Evde Kalmış" kelimesiyle ilgili tweetler incelenirken, bu kelimenin sosyal medyada görüşlerini paylaşan kadınları susturmak için kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Tweetler, "Evlenmemiş" olarak tanımladıkları kadının, çorak toprak gibi istenmeyen ve vadesi geçmiş bir insan olduğunu ve bundan hiçbir fayda sağlamadığını ortaya çıkarmıştır. Analizde, tweetlerde "Yeriniz Mutfakta" ifadesinin kullanılmasıyla, kadınların yapabileceği tek şeyin mutfakta çalışmak olduğunun anlatılmaya çalışıldığı ve olumsuz terimlerin yoğun olarak kullanıldığı, kadınların görüşlerini ifade etme haklarının olmadığı ve diğer haklarını talep edemedikleri ortaya çıkmıştır. Tweetlerden "Sen Bir Kızsın" tweeti incelendikten sonra, bu kelimenin kadınları küçümsemek için kullanıldığı ve cinsiyetlerinden dolayı bazı sosyal eylemlere veya etkinliklere katılmamaları gerektiğinin ifade edilmeye çalışıldığı belirlendi. Yapılan incelemede, "Akı Noksandır" ifadesinin kadınlara iftira atan ve aşağılayan bir sıfatı ifade etmek için kullanıldığı, bu kelimenin kadınları küçümseme, alay etme bağlamında kullanıldığına dikkat çekilmiştir. Bu kelimeyi yerine, kadınları hayatı rasyonel bir şekilde yönetememek ve meseleleri değerlendirirken tamamen duygusal olmakla suçlamak için kullanılmasının yanı sıra, erkeklere göre aptallık veya düşük IQ ile karakterize etmek için kullanılmıştır.

Anket sonuçlarına göre, ankete katılanların %66,4'ü, büyük olasılıkla cinsiyetleri nedeniyle çevrimiçi nefret söyleminin hedefi olduklarını doğrulamıştır. Diğer bir sonuç ise, insanların %89,2'sinin çevrimiçi nefret söylemi ile karşılaşmış olması olmuştur. Kadınlara yönelik nefret söylemleri erkeklerin yaklaşık %31,3'ü ve her iki cinsiyette %41,4'ü tarafından gelmiştir. Nefret söylemine en çok maruz kalan yaş grubu 18 ila 25 yaş arasında olmuştur. Ayrıca ankete göre; katılımcıların nefret söylemi gönderilerine verdikleri yanıtları ayırarak, %44,4'ünün gönderiyi sosyal medya sitelerine bildirdiğini ve %65,6'sının platformlardan yanıt almadığı tespit edilmiştir.

Çalışma, üç ana öneri kategorisi ortaya çıkarmıştır: Biri uluslararası sivil toplum kuruluşları için, ikincisi sosyal medya platformları için ve üçüncüsü nefret söylemi mağdurları için. Nefret söylemi uluslararası insan hakları grupları ve sosyal medya platformları tarafından net bir şekilde tanımlanmalı ve yasaklanmalıdır. Ayrıca nefret söylemini yasaklayan açık kuralları vardır.

Sosyal medya platformları, nefret söylemi gönderilerini belirlemek ve kullanıcının her türlü nefret söylemiyle ilgili şikayetlerine profesyonel bir şekilde yanıt vermek için iyi eğitilmiş personel olarak bu tür mesajların kaldırılmasında daha aktif ve etkili olmalıdır. Ayrıca nefret konuşmalarında en sık kullanıldığı iddia edilen anahtar kelimelerin seçilmesinde yapay zeka kullanılmalıdır. Buna ek olarak, nefret söylemiyle ilgili suçların kurbanları ve tanıkları bunları bildirmeye teşvik edilmelidir. Kadınların maruz kaldıkları istismar hakkında konuşmaya devam etmeleri ve fırsat buldukça internet ortamındaki kadın düşmanlarını ifşa etmeleri kritik öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Nefret Söylemi, Sosyal Medya, Kadınlar, Orta Doğu .

SUMMARY

The Role of Social Media In Promoting Hate Speech Against Women In The Middle East

Although women have benefited from outstanding possibilities of the internet, they are also a threat of online hate speech. Because of this, and because international laws support gender equality, the main goal of this study is to see if and how social media can accommodate and spread hate speech against women in the Middle East by analyzing and tracking 5 specific words (عانس (Spinster), بايرة (Unmarried), مكانك المطبخ (Your place is in the kitchen), انتي بنت (You are a girl), and ناقصات عقل (Deficient in mind). on Twitter in Arabic for users in Egypt, Jordan, and Saudi Arabia. In order to answer the study question of what role does Twitter play in facilitating hate speech against women? the method of qualitative content analysis and discourse analysis was used. There will also be an online survey in the targeted areas to learn about women's experiences with this issue.

The Analysis findings that in the three countries investigated, there is a significant amount of hate speech directed towards women. Twitter allows users to communicate in a variety of ways. Data research revealed that people use a variety of tweeting methods to communicate. Indeed, users took advantage of the opportunity and posted photos (visuals) relevant to the key words used in this study as an additional and/or alternative means of spreading hate speech, allowing users to broadly share hate speech on this social media platform.

By examining the tweets about the word “Spinster”, it was revealed that this word was used to silence women who shared their views on social media. The tweets openly declared that the woman they describe as "Unmarried" is an unwanted and expired person like the land of "Bayra" and does not get any benefit from it. The analysis showed a significant use of negative terms, with the word “Your Place in the Kitchen” from the tweeters being used as all that women can be done is to work in the kitchen, which means that women are only fit for housework and cannot express their opinions or claim their rights. After analyzing the tweets (You Are A Girl), it was determined that this word is used to despise women and they should not participate in some social actions or activities because of their gender. The analysis showed that the sentence "She Has A Deficient Mind" is used to express an adjective that slanders and humiliates women, it has been pointed out that this word is used in the context of belittling, mocking, mocking women. Besides using this word to accuse women of not being

able to manage life rationally and being purely emotional in judging matters, they are characterized by stupidity or low IQ relative to men.

Based on the survey results, 66.4 % of respondents confirmed that they have been targeted by online hate speech, most likely because of their gender. Another result is that 89.2 % of people have come across online hate speech. Hate speeches against women were coming by about 31.3 % of males and 41.4 % by both genders. The most exposed age group to hate speech was 18 to 25 years old. Furthermore, the survey separated respondents' replies to hate speech posts, finding that 44.4 % reported the post to social media sites, while 65.6 percent received no response from the platforms.

The study has revealed three major categories of recommendations: one for INGOs, another for social media platforms, and a third for hate speech victims. Hate speech should be defined clearly by international human rights groups and social media platforms, and it should be prohibited. They also have explicit rules forbidding hate speech.

Social media platforms should be more active and effective in removing such messages by recruiting well-trained staff to identify hate speech posts and respond to user complaints about any sort of hate speech in a professional manner. In addition, artificial intelligence should be used to choose keywords that were claimed to be the most frequently used in hate speeches.

In addition, victims and witnesses of hate speech-related offenses should be encouraged to report them. It is critical that women continue to speak out about the abuse they are subjected to and expose Internet misogynists whenever they have the opportunity.

Keywords: Hate speech, Social media, Women, Middle East.

ÖNSÖZ

Tez çalışmamı tamamlama sürecinde bana hem manevi hem de akademik anlamda destek olan değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Ahmet AYHAN'a teşekkürü bir borç bilirim. Çalışmalarına gösterdikleri ilgi, yardım, daimî bağlılık, sağduyululuk ve bunların yanı sıra tezimi geliştiren tavsiyeleri, yapıcı eleştirileri ve önerileri, çalışmam boyunca verdikleri güven için değerli tez izleme komitesi jüri üyeleri Doç. Dr. Yeşim ÇELİK, Dr. Öğr. Üyesi Zuhal GÖK DEMİR, Doç.Dr. Ali KORKMAZ ve Doç.Dr. Fatma ÇAKMAK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatım boyunca tüm zorlukları benimle göğüsleyen, benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, her zaman yanımda olan aileme, akademik yaşama adım attığım ilk günden beri yaşadığım tüm sıkıntılara birlikte göğüs gerdiğim, tezimi hazırlarken zorlandığım, bunaldığım anlarda hep yanımda olan, aynı zamanda bana titizlikle yardımcı ve destek olan ağabeyim Doç. Dr. Nawras Shatnawi'ye, özverisi ve gösterdiği fedakarlıklar için Bay Akram El- Neis'e (Senior Media Lead- MENA/AFRICA- IREX) ve çalışmalarım boyunca yardım eden değerli arkadaşlarıma tüm kalbimle teşekkür ederim.

Mohammad Nayef Turki SHATNAWI

ANTALYA, 2021

GİRİŞ

İnternet; iletişim, kültür ve ilişkinin yüzünü değiştirmektedir. Yeni iletişim medyası internet üzerinde ve bu medya her gün büyümektedir. İnternet haber alma, insanların arkadaşlarıyla konuşma ve genel olarak hayatının biçimini büyük ölçüde değiştirmektedir (Ciochetto, 2015: 194). 2019 yılında yapılan araştırma verilerine göre insanlar sosyal medyada her gün 166 dakika vakit harcamaktadır; bu da ortalama insan ömrünün altı yıldan fazla bir süreyi sosyal medyada geçireceği anlamına gelmektedir (Erciş ve Başar, 2020: 176). Dolayısıyla bu çalışma sosyal medyanın insan hayatındaki rolünü belirlemeye dayanmaktadır.

Sosyal medya bireysel iletişim kurma, işbirliği yapma, açık kaynaklarla bilgiye erişimi kolaylaştırma, ana akım medyada duyulamayan alternatif fikirler için demokratik bir platform sağlama, bağımsız kendi kendini yöneten yapılar oluşturma, vatandaş gazeteciliğini sağlama ve kolektif zeka gibi pek çok yarar sunmaktadır (Fuchs, 2006: 127). Sosyal medya şu anda amatör ve profesyonellere bilgi, fotoğraf, video, müzik ve daha fazlasını oluşturup paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. İnternetin demokratik doğasına ve kullanıcı kültürlerindeki farklılıklara rağmen ya da belki de farklılığı nedeniyle, belirli etnik gruplara yönelik nefreti kışkırtmaya adanmış Web siteleri de bulunmaktadır. Örneğin: Anti-Muslim, White Nationalist, Black Separatist'dir (Caiani ve Parenti, 2016: 34).

Günümüzde internette 1.000'den fazla aktif olan nefret grubu, Yaratıcılık Hareketi ve Aile Araştırma Enstitüsü de dâhil olmak üzere bunların birçoğu çevrimiçi olarak önemli bir varlığa sahiptir (Commission on Security and Cooperation in Europe, 2013: 39). Nefret gruplarının sayısı aslında 2000'den beri artmaktadır ve sorunlu web siteleri, sosyal ağ sayfaları, forumlar ve etnik köken, ırk veya cinsel tercihe bağlı olarak nefreti kışkırtmaya adanmış oyunlar ve uygulamalar gibi daha yeni teknolojilerdir (Hermann, 2017: 145).

Online nefret söylemi yeni bir olgu değildir; var olan hatta son zamanlarda artışı gözlenen bir kavramdır. Çevrimiçi nefret artık az tanınan pano, reklam, web sitelerde tecrit edilmeyip ana yönde görüntülenmektedir. Online nefret söylemi özellikle genç nüfuslu sosyal medya kullanıcıları arasında fazla yaygındır ve olumsuz etkileyici bir potansiyele sahiptir (Citron ve Norton, 2011: 1438).

İrk, etnik ve hatta dini olarak yüklü olan nefret söylemleri, Yahoo grupları ve Google gruplarının yanı sıra Youtube, Facebook ve Twitter gibi popüler sosyal medya platformlarında da sıkça görülmektedir (Ring, 2013: 3). Son yıllarda nefret söylemlerinin yaygınlaşması gibi, sosyal ağlarda ve diğer Web 2.0 sitelerinde yayınlanan nefret içeriklerinin miktarında önemli bir artış oluşmuştur (British Institute of Human Rights, 2012: 15).

Sosyal medya nefret söylemiyle doludur (Brown ve Sinclair, 2019: 23). İrsal olarak yüklenen bir sosyal medyanın yorumlar kısmına hızlı bir bakış, sorunun ne kadar yaygın olduğunu göstermektedir. Google, Facebook, ve Twitter gibi büyük sosyal medya şirketlerinin çoğunun sitelerinde nefret söyleminin ele alınıp alınmadığı ya da ne tür konuşmalarla ilgilenildiği konusunda kendi politikaları (Sosyal medya platformlarının ırk, etnik köken, milliyet, cinsiyet, dini ilişki, yaş, engellilik veya ciddi hastalık temelinde diğer kişilere yönelik şiddeti teşvik etmemesi veya doğrudan saldırı yapmaması veya tehdit etmemesi) olsa da sosyal medyada nefret söylemi vardır (Ullmann ve Tomalin, 2019: 69-80).

Bu platformların hizmet şartları tipik olarak nefret ve taciz edici söylemleri yasaklasa da, nefret söylemini otomatik olarak tanımlamak yeterli ölçülemediği için bu kuralları uygulamak yine de zordur (Waseem ve Hovy, 2016:88). Sosyal medya platformları üzerinde artan bir inceleme dönemine girerken, bu platformların kullanımı, erişimi ve bunların dayandığı yeni teknolojiler çoğalmaya devam etmektedir; ve ayrıca bu çok sayıda insanın sıradan hayatının bir parçasıdır (Bria, 2014: 83). Davranış normları, sosyal paylaşım siteleri tarafından bildirilmesine rağmen kullanıcılar kendilerine hiçbir sınır koyulmamış gibi kendilerini ifade etmekte özgür hissetmektedir (Silberztein vd., 2018: 57). Kadınlar internet ve sosyal medya yoluyla olağanüstü imkânlardan yararlanmalarına rağmen, onlar aynı zamanda dijital dünyada korkunç şekillerde nefret söylemi tehdididirler (Davies vd., 2019: 292).

Araştırmalar, kadınların özellikle çevrimiçi nefret söylemi tarafından hedef alındığını ve bu durumun kadınlara yönelik kalıcı bir şekilde zarar verdiğini göstermektedir (Scheuber, 2012: 133). Bu, kadınların temel hak ve özgürlüklerini, haysiyetlerini ve eşitliklerini ihlal etmekte ve onların hayatlarını her düzeyde etkilemektedir. Bu, onların zihinsel sağlık ve refahlarının yanı sıra sosyal ve ekonomik gelişimlerini de etkilemektedir; böylece bir bütün olan toplumda olumsuz etkisi olmaktadır (European Union, 2014: 12). Tümü silinip araştırma kadınlara yönelik nefret söylemini durdurmaya ve onları olumsuz etkenlerden korumak için çözüm yollarını

bulmayı amaçlamaktadır. Yapılan çalışmada kadınlara yönelik nefret söylemine dair farkındalığın artmasına katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

Genellikle nefret söylemleri, sosyal medyada bir “süreklilik” içinde meydana gelebilmektedir ve bazen gerçek hayata yayılıp oradan devam edebilir ya da bunun tam tersi de olabilmektedir. Nefret söyleminin “sürekliliği”, eş zamanlı olarak birkaç çevrimiçi platformda bir hedefin doğrudan ya da dolaylı olarak uygulanması ve kötüye kullanılması ile karakterize edilmektedir (Meza vd., 2019: 29-31). Platformlara, sosyal medya grupları, posta veya tweet gibi medyanın yorum bölümleri herkese açık olarak erişilebilir ve onlar mesajlaşma uygulamaları, e-posta, yakın “arkadaş” grup sohbetleri ve sosyal medya yayınlarını içeren kişisel alanlar olabilir (Lamb vd., 2011: 358).

Nefret söylemi, özellikle Orta Doğu’da olmak üzere son zamanlarda yaygınlaşmaktadır (Billingham ve Bonotti 2019: 531). Arap Baharı sırasında, insanlar, cinsiyetleri ne olursa olsun hakları için protesto yapmışlardır (Bilgen, 2019: 10). Oysa ki, Orta Doğu toplumlarının muhafazakar olduğu çok iyi bilinmektedir. Bu yüzden, kadınların bu tür eylemlere katılmaları genellikle halk tarafından kabul edilmemektedir; örneğin gösterilere katılan kadınlara yönelik sosyal medya yoluyla nefret dolu konuşmalar bulunmaktadır (Andersen ve de Silva, 2018: 63-64). İnternette artan nefret söylemi nedeniyle, bu çalışma Orta Doğu’daki kadınlara yönelik nefret söylemi yayılmasında sosyal medyanın oynadığı rolü incelemeyi amaçlamaktadır.

Yukarıdakilere dayanarak ve “Orta Doğu’daki Kadınlara Yönelik Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü” bilmeye yönelik çalışmanın temel amacına ulaşmak için bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel olarak sosyal medyanın yanı sıra nefret söyleminin tanımlanmasına, türlerine, nefret söylemine neden olan kavramlara ve online nefret söyleminin Kadınlar üzerindeki etkilerine ilişkin geçmiş deneyimler tartışılmıştır.

İkinci bölümde; Orta Doğu’nun doğasına ilişkin genel çerçeve, geleneksel, eğitim, siyasal, yaşam ve demografi açılarından gözden geçirilmiştir. Buna ek olarak; Orta Doğu’daki kadın hakları, ifade özgürlüğü ve onlara yönelik online nefret söylemi de ortaya konmuştur.

Üçüncü bölümde, metodolojinin kapsamlı bir sunumu ana hatlarıyla belirtilmiş ve açıklanmıştır. Bu bölüm iki kısımdan oluşmaktadır: ilk bölümde Nitel İçerik Analizi ve Söylem analizi yapılmıştır. Bu bölümün ikinci kısmı ise Anket araştırma yöntemiyle ilgilidir.

Araştırmanın ana sorusu olan: “Twitter, nefret söylemini nasıl desteklemekte ve kolaylaştırmaktadır? sorusuna cevap verebilmek için Mısır, Ürün ve Suudi Arabistan’daki

kullanıcıların Twitter'daki Arapça dilinde belirli kelimeleri incelenmiştir. Ayrıca araştırmanın amacının, öneminin ve örnekleminin verildiği bu bölümde; Twitter'dan veri toplamaya çalışan kadınlara yönelik sosyal medya ve nefret söylemi arasındaki bağlantıya odaklanılmıştır. Hsh-tags(#) ve at-ışaretlerini (@) kullanan en büyük sosyal medya ağı ve tüm kullanıcıların okuma, yorum yapma ve retweet erişimi vardır (Razis ve Anagnostopoulos 2015: 1). Çalışmanın sonunda; anket sonuçlarının analiz edilmiş ve verilen önerilere ek olarak değerlendirilen sonuçlar tartışılmıştır.

Literatür Taraması

Sosyal medyada dile getirilen söylemler ve görüşler önceki literatür taramasında incelenmiştir. Sosyal medyadaki bu paylaşımların sosyal yaşam ve siyaset bilimi üzerindeki etkilerini tam olarak anlamak için çeşitli analitik yöntemler kullanılmıştır. Newsome ve Lengele (2012) araştırmalarında Arap feminist aktivistlerin sosyal değişimi başlatmak için sosyal medyayı nasıl kullandıkları incelenmiştir. Onlar analizlerine bu kadınların çevrimiçi bilgi kaynaklarını nasıl araştırdığı, geliştirdiği ve yaydığını dahil etmişlerdir. Bu çalışmanın amacı aktivistlerin söylemlerinin yerel ve uluslararası düzeyde ne kadar alakalı olduğunu belirlemektir. Çalışma toplumsal cinsiyet ve çevrimiçi aktivizmi analiz etmek için bir dijital yansıma çerçevesi kullanmıştır. İletişimin çeşitli aşamaları aracılığıyla iletilen aktivist katılımı ve yurttaş gazeteciliği, bilgi üretmek ve tüketmek için bir sistem kullanılarak araştırılmıştır.

Bilim insanları ayrıca yerel bilginin nasıl küresel bilgiye dönüştüğünü ve mesajların iletişimin çeşitli aşamalarında nasıl önyargılı ve manipüle edilebileceğini incelemişlerdir. Çalışma, özellikle Arap Baharı ayaklanmasına katılan Tunuslu ve Mısırlı kadınlara odaklanmıştır.

Suudi Arabistan'daki en popüler kadın hareketlerinden biri, kadınlara otomobil kullanma hakkının verilmesi talebidir. Sahly (2016), kadın aktivistlerin Suudi Arabistan'da Twitter'da ifade edilen araba kullanma hakkı söylemini nasıl çerçevelediklerini araştırmıştır. Çalışma için çerçeveleme teorisini kullanan Sahly, Twitter'da ifade edilen kadın sürüşü söyleminde bilişsel, duygusal, dini ve ahlaki dilin nasıl kullanıldığını araştırmıştır. Ayrıca, çalışma aynı zamanda Twitter'daki bu dilsel nitelikler ile retweetlere davranışı arasındaki ilişkiyi belirleyerek bu mesajların Twitter üzerindeki etkisinin ne ölçüde toplumu etkilediğini tespit etmiştir.

Araştırmacı, NVivo yazılımını kullanarak 24 Ocak - 24 Şubat 2016 tarihleri arasında ilgili tweetleri ele geçirmiştir. Belirli tweetler için aramayı belirtmek için, belirli içerik aramasını daraltmak için Twitter Uygulama Programlama Arayüzü (API) kullanılmıştır. API, aramayı zaman aralığını (24 Ocak - 24 Şubat), konumu (Suudi Arabistan) ve “kadın sürüşü” ifadesini içerecek şekilde yapmıştır. Yinelenen tweetleri kaldırmak için veriler filtrelenmiştir. Verileri işlemek için Arapçadan İngilizceye çeviri, ardından manuel ve bilgisayar destekli kodlama kullanılmıştır. Sonuçlar, sosyal medyada bilişsel dilin sıklıkla kullanıldığını ve bilişsel dil içeren tweetlerin çoğunun diğer dil özelliklerine göre retweet edilme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Aliwaiwi (2018) çalışması, Facebook'un Müslümanlara ve İslam'a karşı nefret söylemi için bir platform olarak nasıl kullanıldığını ve bir yandan belirli Facebook sayfalarını, gruplarını ve gönderilerini gözlemleyerek ve analiz ederek Müslümanları ifade etmek için hangi terimlerin kullanıldığını keşfetmeyi hedeflemiştir. Mevcut araştırma için nitel araştırma metodolojisi kullanılmış ve veriler Van Dijk'e göre mikro ve makro düzeyler kullanarak analiz etmek için Eleştirel Söylem Analizi kullanılmıştır. Bu çalışma, 1 Ocak 2018'den 30 Mart 2018'e kadar 88 farklı gönderi, sayfa ve yorumu inceledi ve Facebook platformunda Müslümanlara yönelik yaklaşık 373 nefret söylemi görüşlerini bulmuştur. Bulgular, verilerin “İslamlaşma korkusu”, Müslümanları şiddet veya “terörizm” ile ilişkilendirme ve Müslüman kadınların basmakalıp imajını içeren üç ana ortak temayı ortaya çıkarmıştır. Genel olarak, bu çalışma Müslümanların, tümü şiddeti veya önyargılı eylemi kışkırtma potansiyeline sahip olan bağnazlık, olumsuz tutumlar, kibir, ayrımcılık, klişeler ve çevrimiçi taciz yoluyla keşfedilen çevrimiçi ortamda hor görüldüğünü tespit etmiştir.

Karamete (2019) çalışmasında, Twitter'da Suriyeli mültecilere yönelik nefret söyleminin nasıl olduğunu belirlemek için eleştirel söylem analizi seçilmiştir. Suriyeli mültecilerle ilgili tweetlerin yerini tespit etmek için Suriyeli mülteci, göçmen gibi anahtar kelimeler üzerinden hashtag'lere ulaşılmış ve 'Suriyelileriistemiyoruz' protestolarıyla aynı başlığı taşıyan #Suriyelileriistemiyoruz hashtag'i tercih edilmiştir. Bu hashtag'de 1 Haziran 2014 - 31 Ekim 2018 tarihleri arasında 1383 tweet kaydedilerek 2014-2018 yılları arasında Temmuz-Ağustos aylarına ait 976 tweet Quirkos program ile kodlanmıştır. Nefret söylemi içeren 366 tweet tespit edildikten sonra Bayraktutan ve diğerleri tarafından uyarlanan söylem analizi şablonu aracılığıyla seçilen altı hesap ve tweetleri analiz edilmiştir (2013). Makro ve mikro yapı olarak

ayrıştırılan hesap ve tweetlerde Suriyeli mültecileri kalıplaştıran, yabancı düşmanlığı ve ırkçılık gibi unsurlar içeren nefret söylemi tespit edilmiştir. Araştırmanın bir diğer sonucu da Suriyeli mültecilerin başta ekonomik ve güvenlik olmak üzere sorunlarda “günah keçisi” olarak görüldüğünün tespit edilmesidir.

Al Serhan ve Elareshi (2020) araştırması, Ürdün'deki üniversite sosyal medya kullanıcılarına algılarını sorarak ve bu tür platformların haber içeriğiyle uğraşırken kullanıcıların tutumlarını ve güvenlik duygularını nasıl etkilediğini belirleyerek küresel bir mesele haline gelen çevrimiçi “nefret söylemi” içeriğine odaklanmıştır. Ankete dayalı sonuçlar (n = 150), “nefret söyleminin” katılımcılar tarafından maruz kaldıkları için kolayca tanımlandığını ortaya koymuştur. Katılımcılar, bu tür konuşmalar hakkında arkadaşlarını ve aile üyelerini uyarabilmişlerdir. Akıllı cihazlar nefret söylemini yaymak için yaygın olarak kullanılmıştır. Bu tür konuşmalarla yüzleşmek için daha fazla strateji tartışılmıştır.

Bu incelemedeki araştırma, nitel yöntemler kullanarak sosyal medya gönderilerine ve davranışlarına baktı ve. Sahly (2016), kullanıcılar ve bir bütün olarak toplum üzerindeki etkilerini veya etkilerini değerlendirmek için bireysel tweetleri veya gönderileri analiz etmek, indekslemek ve tanımlamak için bilgisayar destekli yöntemler kullanmıştır.

Karamete (2019) ve Aliwaiwi (2018)0, sosyal medya sitelerindeki gönderileri toplamak ve değerlendirmek için söylem analizi yaklaşımını kullanmıştır. Ek olarak, Al Serhan ve Elareshi (2020) gibi çeşitli araştırmalar, hedef kitlenin nefret söylemiyle ilgili deneyimlerini öğrenmek için anket teknikleri kullanmıştır.

Bildiğimiz kadarıyla bu, Orta Doğu'da kadınlara yönelik nefret söylemi üzerine türünün ilk araştırmasıdır. Araştırmaların çoğu, mültecilere yönelik nefret söylemine veya sosyal medya kullanıcılarının nefret söylemi fikrini ne kadar iyi anladıklarını belirlemeye odaklanmıştır. Araştırmacılar bu çalışma sonucunda bu yeni yaklaşımı araştırmalarında kullanabileceklerdir. Örneğin Ürdün'de, çalışmanın çoğunluğu anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Ayrıca, çoğu çalışma sosyal medyadaki gönderileri analiz etmek veya bir anket kullanmak gibi yalnızca bir analiz yöntemi kullanırken, bu çalışma verileri analiz etmek için iki yöntem kullanmıştır: söylem analizi (sosyal medyadaki kelimeleri izleme ve analiz etme) ve kadınların çevrimiçi nefret söylemiyle ilgili deneyimleri hakkında öğrenmek için bir anket. Bu, boşlukları doldurarak alanın bilimsel araştırmasına katkıda bulunur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI VE NEFRET SÖYLEMLERİ

Bu bölümde, genel ve özel olarak Orta Doğu'da en çok kullanılan sosyal medya platformları, bu platformların hizmet koşulları, nefret söylemi, tartışması ve ilgili kavramların yanı sıra nefret ve taciz söyleminin yasaklanmasının zorluklarına odaklanılmaktadır. Bu bölüm ayrıca cinsiyet eşitsizliğinden ve nefret söyleminin kadınlar üzerindeki etkisinden aynı zamanda sonuçlarından Bahsetmektedir.

1.1 Sosyal Medya Platformları

Sosyal medyayı tanımlamak için yüzlerce tanım vardır ve kavramlar zamanla değişmeye ve gelişmeye devam ettikçe her gün yeni tanımlar eklenmektedir. Sosyal Medya günümüzde oldukça sık kullanılan, herkes tarafından bilinen anlaşılan bir terimdir. Merriam-Webster sözlüğüne göre, Sosyal Medya, kullanıcıların bilgi, fikir, kişisel mesaj ve diğer içerikleri (video olarak) paylaşmak için çevrimiçi topluluklar oluşturdukları elektronik iletişim biçimleri (sosyal ağ ve mikroblog için Web siteleri) olarak tanımlanmaktadır (Oleskeviciene ve Sliogeriene, 2020: 10). Tüm çevrimiçi kullanıcıların yüzde doksanının sosyal medyayı kullandıkları bir gerçektir (Taprial ve Kanwar, 2012: 6).

Sosyal medyanın ortaya çıkışı, insanların bilgi paylaşmaya ve birbirleriyle iletişim kurmaya başladığı internetin ilk günlerinde başlamıştır (Edosomwan, 2011: 80). Daha önceki platformlar daha çok “teknoloji” üzerine yoğunlaşmış ve bunu kullanmak için biraz uzmanlık gerektirmiştir (Blake Vd., 2011: 4-5). Bu yüzden bu platformları kullananların sayısı sınırlıydı. Teknoloji geliştikçe, teknolojik altyapısı olmayan normal kullanıcıların da hizmetleri kullanabileceği platformlar geliştirilmiştir. Bu, internet tarihinin bir dönüm noktası olmuştur ve internet teknolojisini her şeyi kapsayacak hale getirmiştir. İnsanların artık kendilerine sunulan içerik için sessiz seyirci olmadığı çok nettir (Kırık ve Dönmez, 2019: 191). Artık onlar içeriklerini oluşturabilir, başkalarıyla paylaşabilir, insanlara yanıt verebilir, onlarla işbirliği yapabilir ve daha pek çok şey yapabilirler. Bu kullanıcı etkileşimi, bugün bildiğimiz gibi sosyal medyanın gelişimine ivme kazandıran öznedir (Taprial ve Kanwer, 2012: 8).

Sosyal medyanın Facebook ve Twitter gibi ağ siteleriyle sınırlı genel algısının aksine, sosyal medya kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşımını kolaylaştıran tüm

hizmetleri kapsamaktadır. Bunlar, internet forumları dışında gruplar, bloglar, mikrobloglar, ağ siteleri, sosyal yer imi siteleri, wikiler, podcast'ler, makaleler için içerik toplulukları, video/fotğraf paylaşım siteleri, soru-cevap siteleri, inceleme siteleri vb (Ferris ve Wilder, 2013: 15-24) kapsarlar. Sosyal medyanın her bir türünün kendi yararları vardır ve insanların ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ancak, insanlar en popüler web sitelerine katılma eğilimindedirler ve ihtiyaçlarına en iyi şekilde hizmet eden bir hizmete yerleşmek yerine tüm ihtiyaçlarını karşılamalarını beklemektedirler. Eğer kişi hedeflerine odaklanmış ve ne istediğini tam olarak biliyorsa, kesinlikle kendi ihtiyaçlarını karşılayacak bir sosyal medya platformu bulur (Karamustafa, 2013: 291).

Sosyal medya sanal topluluklar ve ağlar aracılığıyla bilgi, fikir, kariyer ilgisi ve diğer biçimlerinin oluşturulmasını veya paylaşılmasını kolaylaştıran etkileşimli bilgisayar aracılı teknolojilerdir (Kietzmann ve Hermkens, 2011: 241-251). Aynı zamanda mevcut olan bağımsız ve yerleşik sosyal medya hizmetlerinin çeşitliliği tanım zorluklarını beraberinde getirmektedir; ancak bazı ortak özellikleri vardır (Obar ve Wildman, 2015: 745–750):

- 1- Sosyal medya etkileşimli Web 2.0 internet tabanlı uygulamalardır (Andreas ve Michael, 2010: 61).
- 2- Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik veya metin yayınları veya yorumlar, dijital fotoğraflar ya da videolar ve tüm çevrimiçi etkileşimler yoluyla oluşturulan veriler gibi kullanıcı tarafından paylaşılan içerik, sosyal medyanın can damarıdır (Earnshaw, 2017: 66).
- 3- Kullanıcılar, web sitesi veya uygulama için sosyal medya kuruluşu tarafından tasarlanan ve sürdürülen hizmete özgü profiller ve kimlikler oluşturur (Boyd ve Ellison, 2007: 219).
- 4- Sosyal medya, bir kullanıcının profilini diğer bireylerin veya grupların profillerine çevrimiçi sosyal ağların geliştirilmesini kolaylaştırır (Saileela ve Kalaivani, 2019: 228).

Teknolojik gelişmeler, kullanıcıların içerik oluşturma sürecine aktif olarak katılma ve içeriklerini başkalarıyla paylaşma yönündeki artan istekleri, internette kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerle hazırlanan uygulamaların artmasını ve çeşitlenmesini mümkün kılmıştır. Bu doğrultuda sırasıyla; LinkedIn 2003 yılında, Myspace 2004 yılında, Facebook, Flickr ve Digg, 2005 yılında Reddit, YouTube, Twitter 2006 yılında, Whatsapp 2009 yılında, Instagram 2010 yılında, Google Plus ve Snapchat 2011 yılında, ve 2015 yılında Facebook Messenger kuruldu (Çetşn, 2019: 22).

Tüm sosyal medya bir tür dijital platform içerir. Bununla birlikte, dijital olan her şey mutlaka sosyal medya değildir. İki ortak özellik sosyal medyayı tanımlamaya yardımcı olur. İlk olarak, sosyal medya bir çeşit katılımı mümkün kılmaktadır. İkincisi ve katılımcı nitelikleri doğrultusunda sosyal medya etkileşimi içermektedir. Bu etkileşim kalıcı arkadaşlar, aile ya da tanıdıklarla ya da ortak ilgi alanlarını paylaşan yeni insanlarla veya ortak bir tanıdık çevreyle olabilir (Manning, 2014: 1158). Günlük hayata büyük etkisi olan sosyal medya platformları, özellikle eşzamanlılıkları ve etkileşimleri nedeniyle kısa sürede geniş kitleler tarafından kullanılmıştır. Bu platformlara erişim kolaylığı ve çoğunlukla ücretsiz ya da çok ucuz olmaları sosyal medya kullanımının artmasında büyük etkiye sahiptir (Çetşn, 2019: 21).

Bu araştırmanın amaçları doğrultusunda, “sosyal medya” kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasına/değiştirilmesine ve kullanıcılar arasında etkileşime olanak tanıyan, web tabanlı uygulamaların tümü “Sosyal Medya” olarak sınıflandırılabilir (Tella, 2014: 43). Burada, sosyal medya websiteleri (Twitter, Facebook , Instagram, Youtube, Whatsapp, TıkTok, Snapchat), blog, internet forumları, çevrimiçi topluluk siteleri vb. yer almaktadır. Buna dayanarak, sosyal medya, etkileşimli katılımı içeren yeni medya biçimlerini ifade etmek için sıklıkla kullanılan bir terimdir.

1.1.1. Twitter

Twitter, insanların kısa mesajlar yayınlamasına olanak sağlayan bir mikroblog sitesidir. Genellikle İnternetin Kısa Mesaj Hizmeti (İngilizce: Short Message Service) olarak tanımlanır. Kullanıcılarının tweet adı verilen 140 karakterlik kısa mesajlar gönderip almalarına olanak tanıyan çevrimiçi bir sosyal medya ve mikro blog sitesidir. 140 karakterle sınırlamanın olması (kısa süre önce iki katına çıkarak 280 karaktere ulaştı), Twitter'ın akıllı telefon dışındaki mobil cihazlarda kullanılmasına izin vermektedir. Twitter, 300 milyondan fazla aktif kullanıcıya sahiptir ve dünyanın en çok ziyaret edilen web sitelerinden biridir. Kullanıcılar Twitter'e web sitesi arayüzü, mobil cihaz uygulaması veya SMS yoluyla erişebilirler (Sagolla, 2009: 3). Jack Dorsey ve diğerleri şirketi 2006 yılında kurdular. Dorsey New York Üniversitesi'nde öğrenciyken küçük bir grupla iletişim kurmak için SMS hizmeti kullanması fikrini ortaya atmıştı. Twitter kelimesi bu yeni hizmet için seçilen addı. Twitter kelimesinin anlamı kısa bir bilgi patlaması ve kuşlardan gelen cıvıltılar olarak tanımlanabilir (O'Regan, 2016: 184).

Twitter mesajları genellikle arkadaşların birbirlerine günlerini, ne yaptıklarını, nerede olduklarını, ne düşündüklerini anlatmaları hakkındadır ve böylece Twitter medya, politika ve iş dünyasını değiştirmiştir. Tweet olarak web sayfalarına ve diğer medyaya bağlantılar eklemek mümkündür. Doğal afetler, spor sonuçları ve benzeri haberler genellikle ilk olarak Twitter tarafından bildirilir. Site politikacıların ve takipçilerinin tartışmalarına ve siyasi fikir alışverişinde bulunmalarına izin verdiği için siyasi iletişimi büyük ölçüde değiştirmiştir. Ünlülerin hayranlarıyla etkileşim kurmasına ve iletişimde kalmasına olanak tanır ve işletmelerin markalarını hedef kitlesine tanıtmaları için yeni bir yol sağlar. Twitter kullanıcısı olarak, hangi kişileri takip etmek istediğinizi seçersiniz ve birini takip ettiğinizde, o kişinin tweet'leri Twitter akışınızda (tweet listesi) gösterilir. Benzer şekilde sizi takip etmeyi seçen herkes de tweet'lerinizi kendi akışında göreceklardır (O'Regan, 2018a: 262).

Hashtag, belirli bir ilgi konusuyla ilgili tüm tweet'leri bulmanın kolay bir yoludur ve tweet atan kişileri takip etmemenize rağmen kullanılabilir. Ayrıca ilgilendiğiniz konuya katkıda bulunmanıza da olanak tanır. Bir hashtag, önünde hash işareti (#) bulunan kısa bir kelime veya kısaltmadan oluşur. Konferanslar, gündemdeki konular vb. genellikle hashtag içerir. Diğer hashtag'lerden daha yüksek oranda etiketlenen bir kelime veya konunun trend olan bir konu olduğu söylenir ve bu genellikle insanları konuyu tartışmaya yönlendiren bir olayın sonucudur. Trendler ayrıca belirli grupların kasıtlı eylemlerinden de kaynaklanabilir (Harvey, 2013: 618). Twitter kuruluşun en son haberlerini iletmesinin etkili bir yolu haline gelmiştir ve bir iletişim aracı olarak etkinliği, kuruluşun takipçi sayısına bağlıdır. Kuruluşun insanların bunun hakkında ne söylediğini ve bununla etkileşimde olumlu veya olumsuz deneyimlerini belirlemesine olanak tanır. Bu, kuruluşun takipçileriyle doğrudan etkileşime girmesini sağlar ve etkileşimde bulunmanın ve insanların duyulmasını sağlamanın güçlü bir yoludur. Kuruluşun herhangi bir olumsuz geri bildirimde duyarlı ve uygun şekilde yanıt vermesine olanak tanır. Twitter 2007'de üç ayda 400.000 tweet'ten 2017'de günde 500 milyon tweet'e kadar yayınlanan hızlı bir büyüme yaşamıştır. Twitter'ın kullanımı büyük spor etkinlikleri, doğal afetler, ünlülerin ölümü gibi önemli olaylarda aniden yükselir. Bu tür etkinlikler için saniyede 100.000'den fazla tweet olabilir (O'Regan, 2018b: 232).

Twitter'ın ana gelir kaynağı kullanıcının zaman çizelgesinde (Twitter akışı) görünen, tanıtılan sponsorlu aracılığıyla reklamlardır. İlk sponsorlu'lar 2011'in sonlarından itibaren ortaya çıkmıştır ve reklam için tweet kullanımı ustaca idi. Bu reklamın Twitter'ın bir parçası gibi

görünmesine yardımcı olmuştu ve tweet'in gidebileceği her yere reklamın da gidebileceği anlamına geliyordu. Reklamverenler yalnızca kullanıcı bağlantıları izlediğinde veya orijinal reklamları yeniden tweetlediğinde ücretlendirilir. Dahası reklam için tweet kullanımı, mobile geçişin kolay olduğu anlamına geliyordu ve bugün Twitter kullanımının yaklaşık % 80'i mobil cihazlarda gerçekleşmektedir (Schaefer, 2014: 25).

1.1.2. Facebook

Facebook, önde gelen sosyal ağ sitesidir ve misyonu dünyayı daha açık ve bağlantılı hale getirmektir. Kullanıcıların arkadaşları ve aileleri ile iletişim halinde olmalarını ve dünya çapında olup bitenlerle ilgili fikirlerini paylaşmalarını sağlar. Kullanıcılar fotoğraf ve video yükleyebilir, fikir ve düşüncelerini ifade edebilir ve mesaj alışverişinde bulunabilirler. Facebook geniş bir hedef kitleye kolayca ulaşmalarına izin verdiği için reklamcılar arasında oldukça popülerdir (Oinas-Kukkonen, vd., 2008: 35).

Mark Zuckerberg şirketi 2004 yılında Harvard Üniversitesi'nde psikoloji okuyan bir öğrenciyken kurmuştu. Zuckerberg programlamayla ilgileniyordu ve bir kişinin çekiciliğini derecelendirmek için kullanılabilecek Facemash ve öğrencilerin belirli bir kursa kayıtlı kişileri görüntülemelerine olanak tanıyan Coursematch dahil olmak üzere öğrenci arkadaşları için çok sayıda sosyal ağ web sitesi geliştirmişti (Cornell, 2016: 22).

Zuckerberg Şubat 2004'te Harvard'da Facebook'u (thefacebook.com) başlatmıştı ve ilk 24 saat içinde binden fazla Harvard öğrencisi siteye kaydolmuştu. Harvard öğrenci nüfusunun yarısından fazlası ilk ay içinde Facebook'ta bir profile sahipti. Sitenin üyeliği başlangıçta Harvard'daki öğrencilerle, ardından Boston'daki diğer üniversitelerdeki öğrencilerle ve ardından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki diğer üniversitelerdeki öğrencilerle sınırlıydı. Üyeliği 2005 yılından itibaren uluslararası üniversitelere genişletilmiştir (Fertig, 2013: 16). Facebook kullanımı 2006 yılından itibaren e-posta adresi olan herkese genişletilmişti ve kayıtlı kullanıcı sayısı katlanarak artmaya başlamıştı. Kayıtlı kullanıcı sayısı 2008 yılında 100 milyona, 2017 yılında 2 milyara ulaşmıştır. Şu anda dünyanın en popüler web sitelerinden biridir (Adeyinka, 2014: 162).

Facebook'un iş modeli herhangi bir ürün üretmemesi veya satmaması açısından geleneksel bir iş modelinden farklıdır. Geliri esas olarak reklamlardan ve özel ilgi alanlarına göre 2 milyardan fazla kullanıcıyı hedefleyen reklamlardan elde edilmektedir. Facebook aslında

kullanıcılarını reklamcılara satmaktadır (yani kullanıcılar üründür) ve kullanıcılar tüm işi yapmaktadır. Facebook onlar hakkında veri toplar (ör. Yaş, cinsiyet, konum, eğitim, çalışma geçmişi ve ilgi alanları) ve potansiyel olarak ilgilerini çekebilecek reklamları hedefleyebilmek için bunları sınıflandırır. Bu reklamların doğru izleyiciyi hedeflediği anlamına gelir (O'Regan, 2018a: 260).

Sosyal medya eğitilmiş gençlerin gelecekle ilgili isteklerini ve ayrıca toplum ve devletle olan şikayetlerini tartışmaları için önemli iletişim kanalları haline gelmiştir. Facebook'un protestolar ve devrim için bir araç olarak etkinliği Arap Baharı ile sonuçlanan nispeten kısa protestolarda açıkça görülmektedir (UNDP, 2020: 139).

1.1.3. Instagram

Instagram ücretsiz bir çevrimiçi fotoğraf paylaşım uygulaması ve sosyal ağ platformudur ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan. Instagram kullanıcıların mobil uygulama aracılığıyla fotoğrafları ve kısa videoları düzenlemesine ve yüklemesine olanak tanır. Kullanıcılar gönderilerinin her birine bir başlık ekleyebilir ve bu gönderileri dizine eklemek ve uygulama içindeki diğer kullanıcılar tarafından aranabilir hale getirmek için hashtag'ler ve konum tabanlı coğrafi etiketler kullanabilir. Bir kullanıcının gönderdiği her gönderi, takipçilerinin Instagram akışlarında görünür ve ayrıca hashtag'ler veya coğrafi etiketler kullanılarak etiketlendiğinde herkes tarafından görüntülenebilir. Kullanıcılar ayrıca, gönderilerini yalnızca takipçilerinin görüntüleyebilmesi için profillerini özel yapma seçeneğine de sahiptir (Disha Experts, 2018: 171).

Diğer sosyal ağ platformlarında olduğu gibi Instagram kullanıcıları başkalarının gönderilerini beğenebilir, yorumlayabilir, kendilerine kaydedebilir ve Instagram Direct özelliği aracılığıyla arkadaşlarına özel mesajlar gönderebilir. Fotoğraflar tek bir tıklama ile Twitter, Facebook ve Tumblr dahil olmak üzere bir veya birkaç sosyal medya sitesinde paylaşılabilir. Instagram San Francisco'da, başlangıçta Foursquare'e benzer bir platform oluşturmaya çalışan ancak daha sonra dikkatlerini yalnızca fotoğraf paylaşımına çeviren Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından başlatılmıştır. Instagram kelimesi "anında kamera" ve "telegraf" ın bir karışımıdır (Samson, 2014: 256). İOS uygulaması iTunes App Store aracılığıyla 6 Ekim 2010'da Android uygulamasında ise 3 Nisan 2012'de yayınlanmıştır. Platformun kullanıcı sayısı hızla artmış ve şirket, lansmandan sadece iki yıl sonra 40 milyondan fazla aktif kullanıcısı bildirmiştir.

Bu Instagram'ı 2012 yazında resmi olarak 1 milyar dolara satın alan Facebook'un dikkatini çekmiştir (Warner vd., 2020: 427). Başlangıçta Instagram'a yalnızca fotoğraflar gönderilebiliyordu, ancak şirket 2013'te 15 saniyelik videolara ulaşmıştır. Instagram 2016'da maksimum video uzunluğunu 60 saniyeye çıkarmıştır. 2015 yılına kadar Instagram'da yayınlanan tüm fotoğraflar kare en boy oranıyla sınırlıydı. Şirket, kullanıcıların tam boyutlu fotoğraf ve video yüklemesine izin vermek için bunu değiştirmiştir (Herman vd., 2020: 206).

2013 tartışması Instagram'ın şirketin şartlarını ve koşullarını ihlal etmeyen fotoğrafları sansürlediği ve bu sansürlerin haksız bir şekilde kadın bedenlerini hedef aldığı yönündeki eleştiriler etrafında yoğunlaşmıştı. Instagram'ın 2016'da zaman çizelgesi fotoğraflarını kronolojik sırayla görüntülemekten fotoğraf sırasını belirlemek için bir algoritma kullanmaya geçme kararı da olumsuz geri bildirimler almıştı. Instagram eski veya soluk bir görünüm ekleyenler de dahil olmak üzere, kullanıcıların fotoğraflarına uygulanabilecek çok çeşitli dijital filtreler sunar. Diğer düzenleme özellikleri arasında gölgeleri aydınlatan, açık tonları koyulaştıran ve kontrastı artıran bir efekt olan Lux bulunur ve fotoğraf ayarlama araçları, kullanıcıların parlaklığı, kontrastı, doygunluğu, keskinliği, yapıyı, düzlüğü ve tonu ayarlamasına olanak tanır <https://searchcio.techtarget.com/> (erişim tarihi: 24.1.2021).

Instagram 2017 yılında kullanıcıların aynı anda birden fazla fotoğraf veya videoyu atlı karınca biçiminde sunmasına olanak tanıyan bir özelliği kullanıma sunmuştu. Popüler Snapchat uygulamasından ilham alan Instagram, 2016 yılında kullanıcıların 24 saat sonra kaybolan anları paylaşımlarına olanak tanıyan bir Hikayeler özelliğini tanıtmıştı. Instagram Hikayeleri, artırılmış gerçeklik tabanlı yüz filtreleri ve çıkartmaları birleştirme ve doğrudan fotoğrafa veya videoya metin, çizim, emoji, bağlantı ve coğrafi etiket ekleme becerisini içerir. Nisan 2017'de Instagram Stories, en büyük rakibi Snapchat'in aktif kullanıcılarını geride bırakarak 200 milyon aktif kullanıcı kaydetmişti (McGilvrey, 2018: 7).

1.1.4. Youtube

YouTube merkezi California, San Bruno'da bulunan bir Amerikan çevrimiçi video paylaşım platformudur. PayPal şirketinin üç eski çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 14 Şubat 2005'te tescil edilmiştir. Sıradan insanların "ev videolarını" paylaşmaktan keyif alacakları fikrine sahiptirler. Google siteyi Kasım 2006'da 1,65 milyar dolara

satın almıştı; YouTube artık Google'ın yan kuruluşlarından biri olarak faaliyet göstermektedir (Sahu ve Malik, 2019: 2).

YouTube, kullanıcıların yüklemesine, görüntülemesine, derecelendirmesine, paylaşmasına, oynatma listelerine eklemesine, rapor etmesine, videolar hakkında yorum yapmasına ve diğer kullanıcılara abone olmasına olanak tanır. Kullanıcı tarafından oluşturulan çok çeşitli ve kurumsal medya videoları sunar. Mevcut içerik, video klipler, TV şov klipleri, müzik videoları, kısa ve belgesel filmler, ses kayıtları, film fragmanları, canlı yayınlar ve video blogları, kısa orijinal videolar ve eğitim videoları gibi diğer içerikleri içerir (Ramirez, 2010: 65). Şubat 2017 itibarıyla YouTube'a her dakika 400 saatten fazla içerik yükleniyor ve YouTube'da her gün bir milyar saat içerik izlenmektedir. Alexa İnternet'e göre, Ekim 2020 itibarıyla YouTube, Google'ın ardından dünyanın en popüler ikinci web sitesidir. Mayıs 2019 itibarıyla YouTube'a her dakika 500 saatten fazla video içeriği yüklenmektedir (Sahu ve Malik, 2019: 3).

1.1.5. WhatsApp

WhatsApp'ın geçmişi Jan Koum tarafından Kaliforniya'da 2009 yılına kadar uzanmaktadır. Koum 2009'da iPhone'u satın aldıktan sonra App Store'un potansiyelini fark etmiştir. WhatsApp'ı oluşturmanın arkasındaki ana fikir kişilerin bireysel adlarının yanında statü sahibi olmaktır. Koum uygulamaya "WhatsApp" adını vermiştir ve "naber" anlamına gelmektedir (DePamphilis, 2015: 167).

WhatsApp ücretsiz bir Amerikan yazılımıdır, kullanıcıların metin mesajları ve sesli mesajlar göndermelerine, sesli ve görüntülü aramalar yapmalarına ve görüntüleri, belgeleri, kullanıcı konumlarını ve diğer medyayı paylaşmalarına olanak tanır. WhatsApp'ın istemci uygulaması mobil cihazlarda çalışır ancak kullanıcının mobil cihazı masaüstü uygulamasını kullanırken internete bağlı kaldığı sürece masaüstü bilgisayarlardan da erişilebilir. Hizmet kullanıcıların hizmete kaydolmak için standart bir cep telefonu numarası sağlamasını gerektirir. Ocak 2018'de WhatsApp şirketlerin standart WhatsApp istemcisini kullanan müşterilerle iletişim kurmasını sağlamak için WhatsApp Business adlı küçük işletme sahiplerini hedefleyen bağımsız bir iş uygulaması yayınlamıştır (Daniels, 2021: 174).

İstemci uygulaması Facebook tarafından Şubat 2014'te yaklaşık 19,3 milyar ABD Doları karşılığında satın alınan. 2015 yılına kadar dünyanın en popüler mesajlaşma uygulaması haline

gelmiştir ve Şubat 2020 itibariyle dünya çapında 2 milyardan fazla kullanıcıya sahiptir. Birçok ülke ve lokasyonda elektronik iletişimin birincil yolu haline gelmiştir (Siow, 2021: 69).

WhatsApp, platform kullanıcılarından 1 dolar abonelik ücreti talep ettiği için büyük bir eleştiri almıştı. Kurucu ortak Jan Koum 2016 yılında artık abonelik ücreti talep etmeyeceğini duyurmuştur. WhatsApp'a yönelik bir diğer ana eleştiri ise platformda yayılan sahte haber miktarı olmuştur. WhatsApp platformunda yalan haberlere baskı yapmaya başlayacağını duyurmuştur (Chiluwa ve Samoilenko, 2019: 227).

WhatsApp Belirli bir süre içinde mesajlaşma bileşenleri, resim gönderme, video paylaşma, sesli mesaj gönderme ve sesli arama yapma gibi yeni özellikler eklemeye devam etmiştir. Bu özellikler WhatsApp'ın büyük popülaritesine katkıda bulunmuştur. 2021'de WhatsApp gizlilik politikasını güncelledi ve kullanıcıların yeni hüküm ve koşulları kabul etmek için 8 Şubat'a kadar süresi var, aksi takdirde sohbetlerine ve kişilerine erişimi kaybedecektir. Yeni politika platformdaki bir işletmeyle etkileşim olduğunda kullanıcı verilerinin nasıl etkilendiğini açıklamakta ve WhatsApp'ın ana şirketi olan Facebook ile entegrasyon hakkında daha fazla ayrıntı sağlamaktadır. Bu da önemli sayıda WhatsApp kullanıcısının mesajlaşma platformunu kullanımlarını önemli ölçüde azaltmış veya diğer platformlara taşınmalarına neden olmuştur <https://www.independent.co.uk/> (erişim tarihi: 24.01.2021).

1.1.6. TikTok

TikTok kullanıcıların dans, komedi ve eğitim gibi herhangi bir konuda 15 saniyelik videolar oluşturmalarına ve paylaşmalarına olanak tanıyan kısa biçimli bir video paylaşım uygulamasıdır. Bu sosyal medya platformu 300 milyondan fazla aktif aylık kullanıcısı olan Duyin olarak bilinen Çin pazarı için ayrı bir uygulama bulundurmaktadır (Axis Parent's, 2019: 3).

TikTok uygulaması kullanıcılara özel efektler ve filtreler ekleme seçeneğinin yanı sıra çok çeşitli sesler ve şarkı parçacıkları sunar. Telefonunuzda oluşturulan videoları doğrudan ekleme seçeneği de vardır. TikTok Çin anakarası dışındaki çoğu pazarda iOS ve Android için 2017 yılında piyasaya sürülmüştür; ancak başka bir Çin sosyal medya hizmeti olan Musical.ly ile 2 Ağustos 2018'de birleştikten sonra dünya çapında kullanıma sunulmuştur (Axis Parent's, 2019: 5). Eylül 2019'da TikTok kullanıcıların tepkilerini videolara kaydetmelerine ve paylaşmalarına olanak tanıyan reaksiyonlar özelliğini eklemiştir. Ayrıca, uygulamada iki saatten fazla zaman

geçirdiklerinde kullanıcıları uyaran bir dijital sağlık özelliği eklemiştir. Yeni uygulama video paylaşımlı bir sosyal ağ olarak tanıtılmaktadır. TikTok kullanıcıları challenge, dans videoları, sihir numaraları ve eğlenceli videolardan çeşitli videolar oluşturabilir (Ma, 2020: 133). Lansmanından bu yana, TikTok uygulamasının popülaritesi muazzam bir şekilde artmaktadır. Ekim 2018'de, dünya genelinde Apple mağazasında en çok indirilen fotoğraf ve video uygulaması olmuştur. Uygulamanın aylık 500 milyondan fazla aktif kullanıcıya ulaştığı bildirilmektedir (Lo, 2021: 49).

1.1.7. Snapchat

Snapchat Snap Inc. tarafından geliştirilmiş bir Amerikan multimedya mesajlaşma uygulamasıdır. Snapchat'ın temel özelliklerinden biri, resimlerin ve mesajların alıcıları tarafından erişilemez hale gelmeden önce genellikle yalnızca kısa bir süre için mevcut olmasıdır. "Yeni bir kamera türü" olarak tanıtıldı çünkü temel işlev, bir fotoğraf veya video çekmek, filtreler, lensler veya başka efektler eklemek ve bunları arkadaşlarınızla paylaşmaktır (Ockert, 2019: 47).

Uygulama, başlangıçta kişiden kişiye fotoğraf paylaşımına odaklanmaktan, şu anda kullanıcıların 24 saatlik kronolojik içeriğe sahip "Hikayelerini", "Keşfet" ile birlikte markaların reklam destekli kısa form içeriği göstermesine olanak tanıyan bir evrim geçirmiştir. Ayrıca, kullanıcıların fotoğrafları "yalnızca bana özel" ve fotoğraflarını parola korumalı bir alanda tutmalarına olanak tanır. Snapchat kullanıcıları kullanıcı isimleri olarak anlamsız isimleri kullanmayı tercih etmektedir. Birini arkadaş olarak eklemek için kişileri yükleyebilir veya tanıdığınız kişileri aramak fırsatı sunmaktadır. Birini otomatik olarak "Snapcode" fotoğrafını çekerek de ekleyebilirsiniz (Susteren, 2017: 12).

Snapchat, Stanford Üniversitesi'nde eski öğrenciler olan Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından oluşturulmuştur. Sosyal medya için yeni, mobil öncelikli bir yönü temsil ettiği biliniyor ve sanal çıkartmalar ve artırılmış gerçeklik nesneleriyle etkileşime giren kullanıcılara önemli bir vurgu yapmaktadır. Mart 2020 itibarıyla Snapchat, günlük 229 milyon aktif kullanıcıya sahiptir. Her gün ortalama olarak 4 milyardan fazla Snap gönderiliyor. Snapchat'ın genç nesiller arasında, özellikle 16 yaşın altındakiler arasında popüler olduğu biliniyor ve bu durum ebeveynler için birçok gizlilik endişesine yol açmaktadır (Schermerhorn ve Bachrach, 2020: 19).

1.2. Nefret Söylemi

Nefret söyleminin uluslararası olarak kabul edilmiş bir tane bile tanımı olmadığı için, “nefret söyleminin tanımı nedir? “ sorusu aldatıcı bir sorudur. Ancak geniş anlamda, nefret söylemi insanları belirli bir gruba üyeliklerine dayanarak insanları aşağılayan bir iletişimdir. Bu, konuşma, resim, yazı ve şarkılar gibi herhangi bir ifade biçimini içerebilir. Bazı tanımlar, nefret söylemi kavramını, önyargı ve hoşgörüsüzlük ortamını teşvik eden iletişimleri de kapsayacak şekilde genişletir-buradaki düşünce, bu tür iletişimlerin daha sonra ayrımcılığa, düşmanlığa ve şiddetli saldırılara neden olabileceğidir (Assimakopoulos, vd., 2017: 3). Evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımın bulunmaması nedeniyle, ‘nefret söylemi’ türlerine izin veren veya bunlarla ilgili kısıtlamalar gerektiren yükümlülükler, birçok farklı antlaşmadan bir araya getirilmektedir. ‘Nefret söylemini’ tanımlamak için, öncelikle ifade ve eşitlik için karşılıklı olarak güçlendirilen insan haklarının önemini anlamak gerekmektedir (Council of Europe, 2014: 7).

İfade özgürlüğü hakkının kapsamı geniştir. Örneğin, başkalarının derinden rahatsız edici bulabileceği düşüncelerin ve fikirlerin ifadesini içerebilir ve bu ayrımcı ifadeyi kapsayabilir (Moon, 2000: 44). Tüm insan haklarının, genellikle evrensel, bölünemez, birbiriyle ilişkili, birbirine bağımlı, ve karşılıklı olarak güçlendirici olduğu söylenilir. Ayrıca, ifade özgürlüğüne önem verilmesinin iki nedeni vardır (Smith, 2018: 310):

Kişisel düzeyde, ifade özgürlüğü her bireyin gelişimi, saygınlığı ve tamamlanması için bir anahtardır. İnsanlar, başkalarıyla özgürce fikir ve bilgi alışverişinde bulunarak daha geniş bir dünya ve çevre anlayışını kazanabilirler. Eğer insanlar kendi düşündüklerini açık bir şekilde söyleseler kendilerini saygın ve daha çok güvende hissederler .

Devlet düzeyinde, ifade özgürlüğü iyi yönetim ve dolayısıyla ekonomik ve sosyal ilerleme için gereklidir. İnsanların, diğer insan haklarının korunması ve geliştirilmesi de dahil olmak üzere hükümetle özgürce tartışmalarını ve endişelerini dile getirmelerini sağlayarak hesap verebilirlik sağlanır.

Düşünce ve ifade özgürlüğü, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nin (İHEB)¹ Maddesinde korunan ve bütün önemli uluslar arası ve bölgesel insan hakları sözleşmeleri vasıtasıyla yasal güç verilen temel bir insan hakkıdır (Gostin ve Zita Lazzarini, 1997: 19).

¹ İHEB, devletler üzerinde kesin bir bağlayıcılık oluşturmamaktadır, ancak hükümlerinin birçoğu, kabulünden bu yana uluslararası teamül hukuku olarak yasal güç kazanmış kabul edilmektedir.

“Uluslararası insan hakları hukuku, devletleri, tüm insanlara sınırlardan bağımsız olarak herhangi bir bilgi ya da fikir arama, alma veya verme özgürlüğünü, kişinin tercih ettiği herhangi bir medya aracılığıyla garanti etmesini gerektirmektedir” (Lawson ve Bertucci, 1996: 548). İfade özgürlüğü hakkı mutlak bir hak değildir ve devlet, bazı istisnai durumlarda uluslararası insan hakları hukuku kapsamındaki hakkı kısıtlayabilir (Article 19, 2019: 6).

Uluslararası ve bölgesel insan hakları belgeleri, “nefret söyleminin” tanımlanması ve sınırlandırılması için değişen standartları göstermektedir; bu farklılıklar iç mevzuattaki farklılıklara yansımaktadır. Günlük ortamlarda, ona bağlı olan terim ve anlamların kullanımı, onu düzenleme çağrıları gibi değişir (Article 20, 2010: 2). Bu, terim hakkındaki karışıklığın çoğunu ve bunun insan hakları için ne anlama geldiğini açıklayabilmektedir.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi “Nefret Söylemi” hakkındaki 97 (20) Sayılı Öneri Kararına göre “Nefret Söylemi” terimi saldırgan milliyetçilik ve etnosentrizm tarafından ifade edilen hoşgörüsüzlük, ayrımcılık, anti-semitizm ve azınlıklara, göçmenlere, ve göçmen kökenli insanlara ırkçı nefreti yayan, kışkırtan, teşvik eden ya da haklı kılan tüm ifade biçimlerini kapsamaktadır. Buna göre nefret söylemi bir kişiye ya da bir gruba karşı yöneltilen yorumları kapsamaktadır (Weber, 2009: 39). Ayrıca, Avrupa Konseyi’nin nefret söylemi konusunda sunduğu iki resmî tanım bulunmaktadır:

“Nefret söylemi” terimi, ırksal nefret, yabancı düşmanlığı, anti-semitizm ya da saldırgan milliyetçilik ve etnosentrizm ile ifade edilen hoşgörüsüzlük, azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik ayrımcılık ve düşmanlık dahil hoşgörüsüzlüğe dayalı diğer nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya haklı gösteren tüm ifade biçimlerini kapsayacak şekilde anlaşılmalıdır. “ (Committee of Ministers, 1997: 107) .

“Öneri amacıyla nefret söylemi, inkarın savunulması veya teşviki, kişinin veya kişilerin nefreti ya da kötülüğü, ata, yaş, engellilik, cinsiyet ve cinsel içerik oryantasyonun yanı sıra ırk, renk, dil, din veya inanç, uyruk veya ulusal ya da etnik köken içeren kapsamlı olmayan kişisel özellikler veya statü listesine dayanan bir kişinin veya bunların grubunun inkar edilmesi, nefret edilmesi ya da aşağılanması, ayrıca herhangi bir taciz, hakaret, olumsuz klişeleştirme, damgalama veya tehdit ya da bu tür ifade biçimlerinin herhangi bir gerekçesi bir veya daha fazla belirli ifade biçiminin kullanılmasını gerektirir (ECRI, 2016: 3).

Açıklamak gerekirse;

Nefret: Belirli ya da gerçek veya algılanan –korunan özelliklere (uluslar arası hukukta tanınan) sahip olmaları nedeniyle, bir bireye ya da gruba yönelik yoğun, irrasyonel bir düşmanlık, düşmanlık ve sapma duygusudur. Nefret, sadece önyargıya sahip olmaktan daha fazlasıdır ve farklı olmalıdır. Nefret, duygusal bir durumun ya da fikrin bir göstergesidir. Bundan dolayı ortaya çıkan herhangi bir belirtilmiş eylemden farklıdır . (Article 19, 2009: 8).

Söylem: Düşünce veya fikir veren herhangi bir ifadedir-harici bir kitleye iç görüş veya fikir getirir. Konuşma birçok biçim alabilir: yazılı, sözlü olmayan, görsel ya da sanatsal ve bu, internet yazı, radyo veya televizyon dahil herhangi bir medya aracılığıyla yayılabilir (Chacara, 2018: 121) .

Nefret söylemi, ifade özgürlüğü, birey, grup ve azınlık haklarının yanı sıra haysiyet, özgürlük, ve eşitlik kavramlarıyla karmaşık bir bağlantıda yer almaktadır. Nefret söyleminin tanımı genellikle tartışmalıdır. Ulusal ve uluslar arası mevzuatta, nefret söylemi, hedefin belirli bir sosyal veya demografik grupla tanımlanmasına bağlı olarak zararı teşvik eden ve (özellikle ayrımcılık, düşmanlık ya da şiddeti) savunan ifadeleri ifade eder. Nefret söylemi, şiddet içeren eylemleri savunan, tehdit eden, ya da teşvik eden konuşmayı kapsayabilmektedir fakat bunlarla da sınırlı değildir. Bununla birlikte, bazı insanlar için bu terim, aynı zamanda hedeflenen ayrımcılık, düşmanlık ve şiddetli saldırıları tetikleyebileceği varsayımı üzerine bir önyargı ve hoşgörüsüzlük ortamını teşvik eden ifadelere de uzanmaktadır (UNESCO, 2015: 10) .

Birleşmiş Milletler (BM) İnsan Hakları Konseyi Azınlık Sorunları Özel Raportörü tarafından gözlemlenen çevrimiçi nefret söyleminin yaygınlaşması, yeni bir dizi zorluk getirmektedir. Sosyal ağ platformları hem de nefret söylemiyle mücadele etmek için oluşturulan kuruluşlarında olguyla ilgili küresel bir genel bakış sunan istatistikler mevcut olmasa da çevrimiçi yayılan nefret dolu mesajların giderek yaygınlaştığını görülmektedir (British Institute of Human Rights, 2012: 55). BM Antlaşması, Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi (ICCPR) hükümetleri nefret söylemini önlemeye çağırmaktadır. Madde 20 (2)'ye göre ayrımcılık, düşmanlık ya da şiddete teşvikten her türlü ulusal, ırksal veya dini savunuculuk yasa ile yasaklanacaktır (Lawson ve Bertucci, 1996: 548). Mayıs 2016 sonu itibarıyla Facebook, Twitter, Youtube ve Microsoft, nefret söylemi üzerinde bir fikir birliği için çalışan BM ile nefret söylemi Davranış Kuralları imzalamıştır (Babie ve Sarre, 2020: 32).

Nefret söylemi özellikle bazen ciddi trajik sonuçları olan çevrimiçi insan hakları istismarının önemli bir biçimi haline gelmiştir. Nefret söylemi, Evrensel İnsan Hakları, haysiyet

ve demokrasinin temellerini baltalar ve nefret suçu ile ilişkilendirilebilir. Nefret söylemiyle hedef alınan insanlar, intihar etmek gibi en kötü senaryolarda psikolojik ve fiziksel olarak acı çekmektedir. Nefret söylemi yeni bir insan hakkı sorunu değildir; ancak çevrimiçi nefret söylemi gündüz gece gerçekleştiği ve izlenmesi, ölçülmesi ve önlenmesi zor olduğu için soruna fazladan bir boyut eklemiştir (Council of Europe, 2013). Bu çalışma bağlamında, nefret söylemi, konuşma, yazma veya davranışta, kim veya bir kimseye dayanarak bir kişiye ya da gruba atıfta bulunarak aşağılayıcı veya ayrımcı bir dille saldıran veya kullanılan her türlü iletişim kavramı olarak anlaşılmaktadır.

1.2.1. Nefret Söyleminin Çeşitleri

Cinsiyeti, ırkı, dili veya dini farklı olan savunmasız ve azınlıktaki gruplara yönelik çoğunluk ve baskın gruplar tarafından yöneltilen söylemlere nefret söylemi denir. Nefret söylemi farklı zamanlarda ve Orta Doğu'da da olduğu gibi birçok ülkede egemen söylemin daha baskın olduğu medya aracılığıyla tekrar tekrar gündeme gelmektedir. Azınlıkta ki bu cinsiyeti, dini, dili, ırkı farklı gruplar nefret söylemine her dönemde maruz kalmaktadır. Nefret söylemi çeşitleri, hedef aldığı gruba göre, “siyasal”, “kadınlara yönelik”, “yabancılar ve göçmenlere yönelik”, “cinsel kimlik temelli” ve “engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik” şeklinde başlıklara ayrılabilir (Gündüz ve Bozay, 2019: 45).

1.2.1.1. Irk Temelli Nefret Söylemi

İnsanları ırksal özelliklerine göre ayırarak, onlara ırksal özelliklerine göre davranmak ırk temelli nefret söylemine neden olur. Azınlıktaki birey ve gruplara karşı belli bir ırka mensup olmaları nedeniyle duyulan nefretin ifade edilmesi ve başkalarının da bu duruma kışkırtılarak teşvik edilmesi ırkçı nefret söylemini oluşturur (Övet, 2016: 111). Belli ırka mensup kişilerin herkesin yararlandığı haklardan yararlanamamaları nefret suçudur. Irk temelinin etki alanı büyük ve kapsamlı olduğu için nefret söyleminin suç unsuru sayılma olasılığı en yüksek olduğu söylemler ırkçılıkla ilgili söylenen söylemlerdir (Hermann, 2019: 159).

Irk Temelli nefret söyleminde insanlar doğuştan sahip oldukları özellikleri nedeniyle ‘dışlanma’ sebebi olarak görülmüş ve bu kişilere olumsuz birçok davranış atfedilmektedir. Örneğin, bazı ırkları hayvanlara benzetmek, siyahları belli suçlarla bağdaştırmak, Arap-Amerikan ve Müslümanları terör örgütlerini desteklemekle suçlamak yada belli ırka ait azınlık

grupların bir hizmetten faydalanamayacağını söylemek gibi davranışlar belli ırkın özelliklerini taşıyan insanların onuruna saldırı niteliğindedir (Karakuş, 2019: 15).

İrk temelli nefret söylemine maruz kalan gruplardan biri farklı milli kimlik ve azınlıktaki Etnik kökenli insanlardır. Etnik köken ve milletlere karşı toplumun kışkırtılması ve hoşgörüsüzlüğü; bazı çoğulcu ülkeleri tedirgin etmektedir. Bu nefret suçunu çoğu kez ‘saldırgan milliyetçi ve etnik merkezci’ kişi ve gruplar işlemektedir (Gündüz ve Bozay, 2019: 46). Azınlıktaki bu etnik gruplara karşı kullanılan nefret söylemi medyanın elinde hakaret, aşağılama, suç unsurları ile bir arada tutulmaya varan ifadelerle kullanılmakta ve böylece ayrımcılığı doğuran bir algı oluşturulmaktadır (İnceoğlu, 2011: 20).

Nefret söylemi aynı zamanda toplum içinde azınlık durumunda kalan göçmenlere karşı da kullanılmaktadır. Sosyal hayatlarında, işyerlerinde ve okullarında çoğu kuruluştan dışlanmaya maruz kalmaktadırlar. Ülkedeki en tehlikeli ve en zor şartlardaki işleri düşük ücret karşılığı yapmaktadırlar (Eker vd., 2016: 154). Göçmenlerin bazı haklardan mahrum olmasını fırsat bilen iş yerleri bu kişilere ayrımcılık uygulamakta ve göçmen karşıtı politikalarda bu ayrımcılığı teşvik etmekte ve çoğaltmaktadır. Bu ayrımcılığın oluşmasındaki en önemli etken biz ve onlar karşıtlığıdır. Toplumda göçmenler, yabancılar ve azınlıklar farklı görünmekte ve kovulması, sürülmesi ve savaşılmaya gereken düşmanlar olarak görülmektedirler (Köker ve Doğanay, 2010: 53).

Toplumdaki ötekileştirme sonucu ortaya çıkan nefret söylemi ve suçu medya aracılığı ile sürekli yenilenmekte ve yayılmaktadır. Son yıllarda Suriyeli mültecilere yönelik oluşan nefret söylemi buna en iyi örneklerden biridir. 2017 yılı mayıs-Ağustos ayları arasındaki 4 aylık dönemde medyada en çok Suriyeli göçmenlerin birçok cinayet, hırsızlık, taciz gibi olaylara karıştığı Hrant Dink Vakfı’nın yayınladığı ‘Medyada Nefret Söyleminin İzlenmesi’ araştırılmasında görülmektedir (Kan vd., 2017: 7).

1.2.1.2. Siyasal Temelli Nefret Söylemi

Farklı siyasi görüşü benimseyen insanlara karşı ayrımcılık düşüncesiyle ve hatta iktidarlar tarafından oy toplama aracı olarak kullanılan söylemlerde siyasal temelli nefret söyleminden bahsedilir. Güçlü bir demokrasi için demokratik ülkelerde ihtiyaç olan farklılıkları, ileri düşünceyi ve ötekilerin görüşlerinin yerini siyasal nefret söyleminde tahammülsüzlük yer alır.

Bu tahammülsüzlük ile demokrasiye zarar verilmekte ve yok etmeye çalışılmaktadır (Ozulu, 2014: 20).

İktidarlar bazen doğrudan siyasi yorumlar ve halka verilen mesajlarla bazen dolaylı yoldan sessiz kalarak ve cezalandırılmayarak -ki bunun sonucunda daha çok artmakta ve insanların yaşamları etkilenmekte- nefret suçu veya nefret söylemine temel oluştururlar. Nefret söylemi iktidar tarafından bilinçli ve planlı bir şekilde kullanılmaktadır. Çünkü iktidarların belirli bir kesime karşı kullandığı nefret söylemi daha çok güç için mücadele eden gruplar arasında kamuoyunun dikkatini çekme ve puan toplama aracı olarak görülmektedir (Binark, 2010: 16).

Şahinkaya'nın aktardığına göre; siyasal iktidarların insan hakları hukukuna rağmen bu şekilde davranmalarının temelinde toplum üzerindeki gücünü ve kontrolünü arttırma isteği vardır (Şahinkaya, 2016: 19). Bu yöntem ile insanları kontrol altında tuttuklarında, yapabilecekleri ve yapamayacaklarını, ne hakkında ve nasıl düşünceleri gerektiğini denetleyebildiklerinde, insanlar üzerinde iktidar olmanın rahatlığını yaşarlar. Siyasi iktidar sahipleri, karşıt düşünceye sahip insanların sadece eylemlerini değil, aynı zamanda toplumdaki tartışma ve konuşmalardaki söylemlerinde kontrol altına alma amacı taşımaktadır (Mizrak, 2019: 22). Toplum tarafından daha çok benimsenmiş ve sevilmiş liderlerin nefret söylemleri özellikle daha geniş kitlelere ulaşmaktadır (Vardal, 2015: 141).

Siyasi liderlerin ve siyasetçilerin konuşmalarının toplum ve medya üzerindeki etkisinin büyüklüğü düşünüldüğünde siyasiler konuşmalarına dikkat etmeli ve nefret söylemlerinin sonucu küçümsenmemelidir. Liderlere duyulan bağlılık, sevgi ya da iktidarın elindeki güç kimi zaman toplumun bireylerini liderlerin her söylediğinin koşulsuz doğruluğuna inanmasına neden olabilmektedir. Bu inanış söylemin mutlak doğru olduğunu ve meşruluğunu beraberinde getirmektedir. Bu sebeple siyasilerin söyledikleri her olumsuz söylem bireyleri de olumsuzluğa itmektedir (Ozulu, 2014: 21).

Siyasiler özellikle seçim kampanyaları zamanında olmak üzere yoğun siyasi tartışmaların gündemde olduğu zamanlarda nefret söylemlerini yoğun bir şekilde kullanmakta ve toplumu bu şekilde etkilemeye çalışmaktadırlar (Doğan, ve Ertan, 2016: 143).Toplumdaki bireyler destekledikleri parti veya grupların söylemleriyle ötekileştirmeye maruz kalmakta ve toplum genelinde ayrımcılık oluşmaktadır. Siyasi görüşü ne olursa olsun, hangi parti veya gruba mensup olursa olsun insanlar olduğu gibi kabul edilip fikir ve düşüncelerine saygı duyulmalı ve demokrasi güçlendirilmeye çalışılmalıdır. Çok kültürlü ve kompozit toplumlarda demokrasinin

gücü için problem oluşturan ‘biz ve onlar’ kavramlarına karşı kullanılan nefret içeriklerinden uzaklaşılmalıdır (Gündüz ve Bozay, 2019: 46).

1.2.1.3. Cinsiyet Temelli Ve Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi

Nefret suçları, toplumsal cinsiyetin yanı sıra dini, siyasi ve ırksal nedenlerin bir sonucu olarak ortaya çıkabilir. Cinsiyete göre nefret söyleminin mağdurları üzerinde derin etkileri olduğu belirtiliyor. Cinsel olarak nefret edilen kişilerin zararlı etkileri, diğer nefret suçu türlerinden daha şiddetli olabilir. Diğer nefret suçu mağdurları gibi, cinsel saldırıya uğrayan çoğu insan, daha yüksek ve daha yüksek maliyetlere maruz kalmamak için mağduriyetlerini gizler (Dondurucu: 2018: 1379). Cinsiyete karşı nefret suçları, diğer nefret suçlarından daha büyük bir nefret duygusu içerir (Shaw ve Lee 2007: 179).

Kadınlara yönelik nefret söylemi temelde cinsel ifadelerin kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bu ifadelerde amaç, kadının konumunun konu olduğu bir söylemi aşağılamaktır (Akman ve Sayer 2011: 16). Medyada kadınlarla ilgili haberlerde, kadın biliminin sanatsal haberler ya da başarı yerine kriminal olaylarla gündemde olduğu görülüyor. Medyada kadınları haber yapmak için bir kadına veya evi yıkılan bir kişiye tecavüz (mağdur) vb. Türün trajik olaylarında rol alması gerektiği görülüyor (Suğur vd., 2005:169).

Medya aracılığıyla bir yere gelen kadınlar yine medyaya bu şekilde malzeme olmakla birlikte kadınlar zina, namus, ahlak gibi konular çerçevesinde ya da bundan sapmaları halinde, ya da sansasyonel olaylara karışmaları halinde gazetelerde ve televizyonlarda yer almaktadırlar (İnceoğlu, 2012: 37). Medyada kadınların bu şekilde gündeme gelmesi ayrımcı dili daha yaygın hale getirmekte ve nefret söylemini beslemektedir. Sansasyonel haberlerle özdeşleştirilen kadın kimliği, hakaret içeren dışlayıcı ifadelerle topluma sunulmaktadır. Kadınlar "Yuva yıkan kadın", "ahlaksız kadın", "Üçüncü kadın" gibi aşağılayıcı ifadelerle kadın kimliğini "kötüye kullanan" ya da sadece kadın kimliğinin cinsiyetçi rolünü kullanan insanlar olarak gösterilmektedirler. Bu tür bir yaklaşım ise kadın kimliğine yönelik cinsiyetçi söylemler ile birlikte nefret suçunu artırma ve özendirme işlevi görür (Gündüz ve Bozay, 2019: 51).

Aynı zamanda toplumun bazı rol, davranış ve düşünce kalıplarının bozulması sonucu kadınlara ve / veya erkeklere atfedilen nefret söylemi de bu gruba dahil edilebilir. Geleneksel değer yargıları ve toplumların ahlaki anlayışı, bu tür nefret söyleminde etkilidir. Bir kadın

yaşadığı toplumun geleneksel kalıplarıyla çeliştiğinde nefret söylemine maruz kalır (Çaha, 1996: 167).

1.2.1.4. İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi

Bu tür bir söylem, bir dine ait farklı dinler ve farklı mezhepler hedeflenerek oluşturulabilir. Orta Doğu'daki birçok ülke gibi bu söylemin çeşitli örneklerine sık sık rastlanmaktadır. Orta Doğu'da inanç ve mezhep nefret söylemi, İslam dışındaki dinlere ve gelenekçilik dışındaki diğer mezheplere, özellikle Alevilik'e karşı da yayılmıştır (Çınar, 2013: 210).

Örneğin, diğer mezhepler ve mezhepler üzerindeki hakim doktrinsel ve mezhepsel baskılar nefret söylemiyle ilgilidir. Orta Doğu gibi nüfusun çoğunluğunun Müslüman olduğu bir ülkede, Müslüman nüfusun farklı inançlara sahip insanlar üzerindeki hakimiyeti ve dönüştürücü tutumu mezhep inancı ve nefret söylemi bağlamında iki yönlü bir bağlam olarak değerlendirilebilir.

1.2.1.5. Engellilere Yönelik Nefret Söylemi

Bu, kişinin fiziksel ve zihinsel özelliklerinden ve belirli hastalıkları olan kişilerin nefret söyleminin hedefi haline gelmesinden kaynaklanıyor olabilir veya olmayabilir. Genellikle engellilere acımayla başlayan diğer vakalar, fiziksel ve zihinsel engelli kişiler ile toplumun "normal" olarak gördüğü diğerleri arasındaki farklılıklara dayanarak nefret dolu hale gelir. (Öksüz ve Yaşa, 2020: 1391).

Engellilere yönelik nefret söylemi, bedensel veya zihinsel engelli veya belirli hastalıkları olan kişiler için üretilir. Dünya gibi, Orta Doğu'da da bu tür bir nefret var. Kaynağı sosyal ve / veya ekonomik olabilir veya onlardan tamamen bağımsız olabilir (Kurt, 2019: 3).

1.2.1.6. Yabancılarla ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi

Yabancıları, göçmenleri ve farklı etnik grupları hedef alan nefret söylemi türüdür. Dünyada ve Orta Doğu'da ekonomik sebeplerle ortaya çıkan işsizlik vb. durumlarda sıkça karşılaşılan bu söylem türü aynı zamanda ırkçı yaklaşımlardan da beslenmektedir. Özellikle farklı etnik gruplar, toplum içinde endişe, kaygı, korku sebebi şeklinde gösterilip ve “düşman” gibi lanse edilmektedir Taştan vd., 2020: 153).

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

1.3. Nefret Söylemi İle Bağlantılı Kavramlar

1.3.1. Ayrımcılık

Ayrımcılık; birçok anlamının olmasının yanı sıra çeşitli unsuru da içinde barındıran bir kelimedir. Bu bakımdan, ayrımcılığı çeşitli tanımlarıyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrımcılık Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesi tarafından “Bütün hak ve özgürlüklerin herkes tarafından eşit biçimde tanınmasını ve kullanılmasını engelleme veya tanınmasını ve kullanılmasını hükümsüz kılma amacını taşıyan veya bu etkiye sahip ırk, cinsiyet, renk, din, dil, siyasi veya diğer görüşler, ulusal ya da toplumsal köken, mülkiyet, doğum veya diğer statülere dayalı olarak gerçekleştirilen ayırma, dışlama, kısıtlama ve tercih olarak tanımlanırken; Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) içtihatlarına göre “Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 14. maddesi bakımından bir muameledeki farklılık, objektif ve makul bir haklılığa sahip değilse, yani meşru bir amaç izlemiyorsa veya kullanılan araçlar ile gerçekleştirilmek istenen amaç arasında makul bir orantılilik ilişkisi bulunmuyorsa ayrımcılık” şeklinde tanımlanmıştır (Evik ve Karadeniz, 2012: 9).

Bunlarla birlikte ayrımcılığın diğer anlamlarını da incelemek gerekmektedir. Örneğin İncoğlu’na göre (2012: 65-66) ayrımcılığın tanımı şu şekildedir, “Ayırma, dışlama, kısıtlama ya da ırk, renk, cinsiyet, dil, din, ulusal ya da toplumsal köken, cinsel yönelim, cinsiyet kimliği, mülkiyet, doğum, siyasi ya da diğer görüşlere dayalı olarak gerçekleştirilen, bütün hak ve hürriyetlerin herkes tarafından tanınmasının ve kullanılmasının engellenmesi ya da tanınmasının ve kullanılmasının sınırlandırılması olarak anlaşılabilir.” Çelenk (2009: 211-213). ayrımcılığı, “herhangi bir kamu yararı ya da mantıklı bir gerekçe söz konusu olmaksızın, bir kişiye, benzer durum ve koşullardaki diğer kişilerden farklı ve eşit olmayan bir muamele yapılması” olarak tanımlamıştır, Bu tanımdan yola çıkarak yazar biz ve diğerleri arasında yapılan ayrımcılığın

bilhassa ırk, din dil, görüş farklılıkları veya cinsiyet temelinde yapılan ayrımcılıkların olumsuz sonuçlara yol açtığını ifade etmektedir. Aynı zamanda, ayrımcılığın hem zaman var olduğu, ulus devletlerin kurulmasıyla birlikte farklı görüşler kazanması ve modern ayrımcılık biçimlerinin oluştuğunu savunan görüşlerin bulundurduğunu gözden kaçırılmamalıdır. Karan (2012: 98) ise, ayrımcılığın nefret söylemi olarak değerlendirilmesinin altını çizmekte ve ayrımcılığı

“kamusal ya da özel yaşamda, insan haklarının eşitlik temelinde tanınmasını, haklardan yararlanılmasını ya da hakların kullanılmasını ortadan kaldırma ya da zayıflatma amacını taşıyan ya da böyle bir etki doğuran, herhangi bir ayrımcılık temeline dayanan, herhangi bir fark gözetme, dışlama, sınırlama ya da kısıtlama ya da öncelik tanıma” olarak tanımlamaktadır.

Ayrımcılık, bireysel düzeyde diğer bireylere ya da bir grubun üyelerine karşı ön yargılardan beslenerek artan tutum ve davranış şekli olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tutum ve davranışlar sosyal hayat tarafından şekillendirilmektedir. Bir toplum veyahut kültürde, ayrımcı davranışların seviyesi, şiddeti ve nefret suçlarının hangi taraflara yönelik olduğu o toplumun gelenek ve göreneklerine toplumsal ve siyasal oluşumlarına bağlı olduğu gözlenmiştir (Çınar, 2013: 39). Bu bağlamda, ayrımcılığın temelinde kişilerin görüşleri ve zihniyetlerinin nasıl şekillendiği sorusu önem kazanmaktadır. Çünkü bireyler, bu şekillenmenin sonucunda kişi ya da kişilere yönelik davranışlarını oluşturmaktadır (Zonana ve Reyna, 2012: 122).

Ayrımcılığı genel olarak iki başlık altında toplanabilmektedir. Bunlar doğrudan ve dolaylı ayrımcılıktır. Doğrudan ayrımcılık, anlaşılır bir şekilde net olarak yapılırken bu durum dolaylı ayrımcılık için geçerli değildir (Çelenk, 2009: 221). Bu durum açıklanmak istenirse; doğrudan ayrımcılıkta, aynı ya da benzer durumları bulanan bireylere, farklı bir muamelede bulunulması, ayrımcılık yasasının ihlali sayılmaktadır. Örneği engelli bir çocuğun engel durumunu bahane edilerek okul kaydının yapılmaması doğrudan ayrımcılık olarak nitelendirilmektedir (Karan, 2012: 141). Aynı işte ve şartlarda çalışan iki kişinin farklı ücretler alması, etnik kökene ya da cinsiyete bağlı olarak yapılıyorsa hem yasadışı sayılmakta (OSCE, 2009: 25) hem de doğrudan ayrımcılık olarak değerlendirilmektedir. Ancak dolaylı ayrımcılıkta farklı durumdaki kişilere, aynı ya da benzer davranılması yine ayrımcılık yasasının ihlaline girmektedir. Örnek vermek gerekirse, 175 santimetre boy uzunluğunun altındaki bireylerin polislik mesleğine alınmaması dolaylı ayrımcılığa girmektedir (Karan, 2012: 141). Bununla beraber, ayrımcılığın çoğu olumsuz olarak karşımıza çıksa da bazı durumlarda yani ayrımcılığa uğrayan kişiye avantaj sağlayan yani pozitif ayrımcılık örnekleri de karşımıza çıkmaktadır (Akdemir, 2014: 892). Fakat nefret söylemi

kapsamında, pozitif ayrımcılıktan ziyade, nefret söylemine neden olduğu kabul edilen olumsuz ayrımcılık biçimlerinin üstünde durulmalıdır. Bu noktada, ayrımcılığı kimlerin yaptığı konusu da önem taşımaktadır.

Zonana ve Reyna'ya (2012: 122) göre, ayrımcılık üç grup tarafından yapılmaktadır. İlk grup, sokaktaki vatandaş, arkadaşlarımız ve komşularımızdır. Bu kişiler ayrımcılığı bilerek yapabileceği gibi bilinçsiz olarak da yapabilmekte ve bu ayrımcılıklar basit ve kinayeli şeklindeki konuşmalardan başlayıp nefret suçuna dönüşebilmektedir. İkinci grup ise, toplumu kışkırtarak halk hareketi oluşturmayı ve bu amaç için birinci grupta bulunan kişileri teşvik ve tahrik ederek kullanan gruptur. Üçüncü grup ise devlettir. Yasalarda bulunan bazı yaptırımlar sayesinde devletin ayrımcılık yaptığı gözlenmekte fakat bu hükümleri düzeltmek adına önemli adımlarda atmaktadır.

Ayrımcılık sonucunda, nefret suçları kapsamında, ayrımcılığa maruz kalmış mağdurların özelliklerini paylaşan toplumsal açıdan duruma bakıldığında ise, bu kişilerin, nefret suçunun bir sonucu olarak korkmuş veya korkutulmuş olabileceği gerçeği söz konusu olabilmektedir. Başka bir anlatımla, hedef alınan grubun diğer üyeleri, kendilerine yönelik saldırı hissedebileceği gibi, saldırıyla karşı karşıya da kalabilmekte ya da ayrımcılık kurbanı olabilmektedir (OSCE, 2009: 20). Ancak, unutulmamalıdır ki, ayrımcılığa uğrayan birey ya da toplumlar sadece tehdit altında kalmamakta aynı zamanda, ayrımcılık olgusunun yaygınlaşmasına ve bu kişilerin veya grupların sosyal hayatların hiyerarşilerini de güçlendirmektedir (Öztürk, 2014: 78).

Dolayısıyla ırk, dini inanç veya mezhepler, dil, cinsiyet veya cinsel yönelimlere vb. dayalı ayrımcılıklar aile, iş hayatında, okulda çeşitli yerlerde ortaya çıkmakta ve bu kapsamda, her zaman bir dışlama süreci olarak karşımıza çıkmaktadır (Göregenli, 2013: 23-24). Bununla birlikte ayrımcılık, yalnızca sahip olunan kimlik ya da inançları nedeniyle belirli kişilerin veya grupların tüm insan haklarını sistematik olarak yok saymaktadır. Yok saymanın sebepleri ise ayrımcılığa uğrayan mağdurların bir insan olarak değil, bir obje olarak görülmesinden (Ataman, 2012: 66) ve bu bakış açısıyla yapılan ayrımcılığı haklı bir gerekçe gibi gösterip, meşrulaştırma çabasından kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak, ayrımcılık genel olarak toplumların kimliklerinin yitirilmesine katkıda bulunan bir süreçtir. Toplumlardaki çeşitli grupların ilişkileri, hiyerarşi ve hegemonik bir sistem içinde örgütlenmesi düşüncesi, ayrımcılığın en temel nedenini oluşturmaktadır.

1.3.2. Önyargı

Önyargı kavramının, sosyal psikoloji alanına girmesine öncülük eden Gordon’a (1979: 8) göre önyargı, “bir gruba dâhil ve böylelikle o gruba atfedilmiş karşı çıkılabilir özelliklere sahip olduğu varsayılan bir kişiye yönelik, sadece kişinin o gruba ait olmasından kaynaklanan, yön değiştirmiş ya da düşmanca tavır” olarak tanımlanmaktadır. Benzer bir şekilde Fiske (2002: 123), önyargı kavramını, “bir gruba ya da o gruba ait bireye yönelik nedensiz ve makul olmayan olumsuz tutum” olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan, bu kavram, bir bireyin toplumun ya da bu toplumunun bir parçasının sahip olduğu özellikler üzerine kurulmuş olumsuz tutum, davranış ve duygular olarak ifade edilebilir.

Daha da genellemek gerekirse önyargı peşin hükümlere dayanan negatif düşünceler, hoşgörülü davranmama veya belirli toplumlara yönelik nefret olarak tanımlanabilmektedir. Bu tanımlamalardan da anlaşılabilirdiği gibi birçok ön yargı çeşidi bulunmaktadır ve en yaygın çeşitleri etnik köken, dini inançlar, cinsel yönelimler, dış görünüş ve engellilik durumudur. (Şensever, 2012: 8).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında, Nazi ideolojisinin nasıl kitlelere yayıldığı ve antisemitist önyargıların nedenleri üzerinde yoğunlaşan Adorno ve arkadaşları, otoriter kişilik yapısının önyargı üretiminde etkili olduğunu savunmuşlardır. Baskın kişilik yapısına sahip kişiler, aşırı uyumcu, sert, duygularını bastıran, otoriteye itaat eden, sosyal hayatın kurallarına sıkı sıkıya bağlı olan, kendine benzemeyen kişilere karşı önyargılı olan bir kişilik tipi ile bağdaştırılmaktadır. Baskın karaktere sahip yani otoriter kişiler, önyargının nefret boyutunda bulunan nesne, gerçekliğin bütünüyle ayrılmakta ve saplantılı bir tarzda yeniden beslenerek üretilmektedir (Adorno, 2011: 69). Bu bağlamda, otoriterlik oranı nefret söylemi suçu arasında bir doğru orantı vardır (Cramer vd., 2011: 204).

Nefret suçlarının önyargıyla olan ilişkisine bakıldığında, önyargı bir hareketin ancak suç ile birlikte olduğu zaman nefret suçuna sebebiyet verdiği görülmektedir. Bu bakımdan başka bir deyişle, Suç+ Önyargı/ Nefret= Nefret Suçu (Alğan ve Şensever, 2010: 16). Bu nedenle, nefret suçları, ön yargı motivasyonlu olduğundan aynı zamanda önyargı suçlarını olarak nitelendirilebilmektedir (OSCE, 2009: 16).

Tüm bunlarla beraber önyargılar çoğunlukla kalıp yargı karıştırılmaktadır. Çünkü ikisi de sosyal gerçekliği şematize etme ve zihinsel temsilleri biçimlendirme sürecinde birbirlerini tamamlamaktadır (Göregenli, 2013: 29). Fakat kalıp yargı, önyargının bilişsel (cognitive)

parçasıdır ve insan gruplarına yönelik genel geçer inançları içermektedir. Eğer bir kalıp yargıya güçlü bir duygulanım ile birlikte olursa işte o zaman bir tutum olarak önyargı oluşmaktadır (Parker ve Çayır, 2012: 42). Bu durumda önyargılar kişilerin topluluklara olan benimsemeleri çerçevesinden bakılarak yapılan değerlendirmeler bir davranışı ve olumsuz dogmatik kanaatleri ifade etmektedir. Bu sebeple, dışlama tutum ve davranışlar, önyargıyla beraber ayrımcılık sonunda, insanları farklı sınıflara ayırma süreciyle ortaya çıkmaktadır (Göregenli, 2013: 26).

Genel olarak toplamak gerekirse ön yargı bir bireye topluma veya toplum üyelerine karşı oluşturulan olumsuz tutumlar şeklinde değerlendirilmektedir. Olumsuz tutumlar ve önyargılar nedeniyle şekillendirilen kişiler, bireysel varoluşları nedeniyle değil içinde bulundukları etnik köken siyasi, dini, cinsiyet veyahut fikirleri sebebiyle ele alınmakta, tutum ve davranışları bu bağlamda değerlendirilmektedir. Bu süreçlerin sonucu olarak önyargılı tutumlar nefret söylemlerini doğurmakta ve suç teşkil eden bir eylemle birleştiği zaman ise nefret suçlarına neden olduğu gözlenmektedir.

1.3.3. Damgalama (stigma)

Damga (stigma) sözcüğü her ne kadar “delik, delmek, yara, iz” anlamına gelse de, günümüzde daha çok “kara leke” anlamında kullanılmaktadır. Damgalanan kişilerin ya da grupların farklı özellikleri vurgulanmakta, bu farklılıkları da onları birçok olumsuz özelliklerle bütünleştirilmesine neden olmaktadır. Daha sonra bu kişiler toplumdan yalıtılarak yok olmaları için çaba gösterilmekte ya da yok olmaları için kendi hallerine bırakılmaktadırlar (Özmen, 2007: 9). Damgalanmış kişi veya gruplar kendilerine verilen kalıba uyduğunda eşitsizlik, ayrımcılık gibi toplumsal sorunlar onlar için sorun oluşturmamaktadır. Örneğin Romanların sokakta dans etmesi sorun değildir (Çayır, 2012: 12). Damgalama cinsiyetçi, dinsel, ırksal, etnik azınlıklara olduğu kadar AIDS ve akıl hastalarına da giydirilen kalıpların olumsuz etkilerini anlatan bir kelimedir.

Sosyal psikologlar damgalama sürecini dört bilişsel yapı açısından incelemektedir. Bunlar: İpuçları, kalıpyargı, önyargı ve ayrımcılıktır (Soygür ve Özalp, 2007: 240). Damgalama ile damgalanan kişi ya da grubun farklı olduğu vurgulanır ve bu farklılık nedeniyle de damgalanmış kişilere birçok olumsuz özellik atfedilmektedir (Çuhadar ve Çam, 2011: 136).

Gorffman (1963:137-138) damgalamayı tam olarak toplumsal kabul görme eylemine engel olarak, gözden düşürülmüş ya da gözden düşürülecek kişiler için açıklayıcı bir kavram

olarak açıklamaktadır. Gorffman’a (1963:5) göre damgalama terimi Yunan toplumunda alışılmışın dışında ve kötü ahlaki düzeyi olan kişileri açığa çıkarmak için tasarlanmış, insanların vücutlarına yakılarak ya da kesilerek yapılan bu işareti taşıyan kişinin köle, suçlu ya da hain olduğu ifade edilmiştir.

Önyargı ve onun getirdiği damgalama ayrımcılığa yol açmaktadır. Ayrımcılık toplumdaki kişi ya da grupların diğerlerini damga ve önyargı nedeniyle bazı hak ve menfaatlerden yoksun bırakmasıdır (Üçok, 1999: 68). Soygür ve Özalp’e (2005: 75) göre damgalama, kişinin içinde yaşadığı toplumun “normal” saydığı ölçülerin dışında sayılması sebebiyle, toplumu oluşturan diğer bireyler tarafından, kişiye saygınlığı azaltıcı bir atıfta bulunulmasıdır. Bu durum, bireylere karşı duyulan nefret ya da korku olarak adlandırabileceğimiz bir durum yaratmaktadır (Tuzer, 2003: 9).

1.3.4. Kalıpyargılar(Streotipler)

18. yüzyılın sonunda Kuzey Amerikalı gazeteci Walter Lippman tarafından “stereotip” kavramı, “sarsıcı kelimelere karşı genelde dirençli olan kafamızdaki sabit, dar ufuklar, resimler” şeklinde “Public Opinion (1922)” adlı kitabında ilk defa kullanılmıştır (Marshall, 1999: 579). Kalıp yargılar, belirli bir objeye ya da gruba ilişkin bilgi boşluklarını dolduran, böylece onlar hakkında karar vermeyi kolaylaştıran, önceden oluşturulmuş birtakım izlenimler, atıflar bütünü olarak zihnimizde oluşturduğumuz imgelerdir. Bu imgeler tıpkı dış dünyadaki objelerin gerçek özellikleri gibi zihnimizde rol oynamaktadır (Göregenli, 2012: 23). Kalıpyargılar, bir kişinin tüm özellik ve niteliklerinin o kişiye ait tipin içerdiği belli başlı özelliklere indirgenmesi, bu özelliklerin özelleştirilmesi, doğallaştırılması ve sonsuza kadar değişimin önünü kesecek biçimde sabitlenmesiyle oluşmaktadır (Çam’dan akt: Aygöl, 2010: 101).

Stereotip terimi, genel olarak diğer insanları için yerleştirdiğimiz kategorileri ifade etmektedir. Bu çerçevede, stereotipler, diğer bir bireyi veya bireyler grubunu tanımlamak için kullandığımız basitleştirilmiş betimsel kategoriler olarak tanımlanmaktadır (Aygöl, 2010: 101). Kalıpyargılar, bir grubun başka bir grubun üyelerine aktardığı, grup üyeleri arasındaki çatışmayı yansıtan düşüncelerdir.

Kalıp düşünceler, belirli gruplar hakkında sahip olunan olumlu- olumsuz bilgilerin bir özetidir. Bu özet bilgiler sayesinde başka bir grup hakkında geliştirilen tutumlar, o grup üyesi ile karşılaşıldığında verilecek tepkileri ve onun davranışları hakkındaki beklentileri belirlemektedir.

Kalıp düşünceler, kişi için yeni tutum objesi veya karşılaşılan kimse ile ilgili olarak baştan yeni bir öğrenme sürecinden geçmek yerine kişiye bazı eğilim ve beklentileri kullanma olanağı sağlayarak kişinin işini kolaylaştırmakta, davranışlarına düzen ve tutarlılık kazandırmaktadır. Kalıpyargılar, özellikle bilgileri ve yeni durumları hızla sınıflandırmaya yarayan basitleştirme ve genellemeler olduğu için bir konu, durum, olay ya da kişi hakkında yanlış sonuçlara varmaya neden olabilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1985: 102- 103). Mutlu (2004: 38), kalıp yargıları (stereotip) genel bir türe göre sınıflandırma yaparak, bu türün münferit bir örneğinin ortaya koyduğu özgül karakteristiklere bakmak yerine ortaya koyduğu zihinsel görüntüler, duygusal tepkiler ve davranışlar olarak tanımlamaktadır. Bireyler, gruplar ya da kişiler hakkında kategori oluşturulurken, o grup ya da bireylere ilişkin değerlendirmeler de yapılır. Bu değerlendirmeler ve yargılar kalıp düşünce ve önyargı kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır (Harlak, 2000: 5). Kalıpyargılar çoğunlukla olumsuzdur (“kadınların saçları uzun aklı kısadır” gibi) (Mutlu, 2004: 38).

Cinsiyete ilişkin kalıp yargılar toplumun kadın ve erkek rolü ile ilgili beklentilerini şekillendirmektedir. Bu şekil etrafında kadın ve erkek davranışları tanımlanmaktadır. Geleneksel cinsiyet rollerine göre kadın ve erkek öncelikli bazı rolleri üstlenmektedir. Kadının evde iş yapması, çocuk bakması, bakıcı ve koruyucu rolünün öncelikte olması, aile hayatında toparlayıcı ve fedakâr olması önemlidir. Erkekler ise aile ve iş ortamında merkezi otorite, baş komuta sembolüdür. Her zaman güçlü ve ailesinin geçimini sağlayan kişidir. Belirlenmiş roller kalıp yargıları oluşturmuştur. Biçimlenmiş roller devamında da kalıp yargıların davranışa dönüşmesi ile ayrımcılık ortaya çıkmaktadır.

1.4. Orta Doğu’da nefret söylemi

Sosyal medya platformlarının büyümesinin kötü sonuçlarından biri, bu platformlarda yayınlanan nefret dolu yorumların çoğalması olmuştur. Sosyal medya, pek çok insanın pişmanlık duymadan aşağılayıcı ve tehdit edici yorumlarda bulunmanın uygun olduğunu düşündüğü bir ortam yaratmıştır (Hayes, 2014: 444).

Son on yılda, nefret söyleminin ve diğer saldırgan dilin tespiti, sosyal medya platformlarında zararlı ve saldırgan içeriğin artması nedeniyle birçok akademisyenin dikkatini çekmiştir (Alsafari, Vd 2020: 1). Bu platformların çoğunun, ırk, etnik köken, din, cinsiyet ve milliyet gibi korunan özelliklerine göre bireylere veya gruplara saldıran veya tehdit eden her

türlü gönderiyi yasaklayan nefret söylemi politikaları vardır. (Susi, 2019: 234). Bununla birlikte, nefret söylemini filtrelemek hâlâ büyük ölçüde bir yandan kötü davranışı bildirmeye, diğer yandan moderatörler tarafından izlenmeye dayanmaktadır. Sosyal medyadaki muazzam içerik hacmini manuel olarak izlemek zahmetli bir iştir. Sonuç olarak, nefret söylemini tespit etme alanında, bu konunun artan önemini açıkça vurgulayan yarışmalar ve çalıştaylarda çeşitli araştırma çalışmaları ortaya çıkmıştır (Alsafari., Vd 2020: 2).

Sosyal medya, küçük bir zaman çerçevesi içinde geniş kitlelere ulaşma yeteneği ile karakterize edilen popüler bir iletişim aracıdır. Ayrıca anonimliğe izin verir ve diğer medya türlerinden daha az düzenlenir. Bu, bireyler ve gruplar hakkında nefret söyleminin ve saldırgan yorumların yayılmasında sosyal medyanın istismar edilmesini kolaylaştırır (Izsák, 2015: 3). Hakaret, aşağılama, tehdit ve kişisel saldırı gibi saldırgan yorumlar, duygusal sıkıntılara neden olabilmekte ve sosyal medya kullanıcılarının ruh sağlığını etkileyebilmektedir (Mengü ve Mengü, 2015: 214). Sosyal medyadaki nefret söyleminin, nefret suçlarını kışkırttığı ve azınlık gruplara karşı olumsuz klişeleri ve önyargıları teşvik ettiği kanıtlanmıştır (Gelashvili, 2018: 28).

Arap dilinin sosyal medyada kullanımı yaygındır ve sürekli artmaktadır. Arap Sosyal Medya Raporu, 2017 itibarıyla Arap bölgesindeki Facebook kullanıcılarının 150 milyondan fazla Arap kullanıcısı olan tüm Facebook kullanıcılarının% 8,4'ünü oluşturduğunu tahmin ediliyor. Arap bölgesindeki aylık aktif Twitter kullanıcılarının toplam sayısının Mart 2017'de 11,1 milyona ulaşmıştır ve bu rakam tüm Twitter kullanıcılarının yaklaşık %4'ünü ulaştırmaktadır (Salem, 2017: 44).

Bu nedenle sosyal medyanın Arapça içeriğinin düzenlenmesi önemli bir konudur. Orta Doğu'daki hükümetler, medyada "nefret söylemi" dedikleri şeyi ele alma kisvesi altında yeni yasalar çıkarmaya çalışmaktadır. Bununla birlikte, birçok sivil toplum aktivisti ve gazeteci, bu yasaların sadece basın özgürlüğünü engellemek için ilan edildiğine inanmaktadır. Yeni yasalar, Ürdün ve Suudi Arabistan'daki yeni siber suç yasaları taslağını, Mısır'daki aşırı hakaret yasalarını ve ceza yasalarını içermektedir. Buna bir tepki olarak, bölgedeki bir dizi yerel sivil toplum örgütü, Arap medyasında artan nefret söylemi vakalarıyla başa çıkmak ve basın özgürlüğünü desteklemek için kendi girişimlerini başlattı (Al-Kaisy, 2019: 1).

Orta Doğu'da nefret söyleminin izlenmesi hakkında SkyLine International raporuna göre, 2019 yılında medya sektörlerinde insanlar arasında şiddet, kaos, anlaşmazlık ve toplum içinde kötülüğe yol açan kışkırtma ve nefret söyleminde artış oldu. (SkyLine International, 2019: 1).

Orta Doğu'daki kadınlar, sokaklarda cinsel tacizle mücadele etmeye devam ederken artan taciz ve online nefret söylemiyle karşı karşıya kalmaktadır. Yıllar boyunca, dijital alanın çoğu zaman dünya genelinde kadınlar için düşmanca bir ortam olduğu kanıtlanmıştır, çünkü çoğu kişi bilgisayar korsanlığı, gizlilik ihlalleri, ifade özgürlüklerini tehdit eden çevrimiçi karalama kampanyaları ve artan cinsiyet temelli şiddet ile uğraşmıştır (Leslie, 2020: 449). Arab Center for the Advancement of Social Media tarafından 2019 yılında yayınlanan bir rapora göre, ankete katılan genç kadınların üçte biri, hesaplarının hacklenmesi, kişisel bilgilerinin yayınlanması ve uygunsuz resimlerin gönderildiği da dahil olmak üzere, şiddete ve çevrimiçi nefret söylemine maruz kaldıklarını söyledi.

1.4.1. Sosyal Medyada Nefret Söylemi

Son yıllarda, esas olarak internetin gelişi ve amansız büyümesi nedeniyle, medya köklü değişiklikler geçiriyor; genellikle giderek daha anlık, uluslararası ve etkileşimli hale geliyorlar. Birlikte, her türden fikir, bilgi ve içerik genellikle daha bol, erişilebilir ve toplumun daha geniş kesimlerine yayılıyor. Bu değişikliklerin bir sonucu olarak, mevcut medya teklifi, tarihin herhangi bir noktasında olduğundan daha bol ve çeşitlidir. Bu gelişmeler, internet içeriğinin "insan düşüncesi kadar çeşitli" olduğuna dair gözlemlere yol açmıştır (Jakubowicz, 2019: 27).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu ilerlemelerin, nefret söyleminin nasıl yayıldığı ve işlendiği konusunda açık bir şekilde geniş kapsamlı sonuçları olabilir. İnternet, çok yönlü iletişim etkinliği için benzeri görülmemiş bir potansiyele sahiptir: geleneksel medyanın aksine, nispeten düşük giriş engelleri gerektirir. Geçmişte mesajını kitlelere ulaştırmak için kurumsallaşmış medya aracılığıyla kendi yolunu müzakere etmek gerekiyken, artık durum böyle değil. Geleneksel arabuluculuk noktalarına olan bağımlılık azalır ve herkes prensipte bir web sitesi kurabilir veya sosyal medya aracılığıyla iletişim kurabilir. Bu nedenle mesajlar, orman yangını gibi tüm dünyaya yayılabilir. Bir bireyin mesajının gerçekten geniş uluslararası izleyicilere ulaşacağına dair hiçbir garanti olmasa da, böyle bir ölçekte iletişim kurma kapasitesi, nüfusun sürekli genişleyen bir bölümü için açıkça mevcuttur. Bu kapasitenin toplumun demokratikleşmesi ve kamusal söylem için bariz faydaları vardır, ancak aynı zamanda “nefret söyleminin” büyümesini de kolaylaştırır (Rowbottom, 2012: 379).

Mobil bilgi işlem ve internetteki son gelişmeler, sosyal medyanın iletişim kurmak, fikirlerini ifade etmek, başkalarıyla etkileşim kurmak ve bilgi bulmak ve paylaşmak için

kullanımında artışa neden oldu. Sosyal medya, iletişimin kolay ve verimli bir şekilde gerçekleşmesi için önemli bir yol sağlarken, aynı zamanda çevrimiçi olarak nefret söylemini yaymanın bir aracıdır. İnternetin doğal özellikleri, sosyal medyanın nefret söylemini iletmek ve yaymak için kötüye kullanılmasına büyük ölçüde katkıda bulunur. Bu tür özellikler şunları içerir: uygun fiyat, erişim kolaylığı, birden çok noktadan anında erişim ve diğerlerinin yanı sıra anonimlik (Cohen-Almagor, 2011: 6).

Sosyal medyanın küresel ölçekte iletişim ve sosyal etkileşimi müzakere etmedeki önemli rolünün yanı sıra, olumsuz davranışları da kolaylaştırmıştır (Oksanen vd., 2014: 255). Bireyler, anonimlikle gizlenmiş nefreti kullanarak, editoryal kontrol ve düzenlemeleri aşmalarına ve atlatmalarına izin vererek daha geniş bir kitleye hitap etmek için sosyal medya alanını kullanırlar (Citron, 2014: 148). Sonuç olarak İnternet, çevrimiçi nefret ve siber zorbalık için fırsatlar sunan bir platforma dönüşür (Kowalski vd., 2012: 76). İnternette nefret ve nefret söylemi duygusu büyümeye devam ederken, sosyal medya platformları saldırgan gönderileri tanıma ve sansürleme sorunuyla karşılaşmaya devam ediyor (Sadaf, 2020: 13). İnsanlar hâlâ nefret söylemi kapsamına giren içeriğin tam olarak farkında değiller (Ma, 2015). Gruplar sistematik olarak hedeflenir, bu da çevremizdeki dünyayı bireysel, grup ve toplumsal düzeylerde etkiler (Brennan, 2009: 127). Çeşitli sosyal ağ siteleri, çevrimiçi nefret yaymak için bir alan haline gelebilir ve önemli sayıda kullanıcı tarafından kullanıldıkça görünürlüğü artar (Oksanen ve diğerleri, 2014: 257). Örneğin, 2000 ve 2010 yılları arasında çevrimiçi olarak aktif nefret grupları% 66 arttı ve 2010'da 1000'den fazla aktif nefret grubu çevrimiçi oldu (Potok, 2011: 41).

Online nefret söylemi, bir kişiye veya bir gruba ırk, din, etnik köken, cinsel yönelim, özürllülük ya da engellilik veya cinsellik gibi özellikler temelinde saldırmak amacıyla çevrimiçi, genellikle sosyal medya veya internette yapılan bir konuşma türüdür (Johnson vd., 2019: 261-265). Birçok sosyal medya sitesi kendi nefret söylemi anlayışını sağlamaktadır. Örneğin, Twitter ırk, etnik köken, cinsel yönelim, cinsiyet, cinsiyet kimliği, dini ilişki, yaş, engellilik veya ciddi hastalık temelinde diğer insanlara yönelik şiddeti teşvik etmeyi, tehdit etmeyi veya taciz etmeyi yasaklar <https://help.twitter.com/> (erişim tarihi: 17.02.2020).

Facebook, nefret söylemi hakkında ne düşündükleri sorusunu şu şekilde cevaplamakta “İnsanlara gerçek veya algılanan ırk, etnik köken, din, cinsiyet, cinsel yönelim, engellilik veya hastalıklarına göre saldıran içeriğe izin verilmez.” Ayrıca önemli bir not da eklemekte: “Bununla birlikte, olası bir tehdit veya saldırı olarak kabul edilebilecek mizah veya hiciv konusunda net

girişimlere izin verilmez. Bu birçok insanın kötü bir şekilde bulabileceği içeriği de içerir.” <https://transparency.fb.com/en-gb/> (erişim tarihi: 17.02.2020).

Youtube web sitesi açıkça “nefret söylemine izin vermediğini, “ırk veya etnik köken, din, engellilik, cinsiyet, yaş, gazilik durumu ve cinsel tercih / cinsel kimlik temelinde bir gruba saldıran veya küçük düşüren konuşma” olarak tanımladığını söylemektedir. https://www.youtube.com/intl/tr_cy/howyoutubeworks/ (erişim tarihi: 17.02.2020).

Google, Kullanıcı İçeriği ve Davranış Politikasında da nefret söyleminden özel olarak söz etmekte: “İrk ya da etnik köken, din, engellilik, cinsiyet, yaş, gazi durumları ya da cinsel yönelim/cinsel kimliği durumlarına göre insan gruplarına yönelik nefret veya şiddeti teşvik eden içerikleri dağıtmayın.” <https://policies.google.com/privacy?hl=tr-US> (erişim tarihi: 17.02.2020). Genel olarak, yasaklanmış içerik, belirli grupların çıkardığı farklılıklarla birlikte benzer görünmektedir.

Geleneksel medyada yaratılan nefret söylemiyle ilgili çeşitli çalışmalar vardır. Öte yandan, yeni medyada yaratılan ve dağıtılan nefret söylemi bazen geleneksel medyadan daha etkili olmaktadır. Bunun temel nedeni, yeni medyanın dijitalite, etkileşim, multimedya morfolojisi, sanallık ve genişleme gibi özellikleriyle kullanıcı kaynaklı içerik üretimi yapabilmesidir (Binark vd., 2010: 27). Yeni medyanın özellikleri, nefret söyleminin daha doğal, ortak, ulaşılabilir, yaratılması daha kolay ve sonuç olarak daha sıradan olmasına yol açmaktadır (Binark vd., 2010: 26). Bugün milyonlarca insan tarafından kullanılan mikroblog uygulaması Twitter, Youtube ve benzer sosyal paylaşım ağlarında, dijital oyunlarda, çevrimiçi haber sitelerinde ve nefret sitelerinde haber paylaşımlarına yapılan yorumlar yeni medyada nefret söylemine örnektir.

1.4.2. Twitter’da Nefret Söylemi

Online sosyal medya platformları ve mikroblog web siteleri, internet kullanıcılarını diğer tüm web sitelerinden daha fazla çekmektedir. Twitter, Facebook ve Instagram tarafından sunulan hizmetler, farklı geçmişlere, kültürlere ve ilgi alanlarına sahip insanlar arasında giderek daha popüler hale geliyor. İçerikleri hızla büyüyor ve sözde büyük verinin çok ilginç bir örneğini oluşturuyor. Büyük veri, insanların fikirlerinin otomatik analizi ve ağlardaki kullanıcıların yapısı / dağılımı vb. ile ilgilenen araştırmacının dikkatini çekmektedir (Watanabe vd., 2018: 13825).

Bu platformlar, insanların düşüncelerini ve fikirlerini tartışmaları ve paylaşımları için açık bir alan sunarken, doğaları ve değiş tokuş edilen çok sayıda gönderi, yorum ve mesaj, içeriklerini kontrol etmeyi neredeyse imkansız hale getiriyor. Dahası, farklı geçmişler, kültürler ve inançlar göz önüne alındığında, birçok insan aynı geçmişe sahip olmayan insanlarla tartışırken saldırgan ve nefret dolu bir dil kullanma eğilimindedir (King ve Sutton, 2013: 876).

Twitter gibi sosyal medya platformlarının hem kişisel hem de siyasi iletişim için artan popülaritesi, bu platformlarda kullanıcıların sayısının artmasına neden olmuştur (Stieglitz, ve Dang-Xuan, 2013: 1279). Twitter, gün başına 500 tweetle dünya çapında internet kullanıcıları arasında en popüler sosyal medya aracıdır (Mallek vd., 2017: 299) .

Twitter, kullanıcıların tweetler olarak bilinen çok kısa mesajlar gönderebildiği bir sosyal medya aracıdır. Tweetler, uzunluğu 140 karakterle sınırlı olan kısa mesajlardır, ancak uzunluğu yakın zamanda değişip karakter sayısı 280'e genişletilmiştir (Hansen vd., 2019: 14). Ve bunlar (hızlı ve kısa mesajlar) ve aynı zamanda kullanıcılar tarafından mesajlarını kısaca iletmek için kullanılır, bu da Twitter'ı diğer sosyal medya platformlarından farklı kılar.

Mevcut birçok sosyal ağ arasında Twitter şu anda önde gelen platformlardan biridir ve araştırmacılar için en önemli veri kaynaklarından biri olduğu için Twitter'i bu çalışma için incelenecek platform olarak kullanılmıştır. Twitter, sürekli haberlerin resmi haber medyasından daha önce görüldüğü, iyi bilinen gerçek zamanlı bir kamu mikroblog ağıdır (Pereira-Kohatsu vd., 2019: 2).

Twitter'da tweetlerle ilişkili kısa bir terminoloji vardır. İfadeler (Agarwal vd., 2011: 32):

- Noktalama işaretleri ve harfler kullanılarak resimsel olarak temsil edilen yüz ifadeleridir; Onlar kullanıcının ruh halini ifade eder.

- Twitter kullanıcıları mikroblogtaki diğer kullanıcılara başvurmak için "@" sembolünü kullanır.

- Diğer kullanıcılara bu şekilde başvurmak onları otomatik olarak uyarır.

- Ayrıca konuları işaretlemek için Hashtag'leri "#" kullanabilirsiniz. Bu öncelikle tweet'lerinin görünürlüğünü artırmak için yapılır.

Son yıllarda sosyal ağlar (ve özellikle Twitter) nefret mesajlarını yaymak için kullanılmıştır. Singh ve Diamond (2020: 140) tarafından yapılan çalışmalara göre, Twitter'da günde yaklaşık 500 milyon tweet, ırkçı hakaret veya nefret söylemi yer almaktadır (Felmlee vd.,

2019: 19). Kuşkusuz ki sosyal medya, insanların öfkelerini ve nefretlerini ceza almadan ifade edebilecekleri bir yer haline gelmiştir.

Örneğin, Arap ülkelerindeki toplam Twitter kullanıcı sayısı şu anda günde 27,4 milyon tweet ile 11 milyondan fazladır (Alruily, 2018: 1). Nefret söylemi Arap sosyal medyasında bir fenomen haline geldi. Online nefret söylemi, toksik metin içeriğinin yasaklanmasını kolaylaştırabilmektedir. Arap lehçelerinin karmaşıklığı, formaliteye uymaması ve iki anlamlılığı Arapça nefret söylemi tespit araştırması için gerekli kaynakların sağlanmasını engellemiştir (Mulki vd., 2019: 112).

Orta Doğu ülkelerindeki değişken siyasi/sosyal atmosfer her zaman yoğun tartışmalarla ilişkilendirilmiştir; önemli bir kısmı Twitter’de gerçekleşmiştir. Bu tür tartışmalara birden fazla karşıt tarafın katılmasıyla, ilgili tweetler nefret söylemi içermektedir (Salem, 2017: 16). Arap Baharı’ndan bu yana Orta Doğu’daki Twitter değişmiştir. Eylemcilere sadece internetten önce hayal edebilecekleri bir kitleye ulaşarak mesajlarını yayma fırsatı verilmektedir. Arap Baharı’ndan günümüze kadar Orta Doğu ülkelerindeki çevrimiçi nefret söylemi sayısının arttığı ortaya koyulmuştur (Murthy, 2018: 133). Twitter’deki nefret söyleminin artışı kadınların haklarının talep etmek için sokaklara çıkmasından kaynaklanabilmektedir. Bilindiği gibi Orta Doğu coğrafyası muhafazakar olduğundan kadınların sokaktaki bu tür eylemleri halk tarafından kabul edilmemektedir. Kadınların protestolara katılmaları kendilerine karşı sosyal medya aracılığıyla nefret söylemlerine yol açmıştır.

1.5. Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi

Cinsiyet eşitsizliği, çağımızın ezici adaletsizliği ve karşı karşıya olduğumuz en büyük insan hakları sorunudur. Ancak cinsiyet eşitliği, çağımızın en zorlu sorunlarından bazılarına çözümler sunuyor. Kadınlar her yerde erkeklerden daha kötü durumda - sırf kadın oldukları için. Azınlıklardan, yaşlı kadınlardan, engelli kadınlardan ve kadın göçmen ve mültecilerden gelen kadınlar için gerçek daha da kötüdür (Morales, 1996: 9). Dünya, son yıllarda kadın hakları konusunda, ayrımcı yasaların kaldırılmasından okuldaki kız sayısının artmasına kadar muazzam bir ilerleme kaydetmiş olsa da, şimdi kadın hakları konusunda büyük bir gerileme döneminde bulunmaktayız. Bazı ülkelerde tecavüz ve aile içi istismara karşı yasal korumalar seyretilirken, diğerlerinde kemer sıkmadan zorla yeniden üretime kadar kadınları cezalandıran politikalar getiriliyor (Gregory, 2003: 73). Kadınların üreme hakları her taraftan tehdit altındadır. Tüm

bunlar, cinsiyet eşitliğinin temelde bir güç sorunu olmasından kaynaklanıyor. Yüzyıllar süren ayrımcılık ve köklü ataerkillik, ekonomilerimizde, politik sistemlerimizde ve şirketlerimizde genişleyen bir toplumsal cinsiyet gücü boşluğu yarattı (Hassenstab ve Ramet, 2015: 22).

Dünya çapında olduğu gibi, Orta Doğu'daki kadınlar, hükümetlerden kurumsal kurullara ve prestijli ödül törenlerine kadar hâlâ üst sıralarda yer almıyor. Kadın liderler ve tanınmış kişiler taciz, tehdit ve çevrimiçi nefret söylemiyle karşı karşıya. Cinsiyete dayalı ücret uçurumu, cinsiyetler arası güç farkının sadece bir belirtisidir. Kadınlar ve kızlar, yüzyıllardır süren kadın düşmanlığı ve başarılarının silinmesi ile de mücadele ediyorlar (Mehdi, 2020: 400). Histerik veya hormonal oldukları için alaya alınırlar; rutin olarak görünüşlerine göre değerlendirilirler; doğal bedensel işlevleriyle ilgili sonsuz mitlere ve tabulara maruz kalırlar; gündelik cinsiyetçilik, yanlış açıklama ve kurban suçlamasıyla karşı karşıya kalıyorlar. Bu hepimizi derinden etkiliyor ve karşılaştığımız zorlukların ve tehditlerin çoğunun çözülmesinde bir engel teşkil ediyor (Logan, 2013: 187).

Kadın hakları, yüzyıllardır tutuldukları bağımlı rolün dışına çıkmaya çalışan kadınları hedefleyen gerici eğilimlerin yeniden canlanmasıyla tehdit edilmektedir. Başka bir endişe konusu, özellikle internette kadınlara yönelik nefret söyleminin yoğunlaştırılmasıdır. Kadınlara yönelik ayrımcılık ve nefret söylemi, kadınların maruz kaldığı en çok insan hakları ihlallerinden biri olan kadına yönelik şiddete zemin hazırlamaktadır. Polis, savcılar ve hakimler de dâhil olmak üzere ulusal makamların tepkisi, kadına yönelik şiddet olaylarının çoğunda yetersiz kalmaktadır (European Commission, 2017: 5-9).

Kadına yönelik nefret söylemi, cinsiyetine dayalı olarak bir kişiye yönelik aşağılamayı ifade etmeyi veya o kişiyi aşağı saymayı amaçlayan herhangi bir varsayım, inanç, iddia, jest veya eylem olarak tanımlanabilecek cinsiyetçiliğin ifadelerinden biridir. Nefret söylemi, cinsiyeti temel alarak nefreti yayan, kışkırtan, teşvik eden veya haklı çıkaran ifadeleri içerir. Nefret söyleminin gerçek boyutu, hedef alınan pek çok kadının bunu bildirmemesi gerçeğinde kısmen gizlenmiştir (Avrupa Konseyi, 2018: 94).

Ataerkil toplumların yaygınlığı, kadınlar veya kızlarla ilgili aşağılayıcı mesajların yayılması, özellikle medyada şiddet içeren ve aşırı cinsellik içeren görüntüler ve kadın ve erkek cinselliği ve toplumdaki rolleri ile ilgili beklentiler de dahil olmak üzere kadına yönelik nefret söylemine birçok faktör katkıda bulunur. Medya sektöründeki cinsiyet eşitsizlikleri de sorunun bir parçasıdır. 2015 yılında haberlerdeki insanların% 25'ini kadınlar oluşturdu. Bu, kadınların

medyada ciddi şekilde yeterince temsil edilmediğini ve sıklıkla toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını güçlendiren kadın ve erkeklerin mesajlarını ve görüntülerini sunduğunu göstermektedir (Vieler-Porter, 2020: 73). Sosyal medya, eğitim, basmakalıp ders kitapları ve oyuncaklar, aile ve sosyal çevreler ve ayrıca sanat (sinema, müzik, videolar, kitaplar) mevcut sosyal ve kültürel normlardan etkilenir. Bu nedenle cinsiyet stereotiplerini sürdürme ve nefret söyleminin kalıcılığına katkıda bulunma eğilimindedirler (Jablonski, 2020: 148-149).

Bazı kadın grupları özellikle çevrimiçi nefret söylemi tarafından hedef alınmaktadır, ancak her kadın ve kız potansiyel bir hedeftir. Ayrıca bazı kadın grupları, cinsiyetçiliği diğer hoşgörüsüzlük veya ayrımcılık biçimleriyle birleştiren farklı nefret söylemi katmanlarıyla karşı karşıya kalmaktadır (Iginio vd., 2015: 49).

Kasım 2017’de Brüksel’de gerçekleştirilen Temel Haklar Yıllık Kolokiyumu’na göre, çevrimiçi nefret söylemi giderek artan bir endişe kaynağı olmaktadır ve kimliklerinin kesişmesi kadınların çevrimiçi mağdur olma riskini arttırmaktadır <http://ec.europa.eu/> (erişim tarihi: 24.02.2020). Veriler, anketler ve gerçekler nefret söyleminin dünya çapında yaygın olduğunu ve kadınların orantısız bir şekilde hedef alındığını göstermektedir (Council of Europe, 2018: 95).

İnsan Hakları Çevrimiçi Gençlik Kampanyası tarafından yapılan bir araştırma, kadınların, davacılar tarafından karşılaşılan nefret söyleminin ilk üç hedef grubundan biri olduğunu göstermiştir. Ve her üç kadından biri 15 yaşından itibaren fiziksel veya cinsel şiddet ile karşı karşıyadır . Bu, hem nefret söyleminin hem de kadınlara yönelik şiddetin yaygınlığını ve bu olguları bütüncül ve kapsamlı bir şekilde ele alma ihtiyacını göstermektedir <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign> (erişim tarihi: 23.02.2020).

Kadınlara yönelik “nefret söylemi”, kadınlar üzerinde yıkıcı etkileri vardır ve şimdi çevrimiçi ve çevrimdışı ve her türlü sosyal etkileşim biçiminde gerçekleşmektedir: okul, aile, sosyal çevreler, kamusal alan, iş, e-postalar, web siteleri ve sosyal medya buna örnektir (European Youth Centre, 2016: 15). Nefret söylemi internet yoluyla boyut kazanmasına rağmen, nefret söyleminin temel nedenleri teknolojiye önce gelmiştir ve temel olarak kadınlar ve erkekler arasındaki kalıcı eşitsiz güç ilişkileriyle bağlantılıdır. Nefret söylemi biçimleri de kadına yönelik şiddetin doğrudan belli olmasıdır. Onlar toplumun toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmasını etkilemektedir çünkü nefret söylemi karşılık bulmaz ve cezasız kalırsa, bu tür davranışların kabul edilebilir olduğu fikrini pekiştirir (European Youth Centre, 2016: 11).

Sosyal Medya, toplumsal cinsiyet eşitliğinin temel değerini elde etmede önemli bir rol oynamaktadır, çünkü bunlar günlük yaşamın bir yansımasıdır ve toplumda normlu bir güç olarak işlev görmektedir, bu da erkekleri ve kadınları algılama biçimimizi şekillendirmektedir (Svensson ve Edstörn, 2014: 480). Sosyal medyadaki görüşler artık siyasi içerikleriyle, nefret dolu konuşma tehdidinin ahlaki karşılığı olarak tanımlanmaktadır.

1.6. Online Nefret Söyleminin Kadınlara Etkisi

Nefret söyleminin etkisi, insan haklarının korunması dahil; vahşet suçunun önlenmesi; terörizmin ve şiddet içeren aşırıcılığın altında yatan yayılmanın önlenmesi ve bunlarla mücadele edilmesi; toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin önlenmesi ve ele alınması; sivillerin korunmasının arttırılması; mülteci koruması; her türlü ırkçılık ve ayrımcılığa karşı mücadele; azınlıkların korunması; barışın sürdürülmesi; kadınları, çocukları ve gençleri dahil edilmesi gibi pek çok var olan Birleşmiş Milletler (BM) bölgesi işlemlerini kapsamaktadır. Bu nedenle, nefret söylemine başvurmak, nefret söyleminin temel nedenleri ve itici güçlerinin yanı sıra kurbanlar ve toplumlar üzerindeki etkisini daha geniş bir şekilde ele alan koordineli bir yanıt gerektirmektedir (Mégret ve Alston, 2020: 69).

Online nefret söyleminin kadınlara yönelik genel etkisini tam olarak anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmasına rağmen mevcut bilgi, bu şiddet türlerinin kadına karşı gerçek hayattaki şiddetten etkilenmediği gerçeğini göstermektedir. Kadına yönelik her türlü şiddet, siber saldırı ve çevrimiçi nefret söylemi, anında ve kısa vadeli etkiler, uzun vadeli etkiler ve kuşaklararası etkilere sahiptir (Maitra ve McGowan, 2012: 236).

Online nefret söylemi kadınları ve akrabalarını, değer verdikleri kişileri, geniş topluluklarını ve toplumlarını daha geniş bir şekilde etkilemektedir. Bu şiddet türleri kadınların güvenlik duygusunu, fiziksel ve psikolojik sağlıklarını, haysiyetlerini ve haklarını etkilemektedir. Aynı zamanda kadınların ve ailelerinin, topluluklarının ve toplumlarının ekonomik sağlığı üzerinde de etkiye sahiptir (Tandon, 2017: 10). Kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemi, kadınların itibarını uzun vadede etkileyebilmektedir ve kadınların geçim kaynaklarına zarar verebilmektedir. 2014 Pew Araştırma Merkezi Raporu'na göre çevrimiçi nefret söylemi yaşayanların %15'i itibarlarının etkilendiğini söylemiştir (Tandon, 2017: 11).

Uluslararası Af Örgütü'nün yeni araştırmaları, sosyal medyadaki özellikle twitter'da çevrimiçi nefret söyleminin kadınlar üzerindeki endişe verici etkisini ortaya çıkarmıştır ve

dünyadaki tüm kadınlar bu zararlı çevrimiçi deneyimlerinin bir sonucu olarak stres, endişe veya panik atak yaşadıklarını bildirmiştir (Amnesty International, 2018: 5).

NETSAFE tarafından yapılan anketin sonuçları, çevrimiçi nefret söyleminin diğerleri arasında öfke, üzüntü, korku ve hayal kırıklığı dahil duygusal etkisinin olduğunu göstermektedir; ancak bazı çevrimiçi nefretler sosyal etkileşimlerini, uyku ve işlerini de etkilemiştir. Ayrıca diğer katılımcılar, çevrimiçi nefret söyleminin duygusal etkisini tanımlamak için “üzgün”, “ezilmiş”, “aşağı”, “korkmuş” ya da “aşağılanmış” gibi terimler kullanmışlardır (Pacheco ve Melhuish, 2018: 24).

Awan (2016: 15) göre, çevrimiçi nefret söylemi kısa ve uzun vadede kişilerin psikolojik refahı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilere sebep olabilmektedir. “Çevrimiçi nefret söylemi kurbanları düşük benlik saygısı gösterebilir; yalnız ya da izole olmuş hissedebilir veya uyku bozuklukları, artan endişe ve korku ve güvensizlik duygularından muzdarip olabilirler; insanlık onuru, sosyo-kültürel normlara göre kendilerini artık iyi ve uygun görmez.” Tüm mağdurlar aynı şekilde etkilenmez. Etkiler geçmiş deneyimler, psikolojik ve fiziksel güç veya mevcut destek kaynakları gibi bir dizi farklı etkene bağlıdır.

Ekim 2017’de, dünyanın her yerindeki kadınlar #WomenBoycottTwitter hashtagini kullanarak bir gün boyunca Twitter’ı boykot ettiler. Birçok kişinin Twitter platformunda istismara karşı yetersiz yanıt olarak algıladığı şeylere karşı bir tepkiydi ve birçok kadının yaşadığı çevrimiçi istismar örneklerinin paylaşmasına yol açmıştır. Bu paylaşımların çoğu Twitter’ın topluluk standartlarına uygun olmamasına rağmen kaldırılmamıştır (Hanse, 2018: 83). Bu, olumsuz etkileri sergilediklerinden dolayı kadınlara yönelik nefret söylemine cevap vermek için sosyal medya platformlarının ne yapması gerektiği konusunda küresel bir tartışma başlatmıştır.

1.6.1. Kadın Sağlığı Ve Sosyal Gelişimi Üzerindeki Etki

İnternetteki şiddet ve taciz tehditleri, tüm bireysel gelişim düzeylerinde kadınlar üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Mağdurlar bir korku duygusu yaşarlar ve bütünlüklerine saldırırlar. Uluslararası Af Örgütü’ne göre, her 5 kadından 1’i sosyal medya platformlarında nefret söylemi yaşadktan sonra ailesinin güvenliğinin risk altında olduğunu hissettiğini söyledi. Her 2 kadından 1’i, çevrimiçi nefret söyleminin bir sonucu olarak daha düşük özgüven veya özgüven kaybının yanı sıra stres, endişe veya panik atak yaşadı (Uluslararası Af Örgütü, 2017: 3). Psikiyatrist

Muriel Salmona için, Fransız hükümetinin Yüksek Eşitlik Konseyi raporunda alıntılanan bu şiddet biçimleri, kadınların ruh sağlığını ve fiziksel sağlığını uzun vadede etkiliyor ve anksiyöz-depresif bozukluğun eşlik ettiği kaçınma ve kontrol davranışlarına neden oluyor. Uyku bozukluğu ve sosyal, duygusal hayata zarar verebilir (Durand ve Gayraud, 2017: 39).

UNICEF ayrıca 2014 yılında bir siber taciz mağduru için intihar girişimi riskinin mağdur olmayanlara göre 2,3 kat daha yüksek olduğunu duyurdu (UNICEF Fransa, 2014: 49). Pew Araştırma Merkezi, 2014'te yayınlanan Çevrimiçi nefret söylemiyle ilgili bir araştırmada, çevrimiçi tacize uğrayanların% 14'ünün en son olaylarını son derece üzücü bulduklarını,% 35'inin ise çok veya bir şekilde üzücü bulduklarını hatırlıyor (Rainie ve Anderson, 2017: 27). DeShame araştırması, çevrimiçi nefret söyleminin etkisinin, bu tür şiddetin etkisini etkileyen cinsiyet, ırk, din, özel eğitim ihtiyacı veya engellilik değişkenleri ile bireye özgü ve kesişimsel olduğunu göstermektedir (Gardner, 2017: 4).

1.6.2. Ekonomik Etki

Kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söyleminin, kadınların ve ailelerinin, toplumlarının ve toplumlarının ekonomik sağlığı üzerinde de etkisi vardır. Kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemi, kadınların itibarı üzerinde uzun vadeli bir etkiye sahip olabilir ve kadınların geçim kaynaklarına zarar verebilir. Dahası, mağduriyet veya misilleme korkusu nedeniyle kadınları siber alanlardan dışarı iterek nefret söylemi, geçimini internete bel bağlayan kadınları cezalandırıyor. Yakın partner şiddeti, imaja dayalı cinsel tacizin söz konusu olduğu durumlarda, mağdurun mevcut veya gelecekteki istihdam durumu gizlilik saldırıları ve çevrimiçi olarak yayınlanan kişisel bilgilerle tehlikeye atılabilir (Avrupa Cinsiyet Eşitliği Enstitüsü, 2017: 6). Şiddet bağlamında gerçekleşen çevrimiçi nefret söylemiyle ilgili olarak, araştırmacılar, teknoloji temelli mağduriyetlere yanıt vermenin maliyetini "teknolojik olmayan istismardan kurtulanlar için 500 \$ 'a kıyasla 1.200 \$' a çıkarmıştır (YWCA, 2017: 2).

Online nefret söyleminin hem bireysel hem de toplum düzeyinde bir bedeli olan, tazminat gerektiren fiziksel ve psikolojik bir etkisi vardır. Siber şiddetin ve kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söyleminin bazı maliyetli sonuçları şunları içerir: uzun süreli tedaviler gerektiren kronik fiziksel koşullar ve yaşam beklentisinin kaybı, akıl sağlığı koşulları (örn. Depresyon, anksiyete, travma sonrası stres bozukluğu, intihara teşebbüs); madde kullanımı ve bağlantılı suçlar; sosyal

izolasyon ve yalnızlık; kayıp ücretler; topluma katılımın azalması; tıbbi koruma, adli ve sosyal hizmetler için bireysel ve kamu harcamaları (ICRW ve UNFPA, 2019: 10).

1.6.3. Toplumsal Etki

Kadına yönelik çevrimiçi nefret söylemi kadınlara kalıcı şekillerde zarar verir ve temel haklarını, özgürlüklerini ve onurlarını engeller, böylece toplumu etkiler ve maliyete neden olur ve yapabildikleri şiddet biçimlerinin yaygınlığı nedeniyle kadınları kendilerini internetten kısıtlamaya itebilmektedir. Güvenli olmayan bir İnternet arenası, kadınların İnternet'i daha az özgürce kullanacakları ve herkes için maliyetli toplumsal ve ekonomik sonuçlar doğuracağı anlamına gelecektir (Institute for Gender Equality, 2014: 14).

Online nefret söylemi, AB'nin Dijital Tek Pazar Stratejisinde tanınan ve dolayısıyla kadınların topluma tam katılımını engelleyen kadınların dijital katılımını genel olarak etkiler, böylece kadınların aktif dijital vatandaşlar olmalarını ve tam potansiyellerine ulaşmak için dijital araçları kullanmalarını engeller (Joseph, 2016 : 157).

Orta Doğu'daki kadınlar bilgi teknolojisindeki hızlı gelişmelerin bir sonucu olarak kendilerini ifade etmenin yeni yollarını bulmuşlardır. Sosyal medya platformları, kadınların fikirlerini paylaşmaları için alternatif mekanlar sunmaktadır. Bu platformların hizmet şartları tipik olarak nefret dolu ve taciz edici konuşmayı yasaklasa da efret söylemini otomatik olarak tespit etmek yeterli olmadığı için bu kuralları uygulamak hala zordur çünkü kadınların önemli konularda sosyal medyayı tam olarak kullanmasını engelleyen büyük kısıtlar vardır. Toplumun temel ilkesine aykırı olan her şeye, sosyal medyada erkekler veya kadınlar tarafından birbirlerine karşı çıkılır ve bu çevrimiçi nefret söylemi, kadınları ve yakınlarını, baktıkları kişileri, geniş topluluklarını ve daha geniş toplumları etkiler. Bu şiddet türleri kadınların güvenlik duygusunu, fiziksel ve psikolojik sağlıklarını, haysiyetlerini ve haklarını etkilemektedir. Aynı zamanda kadınların ve ailelerinin, topluluklarının ve toplumlarının ekonomik sağlığı üzerinde de etkiye sahiptir.

İKİNCİ BÖLÜM

ORTA DOĞU VE NEFRET SÖYLEMİ

Bu bölümde Orta Doğu'daki sosyal yaşam hakkındaki Literatür gözden geçirilmekte, bu bölge ülkelerinde yaşamın doğasını anlamak için bir yol gösterilmektedir, Bu Orta Doğu ülkelerinin sosyal medyayı nefret söylemi üretmek için nasıl kullandıklarını anlamakta yardımcı olur, bu doğrultuda, Mısır, Ürdün, ve Suudi Arabistan'a odaklanarak Orta Doğu'nun geleneksel yaşamını, eğitimini, siyasi yaşamını ve demografik özelliklerini anlamanın önemli olduğu tartışılmaktadır. Ayrıca bu bölümde, sosyal medyada -özellikle Twitter'da nefret söylemi ve ifade özgürlüğünün uluslararası yasalarındaki tanımlarına göre, paylaşılan içeriklerin nefret söylemi veya ifade özgürlüğü olup olmadığını belirlemek için Orta Doğu'da kadınlara yönelik nefret söylemine ek olarak, ifade özgürlüğü ile nefret söylemi arasındaki farklılıklar tartışılmaktadır. Ek olarak bu bölümde, kadına karşı nefret söyleminin nasıl durdurulabileceğini ele almaktadır. Bu doğrultuda, Nefret söyleminin niçin yasaklanması gerektiğini açıklamak, nefret söyleminin genel olarak toplum üzerindeki ve özellikle de kadınlar üzerindeki olumsuz etkilerini tanımak önemlidir.

2.1. Orta Doğu'da Sosyal Yaşam

2.1.1. Demografik Yapı

Başlangıçta, Orta Doğu'nun nerede olduğunu bilinmesi gerekmektedir. Bu önemli bir sorudur ve birçok seçkin bilim insanı, politikacı ve askeri jeostratejistler tarafından verilen basmakalıp cevaplar açısından tartışmıştır. Üstelik Davut Dursun (2004), Pınar Bilgin (2004); Mustafa Öztürk (2003), gibi akademisyenler Orta Doğu'nun nerede olduğunu cevaplamaya çalışarak tartışmaya doğrudan dahil olan isimlerden sadece birkaçıdır. Genel olarak, tüm bu yazılar Orta Doğu'nun esasen bölgesel veya coğrafi bir ad olmadığından, daha ziyade öznel ve merkezci algılara dayanan bir yapı olduğundan ve hatta adın kendisinin hem Avrupa hem de Kuzey Amerika yapısı olduğunu ifade ettiğinden bahsetmiştir (Gökyar ve Altunışık, 2016: 2).

Orta Doğu coğrafi olarak üç bölgeye ayrılmıştır:

1. Aşağıdakileri içeren Bilad al-Sham (Levant) bölgesi: Ürdün, Lübnan, Filistin ve Suriye (Chantawannakul vd., 2018: 72).

2. Aşağıdakileri içeren Arap Körfezi bölgesi: Bahreyn, Irak, Kuveyt, Umman, Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Yemen (Rasul, 2018: 127).
3. Aşağıdakileri içeren Kuzey Afrika bölgesi: Cezayir, Mısır, Libya, Fas, Sudan, Tunus ve Batı Sahra (Oduntan, 2015: 170). Bunun sonucunda ve çalışmanın amaçları doğrultusunda, bölge ülkelerinden Ürdün, Suudi Arabistan ve Mısır seçilmiştir

Birleşmiş Milletler Uluslararası Çocuk Acil Durum Fonu'na (UNICEF) göre, Orta Doğu'nun nüfusu 2020'de 484 milyondan 2030'da 581 milyona ve 2050'de 724 milyona çıkacaktır. Demografik olarak açık ara en büyük ülke olan Mısır nüfusu 2018 ile 2030 arasında yılda yaklaşık %1,8 ve 2030 ile 2050 arasında yılda yaklaşık %1,4, Ürdün'de 2018 ile 2030 arasında yaklaşık % 0,83 ve 2030 ile 2050 arasında yılda yaklaşık %1,4 ve Suudi Arabistan'da 2018 ile 2030 arasında yılda yaklaşık %3,7 ve 2030 ile 2050 arasında yılda yaklaşık %0,6 artış olacaktır (Tablo 2.1).

Tablo 2. 1 Orta Doğu Nüfusu, 2018-2030 (Milyon).

	2018	2030	2050
Mısır	99	120	153
Ürdün	10	11	14
Suudi Arabistan	34	49	55

Kaynak: (UNICEF, 2019: 21).

20 Orta Doğu ülkesinden 17'sinde genç (15-24 yaş) işgücüne katılım oranları küresel ortalama olan %45'in altındadır. Bu bölgedeki ülkelerin yarısından fazlasında, yalnızca üçte biri veya daha azı işgücü piyasasında aktif olarak çalışmaktadır; Ürdün'de sadece dörtte biri ve Suudi Arabistan'da yalnızca beşte biridir (Rivlin, 2019: 2).

ESCWA raporuna göre, Arap bölgesinde 2021 yılında COVID-19 ile ilgili kilitlenme nedeniyle işsizlik oranının % 12,5'e, en yüksek Filistin (% 31), Libya (% 22), Tunus ve Ürdün'de (% 21) artması beklenmektedir. Mısır'da işsizlik oranı 2020'nin ikinci çeyreğinde % 9,6'ya, Suudi Arabistan'da ise % 15,4'e yükselmektedir (ESCWA, 2020: 8).

Sosyal medya kullanımı Orta Doğu'da önemli ölçüde artmaya devam etti, özellikle "Arap Baharı" sırasında sosyal medya, bölgedeki popüler hareketlerin çoğunda kullanım trendlerindeki büyük değişimlerle birlikte kritik bir rol oynamıştır (Mourtada ve Salem, 2012: 296). Bir zamanlar sadece sosyal ağ oluşturma ve eğlence için bir araç olarak kullanılan sosyal medya, artık milyonlarca Arap'ın günlük yaşamlarının hemen hemen her yönüne sızarak sosyal olarak

etkileşim kurma, iş yapma ve çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla hükümetle etkileşim kurma biçimlerini etkilemektedir (Reyaee ve Ahmed, 2015: 25).

Ürdün'ün savaşın parçaladığı bir bölgeye karşı büyük insani sorumlulukları var. Bölgesel bir girişimcilik merkezi olarak anıldığı için, Ürdün vatandaşlarının sekiz milyondan fazlası (% 86,4) internete erişebilmekte ve Arapça çevrimiçi dijital içeriğin yarısından fazlasını üretmektedir (Datareportal, 2021: 22). Ürdünlüler süregelen insani, ekonomik ve siyasi krizlerden geçerken, aktif olarak katkıda bulundukları Facebook ve Twitter- ülkedeki üçüncü popüler platform- gibi ana akım sosyal medya platformları kamusal tartışmalar ve sosyo-politik dönüşüm için kritik önem taşıyan interaktif alanlara dönüşmektedir (Ishaqat, 2019: 1).

Sosyal medya, hızla dönüşen Suudi toplumunda belirleyici bir rol oynamaya başlamıştır. Sosyal medyadaki küresel artışın yıllık % 13'tür. Suudi Arabistan,% 32'lik katlanarak yıllık büyüme oranıyla diğer ülkelere öncülük etmektedir (Xanthidis ve Alali, 2014: 93). Suudi Arabistan şu anda 35 milyonun üzerinde bir toplam nüfusa sahiptir. Bu nüfusun ocak ayında 2021'de 27.8 milyonu (% 68'i) aktif olarak sosyal medya kullanıcısıdır. Twitter, 12,45 milyon aylık aktif kullanıcısı ile Facebook ve Instagram'dan sonra üçüncü en popüler sosyal medya platformu olmuştur (Miladi ve Mellor, 2021: 348).

Mısır'da, İnternet ve sosyal ağ kullanıcılarının sayıları ve istatistikleri, kullanım kapsamının 25 Ocak devriminin patlak vermesinden önce hüküm süren genel durumun yaratılmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir. Devrim olayları sırasında ve sonrasında siyasi rol oynayanlardan biri olarak kabul edilmiştir (Edwards, 2014: 186). Mısırlılar da sosyal medyayı aşağıdaki sırayla kullanmayı tercih ediyor: Facebook, Instagram ve Twitter. Ancak Snapchat ve LinkedIn'i henüz tam olarak benimsemiştir(Miladi ve Mellor, 2021: 74).

Aşağıdaki tablo (2.2), çalışma alanındaki ülkelerin nüfusunun Datareportal'dan (2021) toplandığını, ayrıca kadın sayısı, medya kullanıcı sayısı, Twitter kullanıcı sayısı ve kadın Twitter sayısını göstermektedir.

Tablo 2. 2 Nüfus, kadın sayısı, medya kullanıcı sayısı, Twitter kullanıcı sayısı ve çalışma alanındaki kadın Twitter kullanıcı sayısı

Ülke	Nüfus (Milyon)	Kadın Sayısı	Medya kullanıcısı sayısı	Twitter kullanıcılarının sayısı	Kadın Twitter kullanıcılarının sayısı
------	-------------------	-----------------	--------------------------------	---------------------------------------	--

Ürdün	10.24	5058560	6300000	488800	37149
Suudi Arabistan	35.08	14803760	27800000	12450000	796800
Mısır	103.3	51133500	49000000	3700000	296000

Kaynak: (Dataportal, 2021).

2.1.2. Gelenekler ve Yaşam Tarzı

Orta Doğu, birçok farklı dine ve çeşitli etnik ve dil gruplarına sahip yaklaşık 20 ülkeden oluşmaktadır. Bu çeşitlilik göz önüne alındığında, Orta Doğuluların bölgede bir arada yaşayabilecekleri zorlukları görünce şaşırılmamalıyız (Paik, 2020: 31).

Afrika, Asya ve Avrupa arasında yer alan Orta Doğu, binlerce yıldır tüccarlar, gezginler ve imparatorluk kurucuları için bir kavşak noktası olmuştur. Etnik kökenden oluşan bir eritme potasıdır. Bugün Orta Doğu'daki başlıca etnik gruplar arasında Araplar, İranlılar, Türkler, Kürtler ve Kafkasyalılar bulunmaktadır. Bu bölgedeki ülkelerin çoğu çok ırklıdır. Ancak çeşitlilik toplumun kültürel zenginliğini artırsa da siyasi çatışmalara yol açabilir (Held, 2018: 297).

Orta Doğu'yu bölgesi anlamak zordur. Çünkü Orta Doğu'yu anlamaya çalışmanın tarihi katışıksız bir bilimsel meraktan ziyade, bölgenin siyasi ve sosyal topografisini siyasi müdahalelere uyumlu bir formda yeniden kurmanın tarihidir. Bu tarihin bıraktığı tortulardan muaf bir yaklaşım kurmak, kuramsal bir ön hazırlık gerektirir. Bu hazırlık yapılmadan atılan naif veya apolitik güdülenmelerle şekillenmiş olsa bile, Şarkiyatçılığın belirlediği bir fikri platformda yükselir (Çalışkan, 2008: 2). Üstelik Orta Doğu , Kafkaslar hariç Batı Asya'yı ve daha çok Kuzey Afrika'da bulunan Mısır'ın tamamını kapsayan kıtalararası bir bölgedir. Terim, 20. yüzyılın başlarında kullanılmaya başlanan Yakın Doğu teriminin yerini almak üzere daha geniş bir kullanıma girmiştir (Covarrubias ve Lansford, 2007: 158).

Bunun yanı sıra, nüfus sayısına göre, Orta Doğu dünyanın en büyük şehirlerinden bazılarını sahiptir. Bu şehirlerden biri Kahire. Mısır'ın başkentidir, en kalabalık metropol bölgesi ve nüfusu, Suudi Arabistan'ın en kalabalık 5. metropol şehri Riyad'ın iki katından fazladır (Sirageldin, 2002: 316). Orta Doğu'da Arapça en yaygın konuşulan dildir. 20'den fazla ülkenin resmi dilidir ve dünya çapında yaklaşık 400 milyon kişi tarafından konuşulmaktadır (Cote, 2009:

75). Arapça konuşulan ülkeler, tarihleri, kültürleri, politikaları ve lehçeleri açısından birbirinden pek çok farklıdır (Hammond, 2005: 318).

Orta Doğu, dinler söz konusu olduğunda çok çeşitlidir ve bunların çoğu oradan gelmiştir. İslam, Orta Doğu'daki en yaygın dindir, ancak oradan çıkan Yahudilik ve Hristiyanlık gibi diğer inançlar da iyi temsil edilmektedir (Solarz, 2020: 3). Ayrıca Bahâîlik, Ehl-i Hak, Yezidilik, Zerdüştlük, Sâbîlik, Dürzîlik ve Şebekler gibi önemli azınlık dinleri de vardır. Eski zamanlarda bölge Mezopotamya dinlerine, Kenan dinlerine, Maniheizme, Mitraizm ve çeşitli tektanrılı gnostik mezheplere ev sahipliği yapmıştır. (Klein, 2018: 173).

İslam, Orta Doğulu uygulayıcılarının çoğunun günlük yaşamını bilgilendirir ve Allah onların düşüncelerinin çoğunda daima mevcuttur (Attum vd., 2020: 16). Örneğin, geleneksel bir İslami ifade İnşallah'tır ve "Tanrı'nın izniyle" anlamına gelir ve birçok farklı sosyal etkileşim türünde kullanılır.

Orta Doğu'daki modern kültürler heterojendir, birbirlerine benzemezler, hepsi aynı gelenekleri yerine getirmez veya aynı şekilde düşünmezler. Orta Doğu kültürleri arasında Sami halkları, Farsça, Ermeni, Mısırlı, Suriyeli ve Yunanlılar bulunur. Orta Doğu'da ticaret yapan ve yaşayan ve onun halklarıyla evlenen Keltler, Afrika ve Asya'dan gelenler bu mirasla karışmış durumdadır (Ghazi-Bouillon, 2009: 17).

Aile, verilen isimler yerine sıklıkla kullanılan Arapça onursal isimlerde de görüldüğü gibi Orta Doğu kültürünün önemli bir parçasıdır. Bir adama İbn ("oğlu") ve ardından babasının adı veya Ebu ("babası") ve ardından çocuğunun adı verilebilir (Mason, 2020: 171).

Geleneksel Arap toplumlarında aile birimi, hepsi birlikte yaşayan geniş bir aile - kuzenler, büyükanne ve büyükbabalar, ikinci kuzenler, yeğenler ve daha fazlasıdır. Bu, özellikle kırsal alanlarda geçerlidir. Şehirlere göç etme nedeniyle bu geniş ailelerin bazılarını parçalandı ve kentsel alanlarda yalnızca çekirdek aileleriyle yaşayan insanların sayısı artmaktadır (Haj-Yahia vd., 2019: 97).

Köydeki ile şehirdeki yaşam arasındaki fark bazen Orta Doğu'da yaşamak ile Amerika'da yaşamak arasındaki fark kadar büyük ya da daha fazla büyük görünmektedir. Örneğin Mısır'da iki adam aynı dili (Arapça), dini (İslami) ve milliyeti (Mısırlı) paylaşabilir, ancak biri klimalı bir apartmanda eşi ve iki çocuğuyla yaşayabilir ve diğeri üç kuşak akrabalarla çevrili doğal olarak serin bir kerpiç evde yaşayabilir ve bir arsa üzerinde çalışmak için galabiya adı verilen geleneksel bir cüppe giyebilir (Jubril, 2010: 2016). Bununla birlikte, bu farklılıklar, ucuz cep

telefonu hizmetinin ortaya çıkması ve televizyonun her yerde bulunmasıyla aşınmaktadır. Bazı kerpiç evler bile artık sadece başkentten değil, dünyanın dört bir yanından haber, eğlence ve modayı getiren uydu antenleriyle donatılmıştır (Osman, 2016: 8).

2.1.2.1. Mısır'da Gelenekler Yaşam

Mısır, dünyanın en kalabalık 15. ülkesi (Osman, 2016: 4). Eski kültürel köklerinin mirası nedeniyle küresel bir üne sahiptir. Ülkenin mirası büyük bir gurur kaynağı olmaya devam ederken, Mısır'ın çağdaş kültürü de daha yakın tarihli tarihi olaylarla şekillenmiştir. Pek çok geleneksel değer, Mısır kültürünün yönlerini tanımlamaya devam etmekte; ancak şimdi bunlara yeni fikirler ve değerler eşlik etmektedir. Ayrıca, kuzeydoğu Afrika ile Orta Doğu arasındaki geçit olarak, diğer kültürler ve ülkelerle çeşitli etkileşimlerden önemli ölçüde etkilenmiştir (US Coast Guard, 2006: 4).

Bir kişinin doğduğu yer ve sosyal sınıfı, insanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduğu rehberlik etmek için önemli belirleyicilerdir. Bir Mısırlının içinde doğduğu sosyal sınıf, günlük yaşamlarının ve fırsatlara erişimlerinin birçok yönünü dikte etme eğilimindedir. Statü, kişinin zenginliğinden çok aile geçmişi ve itibarı açısından tanımlanmakta ve sosyal hareketliliği zorlaştırmaktadır (Verme vd., 2014: 90).

Sosyal sınıfı belirlemek için sıklıkla kullanılan bir belirteç, kişinin gittiği üniversitedir. Mısır'da eğitim çok değerlidir ve aileler gelirleri ne olursa olsun çocuklarını eğitmek için çok yatırım yaparlar. Yüksek bir eğitim seviyesine ulaşmak, sosyal hareketliliğin birkaç yolundan biridir. Dahası, akıcı İngilizce konuşabilmek çoğu zaman kişinin yüksek eğitimi olduğunu ve muhtemelen üst sosyal sınıftan olduğunu gösterir (Megahed vd., 2012: 63).

Genel olarak Mısır oldukça homojen bir toplumdur ve % 99,6'sı etnik olarak Mısırlılardır (Burnett, 2020: 219). Mısır nüfusunun çoğu Müslüman olarak tanımlanmaktadır ve çoğunluğu Sünni türe aittir. İslam geleneği, kültürdeki uzun süredir devam eden varlığı ve konumu nedeniyle birçok Mısırlı'nın kimliği üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Mısır kimliğinin belki de en önemli birleştirici bileşeni, neredeyse tüm Mısırlıların Mısır'ın Arapça lehçesiyle konuştuğu dildir (Burnett, 2020: 210).

Aile, Mısır halkı için hayatın çok önemli bir parçası ve Mısır toplumunun önemli bir bileşenidir. Mısır büyük ölçüde kolektivist bir toplum olduğundan, kişinin ailesinin veya topluluğunun ihtiyaçları tipik olarak kişinin kişisel ihtiyaçlarından veya isteklerinden önce gelir.

Akrabalık, sosyal ilişkilerde önemli bir rol oynar ve genel algı, bireyin aileye tabi olduğudur. Aile hem çekirdek birimden hem de geniş aileden oluşur. Geniş aile ağına sadakat gibi geleneksel aile değerlerine verilen vurgu göz önüne alındığında, ortak yaşam ve paylaşım Mısır kültüründe yaygın olarak görülmektedir (Hafez, 2019: 41). Mısır toplumunun çoğunluğu muhafazakârdır ve kadınların çocuk yetiştirme ve ev işçiliği gibi geleneksel rolleri yerine getirmeleri için genel bir beklenti vardır ve bu sorumluluklar sadece kadınlara özel olarak algılanmaktadır. Geleneksel olarak, kadınlar sosyal uyum konusunda daha büyük beklentiler taşırlar ve bazen korunması gereken özellikle savunmasız hedefler olarak görülür. Bir kadının bir hatası ya da kontrolünü kaybetmesi durumu, bazen aile reisinin onu bundan korumadaki başarısızlığı olarak yorumlanır. Birçok Mısırlı kadın başörtüsü taksa da, yasa resmi olarak bu uygulamaya uymalarını gerektirmez. Pek çok kadın için bu kişisel bir seçim meselesidir (Hagar, 2018: 33).

2.1.2.2. Suudi Arabistan 'da Gelenekler Yaşam

Suudi Arabistan'ın nüfusu geleneksel olarak göçebelerden, köylülerden ve kasaba halkından oluşmaktadır. Bununla birlikte, bu üçlünün etrafını sarmak babasoylu akrabalık ilkesidir ve kraliyet ailesine odaklanan idari organizasyon, her şeyin üstüne bindirilmiştir. Akrabalık ilkesi Suudi toplumunda yaygındır ve geniş aile güçlü bir sosyal birimdir. Köyler yerel hizmet merkezlerini oluşturur ve birden fazla aşiret üyeliğinden üyeler içerir, ancak bir grup baskın olma eğiliminde olabilir. Akrabalık ilişkisinin önemi devam etse de, şehirler kabile olarak organize edilmemiştir ve yerel ilişkiler birkaç aile tarafından yönetilme ve yönetilme eğilimindedir (Etheredge, 2011: 36). Sosyal tabakalaşma, şehirlerde diğer yerlere göre daha açık bir şekilde gelişmiştir. Petrolün ekonomi üzerindeki etkileri hissedilmeden önce, statü servetten ziyade bir soy ve işgal meselesiydi; Petrol endüstrisinin gelişmesiyle birlikte, zenginlik ve maddi konum ek bir sosyal değer kazanmıştır. Yeni teknoloji ve endüstri, yönetici aileler ile nüfusun geri kalanı arasındaki genişleyen uçurumun giderek daha fazla farkına varan, büyüyen bir orta gelirli ekonomik teknokratlar grubu üretmiştir. Bu hoşnutsuzluğa ve bazı durumlarda sivil huzursuzlukların patlak vermesine yol açmıştır (Etheredge, 2011: 38).

Suudilerin çoğu geleneksel tarzda giyinmeye devam etmektedir. Erkekler için bu, genellikle beyaz pamuktan dokunan ve çözülme (veya dishdashah) olarak bilinen ayak bileği uzunluğunda bir gömlektir. Geleneksel başörtüsü, kaffiyeh (bazen ghutrah olarak da

bilinir), çuha katlanmış ve bir devenin kordonu tarafından 'iqāl olarak bilinen kordonla yerinde tutulmuştur. Kadınlar için geleneksel kıyafet, altına sirvāl olarak bilinen gevşek bir çift pantolon giyilen bir çözülmeden oluşur. Halk arasında kadınların tamamen örtülü olması beklenir ve abāyah olarak bilinen uzun siyah bir pelerin giyilir. Hījāb adı verilen bir perde başı örter ve niqāb olarak bilinen bir başkası yüzü örter. Bedeviler arasında, kadın kıyafetleri genellikle oldukça süslüdür ve geleneksel olarak güzel bir el yapımı gümüş takılardan oluşur (Planet, 2019: 352). Suudi Arabistan Krallığı'ndaki bir gelenek, günlük yaşamlarında erkek ve kadınların rolleri ve sorumlulukları arasındaki farktır. Kadınlar daha fazla alan ve çalışma fırsatı kazanmasına rağmen net ayrım göze çarpar. Politik, hükümet ve üst düzey yönetici pozisyonları sadece erkekler içindir. Bununla birlikte, bazı çalışma alanlarında erkeklerle kaynaşmak mümkündür. Özellikle tıbbi ve eğitim hizmetlerinde (Hamilton ve Webster, 2018: 2018). Suudi Arabistan'da artık kadınlara araba kullanmak gibi temel haklardan bazılarının verilmesinin yanı sıra bir açıklık vardır (Al-Rawi, 2020: 57).

2.1.2.3. Ürdün'de Gelenekler Yaşam

Ürdün, birçok medeniyetin izlerini taşıyan kadim bir toprağı işgal eden genç bir devlettir. Ürdün Nehri ile eski Filistin'den ayrılan bölge, İncil tarihinde önemli bir rol oynamıştır. Ürdün, 1946'dan beri bağımsız bir krallıktır. Arap dünyasının siyasi açısından en liberal ülkeler arasındadır ve bölgeyi etkileyen sıkıntıları paylaşmasına rağmen yöneticileri barış ve istikrarı sürdürme taahhüdünü dile getirmiştir (Edward, 2019: 99).

Ülkenin başkenti ve en büyük şehri, MÖ 13. yüzyılda şehri başkent yapan Ammonitlerin adını taşıyan Amman'dır. Amman daha sonra Orta Doğu antik çağının büyük bir şehri olan Philadelphia, Roma Decapolis'iydi ve şimdi bölgenin başlıca ticaret ve ulaşım merkezlerinden biri ve aynı zamanda Arap dünyasının en önemli kültür başkentlerinden biri olarak hizmet vermektedir (Encyclopaedia Britannica, 2009: 362).

Halkın ezici çoğunluğu Araplar, özellikle Ürdünlüler ve Filistinliler; 1948-49 ve 1967 Arap-İsrail savaşlarının ardından Filistinlilerin akınından önce açık ara en büyük yerli grup olan Bedevilerin önemli bir azınlığı da vardır. Bedevi mirasına sahip Ürdünlüler, Filistin nüfusu genellikle monarşiyi eleştirse de, Ürdün Filistinli mültecilere geniş çaplı vatandaşlık veren tek Arap ülkesidir (Etheredge, 2010: 166). Diğer azınlıklar arasında Suriye İç Savaşı nedeniyle Ürdün'e kaçan çok sayıda Suriyeli mülteci ile Körfez Savaşı ve Irak Savaşı sonucunda Ürdün'e

kaçan bir dizi Iraklı yer almaktadır. Daha küçük Çerkes (yerel olarak Çerkes veya Jarkas olarak bilinir) ve Ermeni toplulukları da vardır. Az sayıda Türkmen (ya eski bir Türkmen dilini ya da Azeri dilini konuşan) Ürdün'de de ikamet etmektedir (Krafft ve Assaad, 2019: 141).

Ürdün'ün kültürü, batı geleneklerinden aşırı derecede etkilenmesine rağmen, birçok Ürdünlünün davranışlarını, geleneklerini ve geleneklerini şekillendiren ortak Arapça ve İslami özelliklere sahiptir. Cömertliği ve sevimli tavrıyla tanınan insanların günlük yaşam aktivitelerini de etkilemektedir. Ürdün üç kıtanın (Afrika, Asya ve Avrupa) kesişme noktasındaki konumu nedeniyle, geçmişte olduğu gibi günümüzde de birden fazla kültür için küresel bir buluşma yerine gelmiştir. Bu, geleneksel giyim ve müzik gibi birçok açıdan belirgindir. Ürdün özellikle giyim ve müzikte komşularından etkilenirken, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nden geldikleri futbol ve basketbol gibi sporlarda olduğu gibi diğer uzak kültürlerden de ilgi iksiri ithal etmiştir (UNESCO, 2015: 22).

İngilizce, Ürdün'de yaygın olarak konuşulmaktadır ve turistik şehirlerde yaşayan insanların çoğu tarafından anlaşılabilir. Aynı zamanda Ürdün'de ikinci resmi dil olarak kullanılmaktadır. Son zamanlarda batı ülkelerinden bir dizi yabancı Amman'a taşınmakta ve burayı ikinci vatan olarak görmektedir. Sadece turizm değil, Mısır, Suriye ve Türkiye gibi komşularla yapılan uluslararası ticaretin de Ürdün kültürü üzerinde büyük etkisi olmuştur (UNESCO, 2015: 25).

Ürdün'deki kadınlar bölgedeki diğer birçok ülkeyle karşılaştırıldığında hatırı sayılır bir özgürlüğe sahiptir. Kadınların tam bir eğitim alma hakları vardır, oy kullanabilirler, araba kullanabilirler ve genellikle iş ve siyasette önemli roller oynarlar (International Business Publications, 2013: 211).

2.1.3. Eğitim Öğretim

Eğitim, akademik olarak öğrenme ve gelişme geleneğinin olduğu Orta Doğu'da önemli bir konudur (Azoury, 2014: 100). (UNESCO) istatistikleri, Orta Doğu'da 15 yaş ve üstü insanlar arasında yetişkin okuryazarlık oranının yaklaşık% 80 olduğunu göstermektedir (Kaminski, 2017: 182).

Orta Doğu'daki ülkeler gayri safi yurtiçi hasıllarının (GSYİH) nispeten yüksek bir yüzdesini eğitime harcıyor (Lust, 2016: 680). Ortalama olarak, ülkeler GSYİH'nın yaklaşık% 5'ini ve hükümet harcamalarının% 20'sini eğitime harcıyorlar, ancak sonuçlar ve etki ülkeler arasında farklılık gösteriyor (Sabry, 2009: 11).

Hiç şüphe yok ki Orta Doğu , sadece uluslararası kampüslerin ve şubelerin çoğalmasıyla değil, aynı zamanda özel girişimler ve anlaşmalar yoluyla ve bazı durumlarda devlet üniversiteleri gibi uluslararası üniversitelerle ortak programlar yoluyla hızlı bir gelişmeye tanık oluyor, bunlardan: Kahire Üniversitesi, Alman Üniversitesi ve Mısır İngiliz Üniversitesi (Altbach vd., 2019: 78). Dahası, Ürdün'de Avrupa ve Amerikan üniversiteleri ile işbirliği içinde sunulan ortak programların yaygınlaşmasıyla bir gelişme vardır (Massadeh, 2010: 18). Suudi Arabistan ilk üniversitesini, Kral Suud Üniversitesi, 1957'de kurdu. 2003'te Suudi Arabistan'ın sekiz tane üniversitesi olmuştu. Bugün, 23 milyon kişi için yıllık bütçesi 25 milyar ABD dolarının üzerinde olan 100'den fazla üniversite ve kolej bulunmaktadır (Klepeis, 2020: 15).

2.1.3.1. Mısır'daki Eğitim

Mısır'da eğitim çok değerlidir ve aileler bu alana çok yatırım yapar. Düşük gelirli aileler bile çocuklarını olabildiğince eğitmeye çalışırlar. Eğitim, özellikle üniversite diplomasına sahip olmak, sosyal hareketlilik için önemli bir yol olarak kabul edilir. Ancak birçok aile, çocuklarını ilköğretim seviyesinin ötesinde eğitmeyi göze alamaz. Ayrıca birçok çocuk, ailelerine destek olmak için erken yaşta çalışmak zorundadır (Ember, 2010: 685). Mısır'daki halk eğitim sistemi üç seviyeden oluşur: altı yıllık ilköğretim ve üç yıllık hazırlık okulu. Daha sonra ortaokul dönemi üç yıldır (Farris ve Rieman, 2013: 482).

Mısır'da iki tür devlet okulu vardır: Arap Okulları ve Deneysel Dil'dir. Devletin ulusal müfredatı Arapçadır. İlkokul yılından itibaren hükümete ait bir İngilizce müfredatı öğretilir ve Fransızca, Almanca, İspanyolca veya İtalyanca Orta öğretimde ikinci bir yabancı dil olarak eklenir (Victor, 2013: 85). Mısırlılar için iyi olan şey ücretsiz olmasıdır, ancak bazıları için sınıf başına yaklaşık 75 öğrenci vardır (Farris ve Rieman, 2013: 479).

Mısır'da faaliyet gösteren üniversiteler aşağıdaki kategorilere ayrılır: (1) devlet üniversiteleri; (2) özel üniversiteler; ve (3) yabancı üniversitelerin şube kampüsleri. Mısır'daki devlet üniversiteleri, yalnızca Mısır Hükümeti tarafından kamu sektörü eğitimine enjekte edilen fonlara bağlı olmaya devam etmektedir ve bu nedenle büyük ölçüde özel sektör yatırımlarının kapsamının dışında kalmaktadır (ERIC, 2000: 158).

Mısır'ın artan nüfusu ve Hükümet fonlarının yetersizliği, Mısır'ın tamamında eğitim sistemi üzerinde muazzam baskılar yaratmış ve bu da Mısır Hükümeti'nin özellikle eğitim sektöründe özel sektör yatırımlarına yönelmesine neden olmuştur. Üniversitelerde, sürekli artan

eğitim talebini karşılamak ve her düzeyde daha kaliteli eğitim sağlamak içindir (Gramon, 2020: 6).

Mısır'daki eğitim sistemi, müfredat ve eleştirel düşünmeden ziyade ezberlemeyi ve ezberlemeyi vurgulayan, ustalıktan ziyade kapsamı vurgulayan ve 'bunu bilmeye' ve bir dereceye kadar 'nasıl bilmeye' vurgu yapan birçok zorlukla karşı karşıyadır (Warschauer, 2004: 142).

Mısır'ın eğitiminde cinsiyet farkı var. Araştırmalar, Mısırlı kızların ve 9 yaşın üzerindeki kadınların % 64'ünün okuyamadığını göstermektedir. Ayrıca birçok kız çocuğu, ebeveynleri ve toplulukları tarafından evlenmeye zorlandıkları için eğitim hakkından mahrum bırakılmaktadır. Aynı zamanda, Mısır hükümeti tüm eğitim sistemini yenileyerek ve yeni eğitim reformları için planlar oluşturarak ve cehaleti tamamen ortadan kaldırarak bunu değiştirmek için her şeyi yapmaktadır (Mensch, 2000: 11).

2.1.3.2. Suudi Arabistan'daki Eğitim

Suudi Arabistan'da eğitim cinsiyete göre ayrılmış ve ayrı ayrı yönetilen üç sisteme ayrılmıştır: erkekler için genel eğitim, kızlar için eğitim ve geleneksel İslami eğitim (erkekler için). Eğitim Bakanlığı, erkek çocuklarının genel eğitimine başkanlık eder ve kız çocuklarının eğitimi, Kız Çocuklarının Eğitimi Genel Başkanlığının yetkisi altındadır. Her iki cinsiyet de aynı müfredatı takip etmekte ve aynı yıllık sınavlara girmektedir (Sedgwick, 2001: 1).

İslami eğitim Suudi erkek çocukları Ulema'nın (din adamları) üyesi olmaları için eğitmektedir. Dinî orta öğretim müfredatı genel akademik orta öğretim müfredatını içerir, ancak esas olarak İslami ve Arapça çalışmalara odaklanır. Özellikle, Kuran'ın ezberlenmesi, Kuran'ın yorumlanması ve anlaşılması (Tefsir) ve İslam geleneğinin günlük hayata uygulanması vurgulanmaktadır. Din, diğer derslerin yanında üniversite düzeyinde de çalışılır ve tüm öğrenciler için zorunludur (Sa'ad, 2017: 22).

Suudi Arabistan'ın eğitim sisteminin modernizasyonu ve Suudi nüfusunun becerilerinin artırılması, önemli unsurlardır ve Suudi Arabistan'ın ekonomik dönüşümü için hayati önem taşımaktadır. Suudi gençliğinin bilgiye dayalı bir ekonomide "geleceğin işleri için donanımlı" olmasını sağlamak için hükümet, eleştirel düşünceyi vurgulayan modernleştirilmiş okul müfredatının yaygınlaştırılması ve öğretmenlerin yeniden eğitilmesi de dahil olmak üzere geniş kapsamlı eğitim reformları peşinde koşmaktadır. Yeni okulların inşasının yanı sıra Suudi

Arabistan'ın katı, merkezi olarak yönlendirilen okul sisteminin ademi merkezileştirilmesidir (Murkowski, 2006: 7).

Suudi hükümetinin emriyle Tatweer Eğitim Teknolojileri (TETCO) şirketi tarafından uygulanan Future Gate girişimi, Suudi Arabistan genelinde akıllı sınıflar ve dijital eğitim yönetim sistemlerine öncülük etmektedir. Basılı sınavlar çevrimiçi değerlendirmelere geçiş yapmaktadır (Karwowski, 2019: 52).

Yüksek öğretimde, hükümet araştırmalara yeni ve daha uzmanlaşmış üniversitelerin kurulmasına büyük yatırım yapmıştır. Amacı, yüksek öğretim kayıtlarını artırmak ve nüfus artışı ve diğer faktörlerin neden olduğu artan talebi karşılamaktır. Eğitim, Suudi Arabistan'ın hükümet bütçesindeki en büyük sektördür. Ülke eğitime çoğu Arap ülkesinden daha fazla para harcamaktadır (Rubin ve Katulis, 2019: 133).

Düşen petrol fiyatları kamu maliyesini zorlarken ve genel eğitim harcamaları son yıllarda azalırken, Suudi Arabistan 2018'de 719 yeni okul inşa etmiştir (Allahmorad, 2020: 3). Nüfusun yarısından fazlasının 25 yaşın altında olduğu ve genç işsizliğinin çok yüksek olduğu bir ülke için artan eğitim oranları çok önemlidir. Suudi Arabistan'ın petrolle ilgili olmayan işgücünün çoğu düşük ücretli göçmen işçilerden oluşsa da, Suudi vatandaşlarının yüzde 25'i 2018 sonu itibarıyla işsizdir (Verhoeven, 2019: 284). Bu nedenle, son reformların bir amacı, bilgisayar bilimi veya işletme yönetimi gibi "iş piyasasıyla ilgili çalışma alanlarına" kaydolmayı artırmaktır. Geleneksel olarak pek çok Suudi öğrenci sosyal bilimler, dini bilimler, tarih veya edebiyat gibi alanları incelemeyi tercih etmektedir (Abdulkadir, 2020: 21).

Suudi Arabistan'daki erkek vesayet sistemi kızların eğitime erişimini kısıtlamakta bunun sebebi kızlar erkek velilerinin rızası olmadan eğitim alamamaktadır. Dahası, erkek veliler, kızların yüksek lisans ve lisansüstü eğitim dahil olmak üzere her düzeyde öğrenimlerine devam etmelerini engelleme yetkisine sahiptir. Ayrıca bir çalışma alanı seçimi için bir erkek veliden izin alınması gerekmektedir (Subedi, 2010: 93).

2.1.3.3. Ürdün'deki Eğitim

Ürdün, insan sermayesi açısından zengin ancak doğal kaynaklar bakımından fakir bir ülkedir. Hükümet, bu nedenle, geniş tabanlı bir reform programı başlatmaya karar vermiştir. İlk adım, Ürdün'ün eğitim hedeflerini desteklemek için gereken kurumsal ve fiziksel altyapıyı oluşturmaktır (Alawamleh vd., 2019: 2).

Ürdün'deki eğitim sistemi, önemli bir üretkenlik ve modernizasyon düzeyine ulaşmak için özgürlük, adalet, insani ve ekonomik kalkınma özelemlerine dayanmaktadır. Eğitim felsefesi Ürdün Anayasasına, İslami Arap medeniyetine ve ülkenin ulusal deneyimine dayanmaktadır. Krallıkta eğitimin genel hedefleri eğitim felsefesinden kaynaklanır ve Tanrı'ya inanan, vatana ve millete bağlı, erdemler ve insan mükemmellikleri bahşedilmiş ve fiziksel, zihinsel, ruhsal ve sosyal olarak olgunlaşmış bir yurttaşın biçimlendirilmesinde örneklenir (MOE, 2004: 24). Eğitim sistemi Arapçadır, ancak İngilizce devlet okullarında tanıtılmaktadır ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Tüm devlet okulları ve çoğu özel okul aynı ders kitaplarını kullanır ve Ürdün okulları kız ve erkek karışık sınıflara izin verir. Ürdün, okuldaki çocukların % 97'si ile ilköğretime evrensel erişim hedefine neredeyse ulaşmış ve 1979'dan beri eğitimde cinsiyet eşitliğini korumuştur (UNESCO, 2013: 199).

Ürdün'deki yüksek öğrenim sektörü, çeşitli düzeylerde ve alanlarda kapsamlı gelişme sürecinde kilit bir rol oynamaktadır. Son yirmi yılda, Ürdün'deki yüksek öğretim sektörü, artan sayıda yüksek öğretim kurumu, kayıtlı öğrenci, öğretim üyesi, idari ve akademik personel ve buradaki harcamaların büyüklüğü ile kanıtlanan önemli bir gelişmeye ve ilerlemeye tanık olmuştur. Krallıktaki sınırlı mali kaynaklara rağmen, yüksek öğretim Ürdün vatandaşının ekonomik, sosyal ve bilgi düzeyini geliştirmede oynadığı rol nedeniyle ülkenin öncelikleri arasında yer almaktadır (UN, 2001: 36).

Ürdün'deki üniversitelerin hedeflerinden biri “dünya çapında üniversiteler arasında lider bir üniversite haline gelmek, öğrencilere kaliteli eğitim ve öğrenme deneyimi sağlamak, araştırma programını benimsemek, teorik ve pratik bilgileri üretmek ve yaymak, yaşam boyu öğrenme ve yerel, bölgesel ve uluslararası toplum içinde yaşam kalitesinin iyileştirilmesi”. kültürün inşa edilmesine etkin bir şekilde katkıda bulunmaktır. Neredeyse tüm Ürdün üniversitelerinde bilgisayar ve teknoloji, modern diller, işletme yönetimi, muhasebe ve finans, eğitim bilimleri, sekreterlik, kütüphaneler, hukuk, grafik tasarım, hemşirelik ve diğerleri gibi çeşitli konularda programlar ve özel kurslar ve eğitim sunan eğitim merkezleri vardır (Abu-El-Haija ve Alkhader, 2017: 2).

Ürdün ilkokullarında belirli bir cinsiyet eşitsizliği yoktur. Erkeklerin yüzde 95'ine kıyasla kızların yüzde 94'ünden fazlası okula gitmektedir. Ürdün, Orta Doğu'daki kızlar için en yüksek (% 97,3) okuryazarlık oranlarından birine sahiptir (UNESCO Institute for Statistics, 2017: 94).

2.1.4. Yönetim Sistemi ve Siyasal Yaşam

Orta Doğu'daki siyaset, Batı medyasında sıklıkla sunulduğu gibi yalnızca İslami diriliş meselesi olmaktan çok uzak, aslında milliyetçilik, din, sosyal ve ekonomik kaygılar, aşiret bağlılıkları ve etnik kimlikleri içeren karmaşık bir konu karışımını yansıtmaktadır (Knudsen, 2003: 1).

Siyasi yaşamla ilgili olarak, Orta Doğu ülkeleri monarşilere (Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Fas, Katar, Kuveyt, Suudi Arabistan, Umman ve Ürdün) ve cumhuriyetlere (Cezayir, Irak, Libya, Lübnan, Mısır, Sudan, Suriye, Tunus ve Yemen,) ayrılmaktadır. Bölgenin cumhuriyetleri, görev süreleri seçimlerle verilen başkanlar tarafından yönetilir (Leonard, 2013: 1028). Seçimler ancak hem genel yürütme pozisyonu hem de ulusal parlamentolar için düzenli aralıklarla yapılır (Angrist, 2019: 8). Bu cumhuriyetlerde, siyasi güç tipik olarak baskın siyasi partilerin sadakatini yöneten, ordu tarafından desteklenen ve ajan yetiştirmek için kullanılabilecek büyük miktarda devlet gelirine erişimi olan güçlü başkanlardan kaynaklanır (Angrist, 2019: 9). Orta Doğu'nun Siyaseti, bölgedeki petrol kaynakları ve Arap Baharı'nın çağdaş çatışmaları nedeniyle karmaşık, çok yönlü ve diğer bölgelerden farklıdır (Fawcett, 2014: 791).

Muhalefet partilerinin ve hareketlerinin baş yönetici düzeyinde bir devir gerçekleştirme konusunda gerçekçi bir şansı yok, ancak Orta Doğu ülkelerinin her yerinde durum böyle değildir. Buna ek olarak, başbakan ve cumhurbaşkanlığı görevi, siyasi yelpazenin solunda ve sağında yer alan birkaç siyasi parti arasında dönüşümlü olarak yer almıştır (Chase, 2016: 295). Orta Doğu'nun ekonomisini tespit etmek çok zordur, zira bazı ülkeler çok zenginken diğerleri çok fakirdir. Örneğin, en zengin ülkelerden biri olan Suudi Arabistan, ekonomisini sürdürmek için ağırlıklı olarak petrol ve petrole ilişkin ürünlerin ihracatına bel bağlayan Orta Doğu ülkelerinden sadece bir tanesidir (Diop ve Melo, 2012: 160).

2.1.4.1. Mısır'da Siyasi Yaşam

Mısır'ın siyaseti, cumhuriyetçiliğe ve başkanlık yönetim sistemine dayanmaktadır. Mevcut siyasi sistem, 2011 Mısır Devrimi ve Cumhurbaşkanı Hüsnü Mübarek'in istifasının ardından kurulmuştur (Royce, 2015: 33). Bundan sonra, Mısır Cumhurbaşkanı Muhammed Mursi, 2012 yılında ülke tarihinde seçilen ilk sivil cumhurbaşkanı ve Mısır'da iktidara gelen beşinci cumhurbaşkanı olarak cumhurbaşkanlığını devralmıştır (Khan, 2016: 195).

Cumhurbaşkanlığını üstlendikten bir yıl sonra, 3 Temmuz 2013'te Mısır ordusu Korgeneral Abdülfettah el-Sisi liderliğinde askeri darbe yapmıştı ve seçilen Mısır Cumhurbaşkanı Muhammed Mursi görevden alınmıştı, anayasa askıya alınmıştı ve çeşitli medya kuruluşları yayınlanmıştır (Holmes, 2019: 93).

Anayasa değişiklikleri, Abdülfettah el-Sisi'nin mevcut görev süresini dört yıldan altı yıla çıkarmış, bir dönem daha aday olmasına izin vermiş ve onu Yargı Organları ve Yetkililer Yüksek Kurulunun başkanı olarak adlandırmıştır. Bu konsey, atamalar ve terfiler dahil olmak üzere yargı işlerine nezaret edecek ve müdahale edebilecektir. Değişiklikler ayrıca başkana, Yüksek Anayasa Mahkemesi baş yargıcını, Komiserler Otoritesi başkanı ve üyelerini ve diğer pozisyonların yanı sıra Mısır cumhuriyet savcısını atama yetkisi vermektedir (TIMEP, 2019: 1-2).

Uluslararası Af Örgütü'ne göre Mısır Cumhurbaşkanı Abdülfettah es-Sisi döneminde ifade özgürlüğünün bastırılması, Mısır'ın modern tarihinde eşi benzeri olmayan korkunç boyutlara ulaşmıştır. Bu arada, yalnızca görüşlerini barışçıl bir şekilde ifade ettikleri için tutuklananların derhal ve koşulsuz serbest bırakılması çağrısında bulunan bir kampanya başlatılır (Amnesty International, 2018: 4). Ayrıca, yüzlerce Mısırlı siyasi aktivist, gazeteci, insan hakları savunucusu, muhalefet üyeleri, sanatçılar ve futbol taraftarı, seslerini yükseltmeye ve hükümeti ve rejimi eleştirmeye cüret ettikleri için şu anda hapisanede tutulmaktadır. Tutuklanma nedenleri, sosyal medya faaliyetlerinden insan hakları faaliyetleri geçmişlerine kadar uzanmaktadır. "İzinsiz gösteri" düzenlemek ve "terör örgütü üyesi olmak" suçlamalarıyla en az 35 kişi gözaltına alınmıştır; Çünkü metro fiyat artışına karşı küçük barışçıl bir protestoda dayanışma içinde durdular. Ayrıca hükümet, kadınları korumak için verdiği sözleri yerine getirmemişti. Aile içi şiddeti suç sayan bir yasa parlamentoda ilgi görmemiştir (Holmes, 2019: 101).

Mısırlı yetkililer, hükümete yönelik barışçıl eleştirileri ciddi şekilde cezalandırmakta ve gazetecileri, blog yazarlarını ve sosyal medya kullanıcılarını rutin olarak susturmaktadır. 2017 yılından bu yana yetkililer, yargı yetkisi olmaksızın yaklaşık 600 haber ve siyasi ve insan hakları web sitesini, sosyal medya sitelerini ve güvenli iletişim uygulamalarını engellemiştir (Zaleski vd., 2019: 186). Yüksek Medya Yönetmeliği Konseyi, 2018 yılında, konseyin kurallarına uymayan web siteleri ve sosyal medya sayfaları dahil olmak üzere herhangi bir medya kuruluşu için yargı denetimi olmaksızın ciddi kısıtlamalar getiren iki dizi tüzük yayınlamıştır. Bununla

birlikte “devlet kurumlarına hakaret”, “genelleme” ve “devlet çıkarlarına zarar verme” yi yasaklayan bu kurallar uyarınca konsey, gazeteleri, web sitelerini ve TV şovlarını sansürlenmiştir (Human Rights Watch, 2020: 2013).

2.1.4.2. Suudi Arabistan'da Siyasi Yaşam

Suudi Arabistan mutlak bir monarşidir. Ülkenin temel yönetim sistemi - anayasaya bir alternatif - çok sayıda siyasi reform çağrısının ardından 1992 yılında kurulmuştur. Temel Yönetişim Kanunu, tamamı o sırada Kral ve İçişleri Bakanı tarafından düzenlenen özel bir komite tarafından oluşturulan 83 maddeden oluşmaktadır. Makaleler şeriata (İslam hukuku) dayanmaktadır. Kuran, İslam hukukuna (Şeriat) göre yönetilen ülkenin anayasası ilan edilir (Bolanos, 2016: 53).

Kral, devletin başı, Başbakan ve Başkomutandır. Yasama, yürütme ve yargı işlevlerini birleştirir. Kraliyet kararnameleri, herhangi bir adli veya idari kararı geçersiz kılma yetkisine sahiptir. Ülkedeki üç makam yargı, yürütme ve düzenleyici olarak tanınırken, Kral, Temel Yönetişim Yasasının 44. maddesine göre bu makamlar için nihai hakemdir (Vogel, 2019: 29). Suudi ulusal siyaseti, kraliyet ailesi siyasetidir. Kral, devletin ve hükümetin başıdır ve hiç kimseye karşı sorumlu değildir. Görevdeki Veliaht Prens MbS aynı zamanda başbakan yardımcısı, savunma bakanı, Ekonomi ve Kalkınma İşleri Konseyi başkanı ve Siyasi ve Güvenlik İşleri Konseyi başkanı olarak önemli bir güce sahiptir. Ulusal düzeyde seçilmiş siyasi görevli yoktur. Bakanlar da dahil olmak üzere üst düzey hükümet yetkilileri kral tarafından atanır. Şu anda, toplumda belirli bir etkiye sahip olan seçilmiş kişiler, ticaret odalarının başkanlarıdır, ancak bunlar ticaretle uğraşan büyük aileleri temsil etme eğilimindedir ve çıkarları genellikle genel olarak vatandaşların çıkarlarıyla çatışır (Peterson, 2020: 18).

Suudi Arabistan'da monarşinin başlangıcından beri siyasi partilerin faaliyet göstermesine izin verilmemiştir. Birkaç reform dilekçesi, devletin siyasi derneklere ve partilere izin vermesine rağmen boşuna olması talebini içermektedir. Her ikisi de yetkililer tarafından izlenen Ümmet İslam Partisi ve Medeni ve Siyasi Haklar Derneği gibi bazı önemli gruplar yasal bir şemsiye olmadan çalışmaktadır (Hook, 2010: 250).

Mutlak bir monarşi olarak, hiçbir ulusal seçim yapılmamıştır. Meclis el-Şura'nın (danışma meclisi) 150 üyesinin tamamı kral tarafından atanır. 2005, 2011 ve 2015 yıllarında belediye seçimleri yapıldı ve 285 oldukça güçsüz belediye meclisinin oluşmasına yol açtı. Şu

anda tüm konsey üyelerinin üçte ikisi seçiliyor. 2005 ve 2011'de konsey üyelerinin sadece yarısı seçilmiştir. Konseyler, kraliyet ailesi tarafından atanan 13 bölge valisi tarafından kontrol edilmektedir (Bertelsmann Transformation Index, 2020: 8).

2.1.4.3. Ürdün'de Siyasi Yaşam

Ürdün siyaseti, monarşi kalıtsal bir çerçeve içinde gerçekleşir, Kral yürütme gücüne sahiptir. Kral tüm kanunları imzalar ve uygular. Tüm yargıçları kararname ile atar ve görevden alır, anayasa değişikliklerini onaylar ve savaş ilan etme hakkına sahiptir. Kral, sabit bir görev süresi olmayan Başbakanı hükümetin başına atar. Kral, yetkisini Parlamento önünde sorumlu olarak atadığı hükümet aracılığıyla kullanır (IBP, 2012: 103). Yasama, Ürdün'de iki meclislidir. Parlamentosu şunlardan oluşur: Senato, Kral tarafından dört yıllık görev süreleri için atanan 65 üyeye sahiptir; Temsilciler Meclisinin de nispi temsile dayalı halk oylamasıyla seçilen 130 üyesi vardır (Rowman ve Littlefield, 2020: 582).

Ürdün'de siyasi partiler devletin kuruluşuna geri dönmekte ve partilerle olan deneyimler çeşitli aşamalardan geçmiştir. 1952 anayasası, vatandaşların siyasi parti kurma ve katılma hakkını belirtmiş ve bu, 1955 tarihli Siyasi Partiler Yasası ile teyit edilmiştir. O dönemde Ürdün aktif partilere sahipti ve parlamento seçimleri yaparak, ülkenin siyasi yelpazesinin tamamıdır. 1957'de sıkıyönetim ilan edilmiş ve partiler yaklaşık otuz yıldır yasaklanmıştır. 1992 yılında yeni bir Siyasi Partiler Kanunu çıkarılmıştı ve hayat eski siyasi partilere dönerken, yenileri ortaya çıkmıştır. O zamandan beri (1993, 1997 ve 2003'te) üç parlamento seçimine katıldılar, ancak demokratik dönüşüm ve siyasi katılımındaki rollerini oynayamadılar (Al-Attıyat vd., 2013: 15).

Ürdün, çeşitli nedenlerle siyasi partilerin oluşumunda benzersiz bir paradigmayı temsil etmekte: siyasi partiler sol, sağ veya merkez olarak görülmez, bunun yerine İslamcılar da dahil olmak üzere muhalefet partileri ve sol partiler arasında koordinasyon görülebilir. Tersine, ayrı bir bölünme gözlemlenebilir ve ulusal, orta veya sadık partiler olarak tanımlanabilir. Sonuç olarak, Ürdün paradoksal bir siyasi ortama sahiptir. Örneğin, geleneksel olarak muhafazakar sağ akımı temsil eden İslamcılar, milliyetçi ve sol partilerle ittifak kurarlar. Ne muhalefet ne de sadık partilerin Ürdün'de iktidara gelmediği, bir hükümet veya parlamento çoğunluğu oluşturmadıkları unutulmamalıdır (Hussainy, 2012: 2). 2011 yılının başlarında Arap Baharı'nın Ürdün'e gelişi ülke içindeki siyasi parti haritasını değiştirmiştir. Pek çok sivil grup ortaya çıkmıştı ve siyasi eyleme doğrudan ve dolaylı olarak katılmaya başlamıştı ve ardından kendilerini protesto gruplarından

daha organize oluşumlara dönüştürmeye başlamıştı, hatta bazıları siyasi partilere dönüşmüştür (Hussainy, 2012: 3).

Uluslararası İşletme Yayınları'na göre, Ürdün'ün devam eden yapısal ekonomik zorlukları, artan nüfusu ve daha açık siyasi ortamı, çeşitli siyasi partilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha fazla bağımsızlığa doğru ilerleyen Ürdün parlamentosu, çeşitli rejim figürlerine yöneltilen yolsuzluk suçlamalarını soruşturdu ve siyasi İslamcılar da dahil olmak üzere farklı siyasi görüşlerin ifade edildiği ana forum haline gelmiştir (International Business Publications, 2013: 23-24).

Ürdün'ün medya yasaları, karalamayı, kral veya devlet kurumlarını eleştirmeyi, Ürdün'ün yabancı devletlerle ilişkilerine zarar vermeyi, küfürü ve tarafsız olduğu düşünülen her türlü içeriği cezalandırmaktadır. Devletin yasaları ve haberlere ilişkin medya kuruluşlarına verilen resmi olmayan talimatlar yaygındır. Haber web siteleri, karşılanmazlarsa engelleme için bir gerekçe olarak hizmet edebilecek ağır kayıt gereksinimleri ile karşı karşıyadır. Gazeteciler nadiren çalışmaları nedeniyle ciddi şiddete veya önemli ölçüde hapis cezasına çarptırılırlar, ancak genellikle otosansür uygularlar (Rowman ve Littlefield, 2020: 590). Politika, monarşi, dini işler ve güvenlik meseleleri gibi konuların açık tartışılması, ifadeyi düzenleyen çeşitli yasalar uyarınca ceza tehdidi tarafından engellenmiştir. Telekomünikasyon hukuku, şirketlerin bir mahkeme emri çıkarılması üzerine özel iletişimlerin izlenmesini sağlamasını gerektirir ve yetkililerin, terörizm şüphesi olan kişilerin gözetimine karar vermesine izin verilir (Rowman ve Littlefield, 2020: 591).

2.1.5. Orta Doğu'da Kadın Hakları

Orta doğudaki kadınların rolleri, yaşadıkları kültür ve toplum önemli dönüşümler geçirdikçe tarih boyunca değişmiştir. Günümüzde olduğu gibi tarihsel olarak da, kadınların durumu Arap bölgeleri, kentsel veya kırsal nüfus ve yaş grupları arasında büyük farklılıklar göstermektedir. Diğer faktörlerin yanı sıra, bu farklılıklar yerel geleneklere, kültüre ve dine, kadınların sosyal veya yasal statülerine, eğitim düzeylerine, sağlıklarına veya kişisel farkındalıklarına atfedilebilir (Beitler ve Martinez, 2010: 16).

Genel olarak, Orta Doğulu kadınlar siyasi yaşamda, eğitime erişimde, mesleki fırsatlarda ve maaşlarda erkeklerle kıyaslama yapıldığında benzer haklara sahiptirler. Dahası, İslam hukuku başından beri kadınlara ergenlik çağına geldiklerinde tam hukuki ehliyet vermiştir. Orta çağda

bile Müslüman kadınlar, mülke sahip olma ve mülkiyeti yönetme, dava açma, sözleşmelere girme ve iş yapma gibi haklara sahipti. Arap Baharı ve bunu izleyen geçişler sırasında kadınlar, daha fazla cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini savunurken siyasi ve sivil hareketlerde kilit bir rol oynadılar (Cotran ve Lau, 2006: 3015).

Kadınların tam ve etkili siyasi katılımı bir insan hakları, kapsayıcı büyüme ve sürdürülebilir kalkınma meselesidir. Kadınların siyasi olarak güçlendirilmesi, demokratik yönetişimin temel bir gerekliliğidir ve hem kadınlara oy verme, fikirlerini açıklama ve seçilmiş (veya başka) göreve aday olma hakkı tanıyan yasal haklar hem de bu yasal hakların pratik kullanımı açısından ölçülebilir (UNITAR, 2019: 165).

2.1.5.1. Mısır'da Kadın Hakları

Mısır, 1956'da kadınlara oy verme ve seçimlere aday olma hakkı vermiştir - bunu yapan ilk Arap ülkesidir (Bassiouni, 2017: 468). Ama aslında ekonomik ve sosyal cephede Mısırlı kadınlar eşit statüden yoksun olmaya devam etmektedir. Kadınların işgücüne katılımı, yüzde 52'lik küresel ortalamaya kıyasla yüzde 20 ile yüzde 25 arasında değişmektedir (Center for Economic and Social Rights, 2013: 11). 15-59 yaş arası kadınların yalnızca yüzde 14'ü, erkeklerin yüzde 83'ü ile karşılaştırıldığında, bir tür ekonomik faaliyette bulunmaktadır. İşgücündeki kadınların neredeyse yarısı kayıt dışı sektörde olup, kötü çalışma koşullarından ve düşük ücretlerden muzdariptir (Abdelgawad ve Hassan, 2019: 6).

Mısır'daki OECD araştırmasına göre, birçok kadının hem ulusal hem de alt ulusal düzeylerde kamu görevi için aday olma konusunda güçlü bir potansiyele ve ilgiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Yine de, kadınların katılımının önündeki tutarsızlıkların ve engellerin temel nedenlerinden bazıları, erkekler ve kadınlar arasındaki ekonomik eşitsizlik ve becerilerini geliştirme ve sergileme fırsatlarına sınırlı erişimle ilgilidir (OECD, 2020: 20).

Mısır'da kadınların artan siyasi katılımı, ülkenin uluslararası cinsiyet eşitliği standartlarının onaylanması yoluyla cinsiyet eşitliğini teşvik etme taahhütleriyle bağlantılıdır. Bunlar arasında Kadınların Siyasi Haklarına İlişkin Uluslararası Sözleşme (ICPRW); Medeni ve Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi (ICCPR); Kadınlara Yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşmesi (CEDAW); ve Kadınlar, Barış ve Güvenlik hakkında Güvenlik Konseyi Kararı 1325 (UNSCR1325). Mısır, CEDAW'ı onaylayan ilk Arap ülkesiydi (NCW ve OECD, 2018: 4).

Eşitsizliklerle karşılaşan diğer birçok ülke arasında Mısır, geleneksel toplum nedeniyle cinsiyet temelli kurallara uymamaktadır. Sonuç olarak, kadınlar genellikle yemek yapmak, temizlik yapmak ve çocuklara bakmak gibi ev işleri yaparlar. Dünyadaki eşitsizliğin ciddiyetine göre ülkeleri sıralayan 2020 Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksi'ne göre Mısır, 153 ülke arasında 134. sırada yer almaktadır (World Economic Forum, 2020: 26).

Genel olarak, önemli gelişmeye rağmen, Mısır'daki parlamento, yerel yönetim ve siyasi partiler de dahil olmak üzere bir dizi siyasi kurumda kadın sayısı düşük kalmaktadır. Kadınların üyeliğin biraz daha büyük bir bölümünü temsil ettiği yerlerde, bir tür seçim cinsiyet kotası uygulanmıştır. Daha da önemlisi, yerel yönetimde pozisyon elde etmek gibi kadın liderliği için daha yaygın yollar Mısır'daki kadınlar için kısıtlayıcı olmuştur. Mısır'da kadınların daha fazla siyasi temsiline önündeki temel engeller, kadınların sosyo-ekonomik statüleriyle (düşük eğitim seviyeleri, ayrılmış istihdam, cinsiyete dayalı ücret uçurumları) ve kadınları evde ve siyasi spot ışıklarının dışında kalmaya teşvik eden ayrımcı cinsiyet normlarıyla ilgilidir. Seçimlerin yüksek maliyeti nedeniyle, siyasette başarılı olan kadınlar genellikle varlıklı veya siyasi ailelerden gelmektedir. Kısıtlayıcı cinsiyet normları, kadınların kendilerini kamusal alanda meşru aktörler olarak görmelerini özellikle zorlaştırır.

2.1.5.2. Suudi Arabistan'da Kadın Hakları

20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında Suudi Arabistan'da kadın hakları, komşu ülkelerinin çoğunda kadın haklarıyla karşılaştırıldığında sınırlı kalmıştır. Bununla birlikte, Muhammed bin Selman'ın 2017'de Veliaht Prens olarak atanmasından bu yana, kadın haklarıyla ilgili bir dizi sosyal reforma tanık olunmuştur. Dünya Ekonomik Forumu'nun 2016 Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporu, cinsiyet eşitliği açısından 144 ülke arasında Suudi Arabistan'ı 2015'te 145'ten 134'e düşürerek, 141 olarak sıralanmıştır (World Economic Forum 2016: 11). Suudi Arabistan'daki kadınlar, 2015 yılında ülkenin yerel işgücünün% 13'ünün önünde, 2019 itibarıyla yerel işgücünün% 34,4'ünü oluşturuyordu (General Authority for Statistics, 2019: 20).

Temmuz 2020'nin sonlarında, Suudi Arabistan Bakanlar Kurulu, ülkenin ayrımcı erkek vesayet sistemini ortadan kaldırmaya başlayacak olan üç kanunda önemli değişiklikler ilan etmiştir. Seyahat Belgeleri Yasasında yapılan değişiklikler, "Suudi vatandaşı olan herkesin" Suudi pasaportu almasına izin vererek 21 yaşın üzerindeki kadınların ilk kez erkek vasilerinin izni olmadan kendi pasaportlarını almalarına izin vermektedir. Ağustos ortasında, Suudi

yetkililer, 21 yaş üstü kadınların erkek vasilerinin izni olmadan yurtdışına özgürce seyahat etmelerine izin veren düzenlemelerde daha fazla değişiklik yapılacağını duyurmuştur. Reformlar ayrıca kadınlar için medeni statü konularında önemli ilerlemeler içeriyordu; böylece bir kadın artık çocuklarının doğumlarını daha önce babaları veya baba akrabalarıyla sınırlı olan medeni statü dairesine kaydedebilir ve ölüm, evlilik, evlenme, veya boşanmadır. Değişiklikler, kadınların eşleriyle birlikte çocukları açısından bir “hane reisi” olarak görülmelerine olanak tanıyarak Suudi kadınların çocukları adına devlet işi yapma becerilerini geliştirmelidir (İnsan Hakları İzleme Örgütü, 2020: 491).

Geleneksel olarak, krala resmi bir danışma organı olan ve sınırlı yasama yetkisine sahip olan Meclis el-Şura'nın (Suudi Arabistan Danışma Meclisi) üyeleri olarak yalnızca erkekler hizmet edebilmektedir. Eylül 2011'de Kral Abdullah, Meclis-i Şura'da kadınların atamaları yapabileceklerini duyurmuştu ve bu da 2013'teki kraliyet kararnamesinde resmi olarak onaylanan ve kadınlara mecliste 30 sandalye verilmiştir. Ayrıca kararname, bundan böyle Meclis el-Şura'daki koltukların en az beşte birine kadınların sahip olması gerektiğini belirtiyordu (Anishchenkova, 2020: 185). Aynı zamanda, kadınların siyasete katılımı hala sınırlıdır, ancak kadınlara 2015'ten itibaren belediye meclislerinde sandalyeye çıkma izni verilmiştir. Ve Suudi Arabistan'da kabine düzeyinde bir görevde tek bir kadın yoktur (Anishchenkova, 2020: 187).

Şu anda, Suudi Arabistan düzenlemeleri bir kadının erkeklere göre paralel bir konumda olma becerisini hâlâ sınırlar. Örneğin Suudi Arabistan'daki istihdam yapısı bunun mükemmel bir örneğidir çünkü Suudi Arabistan işgücünün muhtemelen sadece% 15'i kadınlardan oluşmaktadır (Khan ve Khan, 2020: 25). Bununla birlikte, Suudi siyaseti, kadınların araba kullanmasına izin verildiği için bir açıklığa tanık olmakta ve 4 Haziran 2018'de Suudi kızı Ahlam Al-Thunayan, Suudi bir kadın için ilk ehliyetini almıştı ve fotoğrafı Twitter hesabında paylaşmıştır. Suudi hükümetine bu rüya gerçeğe dönüştüğü için minnettarım. Bu kararla Suudi Arabistan, dünyada kadınların araba kullanmasını yasaklayan tek ülke statüsünden çıkmıştır (Bonvillain, 2020: 414). Suudi Arabistan hükümeti 2019'da kadınların orduda daha yüksek rütbelere için çalışmaya başlayabileceklerini açıklamıştır (Khallej Times, 2019: 2). Veliyaht Prens Muhammed bin Salman daha önce kadınlara getirilen kısıtlamaları hafifletmek için emirler vermiştir. En önemli reformlarından Suudi kadınlara ülkenin ulusal gününe katılma izni verilmiş, ayrıca 2018'de Suudi Arabistan'daki kadınlara ülke tarihinde ilk kez profesyonel bir futbol maçına katılma izni verilmiştir (Bonvillain, 2020: 427).

2.1.5.3. Ürdün'de Kadın Hakları

Ürdün, son yıllarda kadın hakları ve kadınların güçlendirilmesi ve toplumdaki statüsünün yükseltilmesi ile ilgili önemli başarılar görmüştür. İşyerine, eğitime ve siyasete giderek daha fazla girmenin yanı sıra, kadınlar son zamanlarda bazı yasalarda yapılan değişikliklerde temsil edilen, Parlamento'da kadınlar için bir koltuk kotası (kadınlar için parlamentodaki koltuklarının% 10'u) dahil olmak üzere bir dizi hak elde ettiler ve eş tarafından başlatılan boşanma, çok eşlilik ve yasal evlilik yaşının yükseltilmesine ilişkin hükümler (Arap Kadın Örgütü, 2019: 4). Ürdünlü kadınların siyasi partilere katılımı 1950'lere kadar uzanmaktadır. Ancak, siyasi aktivizm 1957 ile 1992 arasındaki dönemde durma noktasına gelmiştir. 1992'de yeni Siyasi Partiler Yasası kadınlara siyasi partilere katılma hakkı tanımıştır. O zamandan beri kadınlar siyasi partilerin kurucu ve aktif üyeleri haline gelmişti, ancak bu partilere katılan kadın sayısı düşük kalmaktadır (Al-Atiyat, 2003: 60).

Ürdün'deki kadınlar, Bakanlar Konseyi'ndeki bakan pozisyonu aracılığıyla Yürütme Otoritesine katılırlar. Demokratik dönüşümden bu yana bir kadının bu konuma ilk kez ulaşması, Bayan Rima Khalaf'ın 1993 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanı olarak atanmasıydı. Bu atama özellikle önemlidir, çünkü bir kadın ilk kez böyle bir kadın almıştır. Bir yıl sonra, Bayan Khalaf Planlama Bakanı olarak atanırken, Sosyal Kalkınma Bakanlığı 1995 yılında Bayan Salwa Al Masri'ye emanet edildi, ilk kez aynı kabinde iki kadın görev yapmıştır (Al Shalabi ve Al-Assad, 2012: 224-225). Uluslararası Çalışma Örgütü'ne göre 2019 yılında Ürdün, kadınların doldurduğu yönetici pozisyonları açısından dünyada ilk sırada yer almaktadır (ILO, 2020: 3).

Ürdün yasaları, kadınların siyasi haklarına ve Ürdün devletinde yüksek mevkiler elde ederek oynayabilecekleri role özel önem vermiştir. Bu, Ürdün'de yürürlükte olan yasal vakıflar tarafından, özellikle de kadın ve erkekleri haklar ve görevlerde eşit kabul eden 1952 Anayasası tarafından açıklığa kavuşturulmuştur (Al-Shalabi, 2000: 3). Ürdün'ün Kadınların Siyasi Haklarına İlişkin BM Sözleşmesi, Kadınlara yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Ortadan Kaldırılmasına İlişkin BM Sözleşmesi (CEDAW) ve Medeni ve Siyasi Haklar Uluslararası Sözleşmesi (Buna ek olarak, Sürdürülebilirlik Kalkınma Hedefleri (SKH'ler) ve Pekin Eylem Platformu (BPFA) (Parlamentolar Arası Birlik, 2007: 48) doğrultusunda cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini ilerletmek için taahhütlerde bulunulmuştur. Kadına Yönelik Şiddet (Kadına Yönelik Şiddet) hakkında kapsamlı bir yasa, ancak bölgede aile içi şiddetle ilgili bir yasa çıkaran ilk ülkeydi. Aile Koruma Yasası (6/2008 sayılı Yasa) aile içi şiddeti tanımlar ve

önlemek için yasal bir çerçeve ortaya koyar (Abu Zayd, 2014: 59) Medeni Kanun uyarınca, Ürdün'deki kadınlar, arazi ve arazi dışı varlıklara sahip olma ve bunları elden çıkarma, finansal sözleşmeler yapma ve kocalarının veya bir erkek vasinin izni olmadan kredi başvurusunda bulunma konusunda erkeklerle aynı haklara sahiptir (The Jordan National commission for Women, 2018: 31).

Ürdün'ün vatandaşlık yasasının 9. Maddesi, Ürdünlü olmayan eşlerle evli olan Ürdünlü kadınların eşlerine ve çocuklarına vatandaşlıklarını aktarmalarına izin vermemektedir. 2014 yılında yetkililer, Ürdünlü kadınların vatandaşı olmayan çocuklarının temel ekonomik ve sosyal haklara erişimindeki kısıtlamaları hafifletmeyi amaçlayan bir kabine kararı yayınlamıştı, ancak bu gevşeme beklentilerin altında kalmıştır. 2019'da, ülkenin çalışma yasasının elden geçirilmesinin bir parçası olarak yetkililer, Ürdünlü kadınların vatandaşı olmayan çocuklarını çalışma izni şartlarından muaf tutmuştur (İnsan Hakları İzleme, 2020: 321).

2.2. Orta Doğu'da Kadınlara Yönelik Online Nefret Söylemi

Kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemi, bir Cinsiyet Temelli Şiddet (GBV) biçimidir ve çevrimiçi taciz, çevrimiçi takip, rıza dışı görüntü istismarı ve rıza dışı sözler gibi farklı çevrimiçi şiddet türlerini kapsar (Khosrow-Pour, 2020 : 592). Bu çeşitli şiddet biçimlerinin dahil olduğu sosyal medya platformları, sosyal medya (ör. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn), arama motorları (ör. Google), mesajlaşma hizmetleri (ör. Whatsapp, Facebook Messenger, Snapchat, WeChat veya Skype), bloglar, arkadaşlık siteleri ve uygulamaları, çevrimiçi video oyunlarının sohbet odaları (Bock, 2012: 1). Çevrimiçi alanlar, geleneksel olarak kadınların hoş karşılanmadığı ve tehdit altında olduğu kamusal alanı yansıtır ve genel olarak görünürlüğü olan, görüşlerini öne süren, iktidara gelen, seslerini duyuran, normlara meydan okuyan veya sadece kesişen kimliklerini savunan kadınların nefret söyleminin hedefi olduğu kamusal alanı yansıtır (Inter-Parliamentary Union, 2016: 2-6).

Son on yıl internetin ve yeni teknolojilerin kolaylaştırdığı siyasi hareketlerin ortaya çıkmasına tanık oldu. Son zamanlarda, #MeToo hareketi Twitter'da çevrimiçi olarak kıvılcımlandı ve milyonlarca kadının hayatını değiştirirken çok kısa bir sürede tüm dünyaya yayıldı. Hashtag en az 85 ülkede trend olmuştur ve #MeToo'nun çevirileri Orta Doğu'daki Arapça konuşanlar tarafından paylaşılmıştır (#أنا_كمان veya #أنا_ايضا) (Fouberg ve Murphy, 2020: 441).

2017'de tüm dünyada kadın hakları konusunda yaşanan aksaklıklara rağmen, en heyecan verici reformlardan bazıları ve olumlu ivmeler Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da ortaya çıktı. Öneğin Tunuslu kadınların şiddete karşı yeni korumaları olmuştur (Holt, 2021: 187). Körfez'deki göçmen ev işçileri yeni işçi korumaları ile silahlandırılmıştır. Ek olarak, Suudi Arabistan'ın kadınlara araç kullanma yasağı kaldırılmıştır (Stephan, ve Charrad, 2020: 354). Bu Orta Doğu'daki kadınlar için heyecan verici bir dönemdir, ancak bölgede kadınların insan haklarına giden yol uzun sürüyor. İnsan Hakları İzleme Örgütü raporuna göre, bölgedeki değişiklikler, çabaları nedeniyle taciz, gözdağı ve hapisle karşılaşan kadın insan hakları savunucuların sebep ile yaşanmıştır. Ürdün ve Lübnan'daki olumlu gelişmeler, tecavüz-evlilik beraat yasalarını yürürlükten kaldırdı ve ardından Mısır'ın benzer hamleleri izlendi (Oudenhoven ve Oudenhoven, 2018: 66). Bu sömürge dönemi kalıntıları, tecavüzcülerin kurbanlarıyla evlenirlerse kovuşturmadan kaçmalarına izin vermişti. Bununla birlikte, Bahreyn, Irak, Kuveyt, Suriye ve Filistin, Latin Amerika ve ötesindeki ülkelerde olduğu gibi, kitaplarda hala bu yasalara sahiptir (Human Rights Watch, 2021: 425).

Orta Doğu'da insanlar, cinsiyetleri ne olursa olsun haklarını protesto etmek için dışarı çıktılar (Al-Khowaildi, 2011: 220). Ancak, özellikle kadınların çıkışı genel olarak halk tarafından kabul edilemezdi, bu da sosyal medyadaki nefret söyleminin kamusal tartışmalarda sesini yükseltmeye cesaret eden kadınları susturmasına neden oldu (Buni ve Chemaly, 2014: 4). Anlattıkları gibi, kadınların yapacak bir şeyleri yok, bu da onların haklarını protesto etmek için sokaklara çıkmasına neden olmuştur <http://www.radionisaa.ps/article/10852/> (erişim tarihi: 21.06.2020). Bu açıklama, bu tür taleplerin sadece erkekler tarafından yapıldığına inanan kadınlardan olduğu kadar erkeklerden de gelmiştir.

Ürdün'de sosyal medya, insanların görüşlerini özgürce ifade edebilecekleri, ancak çevrimiçi Nefret Söyleminden en çok risk altındaki kişilerin nasıl korunacağı da dahil olmak üzere ek zorluklar için kapıyı açan bir açık alan sağlayarak birçok fırsat getirdi (UNESCO, 2015: 87). Sosyal medyanın muazzam nüfuzu ve kullanıcıların gönderdikleri ve aldıkları bilgilerin seçimi üzerindeki kontrolü ile karakterize edilen doğası, ifade özgürlüğü ile insan onurunu koruma arasındaki dengeyi daha da karmaşık hale getirdi (Caleb Bissinger, 2017: 116). Neyin nefret söylemi olarak tanımlanması gerektiği ve medyanın soruna nasıl yaklaşması gerektiği konusunda uzlaşa sağlanamadığında, Ürdün hükümeti bu şansını ülkenin Siber Suçlar yasasını revize etmek için kullanıyor (Al-Kaisy, 2019: 2).

Suudi hükümeti, Veliaht Prens Muhammed bin Salman yönetiminde krallığı daha açık ve hoşgörülü bir ülke olarak tanıttı. Yine de, yeni bir İnsan Hakları İzleme Örgütü raporu olarak "Onlar Bizim Kardeşimiz Değildir": Suudi Yetkililerin Nefret Söylemi “ayrıntılarında, Suudi yetkililer başkalarına karşı nefret ve ayrımcılığa kışkırtmaya sadece izin vermekle kalmayıp propaganda etmeye devam ediyor (Human Rights Watch raporu, 2017: 39).

2011'den bu yana Mısır'daki siyasi ayaklanma, medyadaki nefret söyleminin giderek artan bir şekilde kültürel, mezhepsel ve siyasi gündemlerin peşinden gitmeye ve aktivistlere, siyasi tartışmalara ve sivil topluma katılmak isteyenlere karşı ayrımcılık yapmaya alışmasıyla aynı zamana denk geldi (Ethical Journalism Network, 2017: 7).

Dünyanın geri kalanı gibi, Orta Doğu'daki birçok nefret söylemi kadın gazetecilere, blog yazarlarına ve aktivistlere sırf kadın oldukları için yöneltiyor (Mijatović, 2016: 10). Bir kadın çevrimiçi olarak konuştuğunda, bazı insanlar onu susturmaya veya onu belirli bir dijital alandan çıkarmaya çalışmak için nefret söylemi kullanır (Mantilla, 2015: 139). Yazar bir kadın olduğunda genellikle cinsiyetine, ırkına / etnik kökenine ve cinselliğine saldıran nefret söylemiyle karşı karşıya kalır (Mijatović, 2016: 1). Orta Doğu'da her kökenden kadın, seslerini kullanma ve istedikleri gibi kendilerini ifade etme hakkına sahiptir. Nefret söylemi bu hakkın ihlalidir. Bu tür şiddete başvuran pek çok kişi, saldırılarının kadınların ifade özgürlüğünü nasıl kısıtladığını görmezden gelerek, kendi ifade özgürlüğü hakları konusunda çok sesli olmaktadır. Nefret söylemi ifade özgürlüğü değildir ve çevrimiçi ifade özgürlüğünü desteklemek için çalışan herkes, nefret söyleminin kadınlar için bu hakkı nasıl etkilediği konusunda endişelenmelidir.

2.3. İfade Özgürlüğü ve Nefret Söylemi

Bir hak olarak ifade özgürlüğü, aslında tüm insanların özgürlüklerinde ve haklarında eşitlik fikrinden uzak durmaktadır (Patrick, 2001: 136). Bu hak, çerçeve hakkı olarak nitelendirilir. Tezahürleri, fikir özgürlüğü ve bireysel görüş özgürlüğünden kurumsal basın özgürlüğüne kadar uzanmaktadır. Fikir özgürlüğü mutlak bir medeni haktır, yani hiç kimse insan düşüncesini tehlikeye atamaz veya sınırlayamaz, oysa fikir ifade özgürlüğü siyasi bir hak olarak değerlendirilir (Michelman, 2020: 196).

İfade özgürlüğü gibi, her bireyin ayrımcılık ve şiddetten korunma hakkı da temel insan haklarıdır (Bisset, 2020: 27). Özellikle, Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nin 20 (2) Maddesi, 'ayrımcılığa, düşmanlığa veya şiddete tahrik oluşturan her türlü ulusal, ırksal veya

dini nefretin savunulmasının kanunla yasaklanmasını' 'öngörmektedir (Petersen ve Kayaoğlu, 2019: 129). Dolayısıyla ifade özgürlüğü, başkalarına karşı şiddeti, nefreti veya ayrımcılığı kışkırtmayı amaçlayan ifadeyi korumaz (Moeckli vd., 2014: 230). Buna göre, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, 'bazı demokratik toplumlarda hoşgörüsüzlüğe dayalı nefreti yayan, kışkırtan veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini cezalandırmanın veya hatta engellemenin gerekli görülebileceğini' doğrulamıştır (Iglezakis, 2017: 103).

İnternet, insanlara taciz, hakaret ve aynı zamanda nefret söylemi yağdırmalarına izin verir. Bu, insan ahlaksızlığına ışık tutan yeni bir gerçekliktir (Muir ve Criddle, 2011: 234). Geleneksel uluslararası hukukun tanımlamadığı kısa bir ifade olan “nefret söylemi”, çifte belirsizliğe sahiptir ve belirsizliği ve anlamı konusunda fikir birliği eksikliği, çok çeşitli yasal ifade üzerindeki ihlalleri mümkün kılmak için kötüye kullanılabilir (Hoffmann ve Hawkins, 2015 : 235). Pek çok Hükümet, siyasi düşmanlara, inanmayanlara, muhaliflere ve eleştirmenlere saldırmak için "sahte haberleri" kullandıklarına benzer şekilde "nefret söylemi" kullanır. Bununla birlikte, ifadenin zayıflığı ("sadece konuşma"), hükümetleri ve şirketleri, savunmasız kişilere karşı şiddeti veya ayrımcılığı kışkırtan türden konuşma veya marjinalleştirilmişlerin susturulması gibi gerçek zararları ele almaktan alıkoymuyor gibi görünüyor (UN Secretary-General Raporu, 2019: 4). Bu durum, genellikle yaygın çevrimiçi istismar algılayan bir toplumda hayal kırıklığına yol açar. 1) Nefret söylemi konusu zorluklarla doludur. Özellikle bir kişinin nefret söylemi değerinin meşru bir görüş ifadesiyse, nasıl tanımlanmalıdır? Ve en önemlisi, tanımlamayı kim yapıyor?

Uluslararası insan hakları hukukuna göre, nefret söyleminin sınırlandırılması iki değer kümesinin uzlaşmasını gerektiriyor gibi görünüyor: savunmasız topluluklara yönelik saldırıları önleme ve tüm bireylerin kamusal hayata eşit ve ayrımcı olmayan katılımını sağlama zorunluluğuyla birlikte açık tartışmalara, bireysel özerkliğe ve kalkınmaya izin veren demokratik toplumun gereksinimleridir. 2). Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nin 19 (1) Maddesi, müdahale olmaksızın fikir sahibi olma hakkını korur. Madde 19 (2), ifade özgürlüğü hakkını, yani herhangi bir medya aracılığıyla sınırdan bağımsız olarak her türlü bilgi ve fikri arama, alma ve verme hakkını garanti eder. Küresel ve bölgesel çok sayıda başka antlaşma, ifade özgürlüğünü açıkça korumaktadır (United Nations Raporu, 2011: 1)

Sözleşme'nin uzman izleme organı olan İnsan Hakları Komitesi, bu özgürlüklerin “kişinin tam gelişimi için vazgeçilmez koşullar olduğunu ve her özgür ve demokratik toplumun

temel taşıını oluşturduğunu” vurguladı. "Çok çeşitli diğer insan haklarından tam olarak yararlanılması için bir temel oluştururlar" (UN Human Rights Committee Raporu, 2011: 5-6) Bununla birlikte, Uluslararası Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi'nin 19 (3) maddesi ifade özgürlüğüne belirli kısıtlamalara izin vermektedir. Bu maddenin 2. fıkrasında belirtilen hakların kullanılması, özel görev ve sorumlulukları beraberinde getirir. Bu nedenle belirli kısıtlamalara tabi olabilir, ancak bunlar yalnızca kanunla öngörüldüğü ve aşağıda gösterildiği gibi gerekli olacaktır (UN Secretary-General Raporu, 2019: 5) :

1. Başkalarının haklarına veya itibarlarına saygı için.
2. Milli güvenliğin, kamu düzeninin, kamu sağlığı ve değerinin korunması için.
3. Gizli olarak alınan bilgilerin ifşasını önlemek için.
4. Yargıçların otoritesini ve tarafsızlığını korumak için.

1969'da yürürlüğe giren Her Türlü Irk Ayrımcılığının Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Uluslararası Sözleşme'nin (ICERD) de nefret söylemi biçimlerinin kavramsallaştırılması için çıkarımları vardır. ICERD, aşağıdaki açılardan ICCPR'den farklıdır (UN Human Rights, 1969: 1-9): Birincisi, nefret söylemi kavramsallaştırması, özellikle ırk ve etnisiteye atıfta bulunan söylemlerle sınırlıdır. İkinci olarak, 4. maddenin (a) fıkrasında taraf devletlerin: Irk üstünlüğüne veya nefrete dayalı her türlü fikir yayılmasını, ırk ayrımcılığını kışkırtmayı ve herhangi bir ırka veya başka renk veya etnik kökene karşı bu tür eylemlere yönelik her türlü şiddet veya kışkırtma eylemini, finansmanı da dahil olmak üzere ırkçı faaliyetlere her türlü yardımın sağlanması, kanunen cezalandırılacak bir suç olarak ilan etmelidir (UN Human Rights, 1969: 2). Özellikle, cinsiyete dayalı nefret söylemi (ayrımcı eylemlerden farklı olarak) uluslararası hukukta derinlemesine kapsamamaktadır. 1981 yılında yürürlüğe giren Kadınlara yönelik Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW) (Iginio vd., 2015: 34), devletlere kadınlara yönelik ayrımcılığı kınama ve cinsiyete dayalı şiddet eylemlerini “önleme, soruşturma, kovuşturma ve cezalandırma” yükümlülükleri getirmektedir (Basu vd., 2020: 195).

Önceki uluslararası anlaşmalar şu şekilde özetlenebilir: İfade özgürlüğü, kişinin ne isterse onu söyleme hakkıdır. Akıl ve nesnellik disiplinleri tarafından sınırlandırılmamıştır. Gerçek doğruluk gerektirmez. Ve bu (ifade özgürlüğü) nefret söylemiyle sınırlıdır. STOP HATE UK organizasyonuna bağlı olarak ifade özgürlüğü ile nefret söylemi arasındaki fark aşağıdaki Tabloda göz ardı edilebilir:

Tablo 2. 3 İfade özgürlüğü ile nefret söylemi arasındaki fark.

İfade özgürlüğü	Nefret söylemi
Açık tartışma yoluyla fikir paylaşımıdır.	Kötü niyetli belirli grupları hedeflemektir.
Birbirlerinin bakış açılarını değiş tokuş etmenin, öğretmen, öğrenmenin ve meydan okumanın bir yoludur.	Bireysel kimliği hakkında hakaretler.
Tartışmalar	İrkçilik
Konuşma	Cinsiyet ayrımı
Eğitim	Homofobi Yabancı düşmanlığı
Eleştiri	İslamofobi
Deneyimlerin paylaşımı	Antisemitizm

Kaynak: (<https://www.stophateuk.org/difference-between-online-hate-and-free-speech/> (erişim tarihi: 09.03.2020).

Nefret söylemine değinmek, ifade özgürlüğünü kısıtlamak veya yasaklamak anlamına gelmez. Nefret söyleminin, özellikle uluslararası hukuk tarafından yasaklanan ayrımcılık, düşmanlık ve şiddete tahrik olmak üzere daha tehlikeli bir şeye yükselmesini engellemek anlamına gelir. Dolayısıyla ifade özgürlüğü ile nefret söylemi arasında bir çizgi olduğunu söyleyebiliriz. Nefret söylemi, ifade özgürlüğünüz bir başkasının özgürlük hakkına karşı çıktığında başlar.

2.4. Kadınlara Yönelik Nefret Söylemini Durdurma

İfade özgürlüğü ile sınırlamaları dengelemeye veya nefret söylemi etrafında durmaya ilişkin çeşitli görüşler, bölgesel insan hakları belgelerinde belirgin bir şekilde ifade edilmektedir. Bu belgeler, evrensel erişimli antlaşmalarda belirtilmeyen bölgesel özellikleri yansıttığı için uluslararası anlaşmaları tamamlar (Iginio vd., 2015a : 35). Bölgesel araçlar, insan haklarının korunmasını sağlamada özellikle etkili olabilir. Bununla birlikte, bölgesel insan hakları belgeleri, yerleşik uluslararası normlarla çelişmemeli ve temel haklara daha güçlü sınırlamalar getirmemelidir. Çoğu bölgesel belgelerde nefret söyleminin yasaklanmasını öngören özel maddeler yoktur, ancak bunlar daha genel olarak devletlerin ifade özgürlüğünü

sınırlandırmalarına izin verir - bu hükümler belirli davalara uygulanabilmektedir (Iginio vd., 2015: 35).

Uluslararası ve bölgesel yasal araçlar, hakları geliştirme ve koruma görevleri kapsamında nefret söylemini ele alır; bu, ifade özgürlüğü hakları ile haysiyet, eşitlik ve güvenlik hakları arasında denge kurmayı içerir (Iginio vd., 2015b: 27). Nefret söylemi eski bir fenomendir. Yine de, anonim ve bilinen faillere kendilerini ifade etme konusunda neredeyse sınırsız özgürlük verildiği ve mevzuat henüz bu konuyu ele alamadığı için İnternet hem kamusal hem de özel alandaki genişlemesini kolaylaştırdı (Bradford, 2020: 156). Avrupa Komisyonu ve Yüksek Temsilci Federica Mogherini'ye göre: “Kadına yönelik şiddet tüm insanlığa yönelik şiddettir ve dünyada yeri olmamalıdır. Ancak, kararlılığımıza rağmen, bu mücadeleyi kazanmaktan hâlâ çok uzak olduğumuzu biliyoruz (European Commission, 2019: 2). Kadına yönelik şiddet her yerde var. Evlerinde, iş yerlerinde, okullarda ve üniversitelerde, sokakta, yerinden edilme ve göçmenlik sırasında ve siber şiddet ve nefret söylemi yoluyla giderek daha fazla çevrimiçi ortamda hedef alınmaktadırlar (European Commission, 2019: 1).

Avrupa Konseyi Gençlik Dairesi Tarafından 2015 Yılında Gerçekleştirilen Çevrimiçi Ankette, Katılımcıların% 83'ü Çevrimiçi Nefret Söylemiyle Karşılaştıklarını Bildirdiler. Müslümanlar, Göçmenler ve Kadınlar Çevrimiçi Nefret Söyleminin İlk üç Hedefi Olarak Belirlendi (Titley, 2015: 18). Bu ankete göre özellikle kadınlara yönelik nefret söylemleri var. Bu da kadınlara yönelik elektronik şiddet uygulandığı anlamına geliyor. Ayrıca, BİRLEŞMİŞ MİLLETLER ile ilgili olarak, nefret söylemi münferit bir fenomen veya toplumun kenarındaki birkaç kişinin sesi değildir. Nefret, hem liberal demokrasilerde hem de otoriter sistemlerde ana akıma doğru ilerlemektedir (Guterres, 2019: 1). İnternette görünürlüğü olan kadınlar orantısız miktarda nefret söylemi alırlar ve statükoyu korumakla ilgilenenler şiddetin kadınları susturacağına ve onları çevrimdışı duruma getireceğine inanırlar (Biocca ve Levy, 2013: 363). Daha da açıklığa kavuşturmak gerekirse, 1993 yılında BM Genel Kurulu tarafından yayınlanan Kadına Yönelik Şiddetin Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Bildiri, kadına yönelik şiddeti “fiziksel, cinsel veya ister kamusal ister özel hayatta olsun, bu tür eylemlerin tehditleri, baskı veya özgürlüğünden keyfi olarak mahrum bırakma dahil, kadınlara yönelik psikolojik zarar veya acı “ olarak tanımlar (UN Human Rights Raporu, 1993: 2).

Nefret söylemi aşağıdaki nedenlerden dolayı yasaklanmalı:

1. Psikolojik Hasar ve Kendinden Nefret: Nefret söylemini yasaklamak veya en azından kısıtlamak için sık sık alıntılanan nedenlerden biri, bu söyleminin bu tür propagandanın saldırısına uğrayan gruplara verdiği psikolojik zarardır. İnsanların günlük deneyimleri onlara saygı görmediklerini veya başkalarıyla aynı haysiyet veya nezaket gösterilmediğini söylerse, sonunda kendi öz değerlerinden şüphe etmeye başlayacaklardır (Clark, 1989: 63-64). Araştırmalar gösteriyor ki, olumsuz mesajların zamanla birikmesi, nefret söylemi mağdurları veya hedefleri arasında nefrete neden olabilir (Kovel, 1970: 195). Daha da kötüsü, nefret söylemi mağdurları yapılan suçlamalara inanmaya başlayabilirler (Allport, 1979: 107).
2. Nefret Söylemi Kadınları ve Azınlıkları Susturur: Sezgiye aykırı gibi görünse de, kamusal söylemde nefret söyleminin devam eden, kontrol edilmeyen varlığının aslında kadınlar, azınlıklar ve bağınaz konuşmalar tarafından hedef alınan diğerleri üzerinde susturucu bir etkisi olabilir. Nefret söylemi, bu bireyleri devam eden kamusal tartışmaya katılmaya teşvik etmekten ziyade, bu bireyleri karşılaştıkları çeşitli ayrımcılık biçimlerine karşı konuşma yapmaktan caydıran bir ortam yaratarak kadınlardan ve azınlıklardan gelen konuşma veya ifade miktarını sınırlayabilir (Ring, 2013: 33).
3. Yasadışı Ayrımcılığa Neden Olur: Nefret grubu web sitelerinin çoğalması ve Google'ın YouTube'u gibi sosyal ağ sitelerinde nefret söyleminin kadınlar üzerinde çok gerçek etkileri vardır. Bu bakış açıları ne kadar geniş tutulursa, özellikle işyerinde kadınlara ve azınlıklara karşı ayrımcılığa uğrama olasılığı artar (Weinstein, 2018: 54).
4. Nefret Söylemini Korumak, On Dördüncü yasa değişikliği ile Tutarlıdır: Nefret söyleminin yasaklanması lehine gösterilen bir başka neden de, nefret söyleminin sadece varlığının On Dördüncü tadilat ile belirlenen eşitlik ilkesiyle çelişmesidir; bu, hiçbir devletin "herhangi bir kişiyi yaşamdan, özgürlüğünden veya mülkiyetten, gerekli süreçler olmaksızın mahrum bırakmayacağını" söyler. yasa; ne de kendi yetki alanı içindeki herhangi bir kişiye yasaların eşit şekilde korunmasını inkar edemez. " Dolayısıyla, On Dördüncü yasa değişikliği ayrımcılıkla mücadele ilkesini içeriyorsa, ırksal eşitsizliği destekleyen ve daha da sürdüren her şey düzenlenmelidir (Heyman, 1996: 124).

Özet olarak; sosyal medyada nefret söylemiyle ilgili sessiz kalınırsa milyonlarca kadın psikolojik, duygusal ve fiziksel zarar görmeye devam edecek ve akıl sağlığı ve refahının yanı sıra sosyal ve finansal gelişimleri de etkilenecektir, böylece bir bütün olarak topluma mal

olacaktır. Toplum kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemini durdurmak için harekete geçmediği için (UNSA, 2019: 27), faillerin kadınları çevrimiçi kamusal alanlarda zorbalık yapmasına ve susturmasına, kadınları şiddet içeren durumlara çekmesine, onları depresyona sürüklemesine ve hatta kendine zarar vermesine izin verilmemeli. Nefret söyleminin demokratik değerler, sosyal istikrar ve barış için bir tehdit olduğunu söylemek mümkündür. Prensip olarak, her fırsatta nefret söylemleriyle karşılaştığımızda müdahale etmek zorunda olunmalı. Nefret söylemine değinmek, ifade özgürlüğünü kısıtlamak veya yasaklamak anlamına gelmez. Nefret söyleminin, özellikle uluslararası hukuk tarafından yasaklanan ayrımcılık, düşmanlık ve şiddete tahrik olmak üzere daha tehlikeli bir şeye yükselmesini engellemek anlamına gelir. Bu nedenle, dünya çapında barışı, güvenliği ve istikrarı korumak için kadınlara yönelik nefret söylemiyle mücadelede ilerlemek gerekmektedir.

Orta Doğu’da insanlar, cinsiyetleri ne olursa olsun haklarını protesto etmek için dışarı çıkmışlardır. Ancak, özellikle kadınların çıkışı genel olarak halk tarafından kabul edilemez, bu da sosyal medyadaki nefret söyleminin kamusal tartışmalarda sesini yükseltmeye cesaret eden kadınları susturmasına neden olmuştur. Bu açıklama, bu tür taleplerin sadece erkekler tarafından yapıldığına inanan kadınlardan olduğu kadar erkeklerden de gelmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde, araştırma için verilerin nasıl toplandığı ve toplanan verilerin analizinde hangi metodolojinin kullanıldığı ayrıntılı olarak sunulmuştur. Çalışma için toplanan veriler, Mısır, Ürdün ve Suudi Arabistan'daki kullanıcılar için Twitter'da Arapça olarak kullanılan 5 özel kelimeye (evde kalmış, evlenmemiş, yeriniz mutfakta, sen bir kızsın ve aklı noksandır) bakarak ve takip ederek Twitter gönderilerine odaklanılmıştır.

Bu kapsamda yukarıdaki kelimelerin yer aldığı Twitter gönderileri (tweetler) toplanmıştır. Twitter, iki haftadan eski tweetleri toplamak için otomatik yazılım araçları sağlamadığından, veri setini toplamak için Brandmentions platformu, Twitter API (Twitter Data for Academic Research) ve Twitter Gelişmiş Arama yöntemleri ve araçları aracılığıyla manuel olarak toplanan veriler kullanılmıştır. Bu arama seçeneklerini kullanarak, bu çalışmanın çerçevesini oluşturmak üzere yalnızca (1 Ocak 2017 - 31 Aralık 2020) Arapça tweetler alınmıştır.

3.1. Araştırmanın amacı

İnternet, bilgi ve veri paylaşımı için sınırsız bir platformdur. Ayrıca, nefret söyleminin yayılmasını kolaylaştıran düşük maliyetli ve yüksek hızlı bir yayma mekanizmasıdır (Liu vd., 2018: 130). Kadınlar internetin olağanüstü olanaklarından yararlanmış olsalar da, aynı zamanda online nefret söyleminin tehdidi altındadır. (UNESCO, 2015: 51).

Araştırmalar, internette görünürlüğü olan kadınların bir miktar nefret söylemi aldığını göstermiştir. Statüyü korumakla ilgilenenler, şiddetin kadınları susturacağına ve onları çevrimdışı duruma getireceğine inanırlar (Giles, 2012: 136). Buna dayanarak ve uluslararası yasalar cinsiyet eşitliğini desteklediğinden, araştırmanın temel amacı, Twitter'dan toplanan verileri kullanarak sosyal medyanın Orta Doğu'da kadınlara yönelik nefret söylemlerini barındırma ve yayma kapasitesine sahip olup olmadığını incelemektir. Bu nedenle; araştırma sorusu şu şekilde formüle edilmiştir:

Araştırma Sorusu: Twitter, nefret söylemi konusunda nasıl bir rol oynamaktadır?

Bu soruyu cevaplamak için, bu araştırma Mısır, Suudi Arabistan ve Ürdün'deki kullanıcılar için Twitter'da Arapça dilinde belirli kelimeler incelenmiştir. Sorunun cevabı aşağıdaki alt sorudan devam edecektir: Alt Soru: Twitter'da bu kelimelerin paylaşımları

kadınlara yönelik nefret söylemi içeriyor mu? Burada, nefret söyleminin unsurlarını ve göstergelerini içeren tweet'leri tespit etmek amacıyla gönderilere daha yakından bakılmıştır. Araştırmanın bu bölümü, nefret mesajlarını diğer mesajlardan ayırmaya izin vermektedir. Dolayısıyla araştırma, Twitter'daki nefret söylemi mesajlarının görünümünü izleyecektir.

Bu araştırmanın araştırma sorularını cevaplamak için söylem analizi ile nitel içerik analizi yapılmıştır. Buna ek olarak, bir online anket tasarlanmıştır. Araştırmaya yön veren araştırma soruları şunlardır:

1. Orta Doğu'daki kadınların son 4 yılda online nefret söylemine ilişkin kişisel deneyimleri nelerdir?
2. Orta Doğu'daki kadınlar arasında online nefret söylemine maruz kalma derecesi nedir?

3.2. Araştırmanın önemi

Sosyal medya'nın artan popüleritesi ve nefret söyleminin bir bütün olarak bireylere, gruplara ve topluma zararlı olabileceği iddiaları göz önüne alındığında, Sosyal medya'nın Orta Doğu'da özellikle kadınlara yönelik nefret söyleminin ifade edilmesini sağlayan bir platformlar olup olmadığını ve nasıl hizmet verdiğini incelemek önemlidir (Nemes, 2002: 194-196), Bildiğimiz kadarıyla, bu araştırma Orta Doğu'da türünün ilk örneğidir. Dahası, bu araştırma, sosyal medyada nefret söylemi hakkında bir yönetici teşhisi sunarak, araştırmacılara, karar vericilere, hatta uluslararası kuruluşlara, hangi konuların incelenmesi gerektiği ve online nefret söylemiyle ilgili hangi konuları ve özellikle orta doğuda kadınlara yönelik nefret söyleminin nasıl yasaklanabileceği konusunda önem teşkil etmektedir.

3.3. Araştırmanın Örneklemi

İkinci bölümde bahsedildiği gibi, Orta Doğu bölgesini tamamen bilimsel bir meraktan ziyade, bölgenin siyasi ve sosyal topografyasını siyasi müdahalelerle uyumlu bir biçimde yeniden kurma tarihi nedeniyle anlamak zordur.

Orta Doğu coğrafi olarak üç bölgeye ayrılmıştır:

1. Aşağıdakileri içeren Bilad al-Sham (Levant) bölgesi: Ürdün, Lübnan, Filistin ve Suriye (Chantawannakul vd., 2018: 72).
2. Arap Körfezi bölgesi: Bahreyn, Irak, Kuveyt, Umman, Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Yemen (Rasul, 2018: 127).

3. Kuzey Afrika bölgesi şunları içerir: Cezayir, Mısır, Libya, Fas, Sudan, Tunus ve Batı Sahra (Oduntan, 2015: 170).

Bu araştırma için Ürdün, Suudi Arabistan ve Mısır aşağıdaki nedenlerle seçilmiştir:

Ürdün, Levant bölgesinde siyasi istikrara tanık olan tek ülke olduğu için seçilmiştir (Choucair, 2006: 3). Suudi Arabistan, siyasi istikrara tanık olduğu için ve aynı zamanda Arap Körfezi bölgesindeki nüfus bakımından en büyük ülke olduğu için seçilmiştir (Edwards, 2014: 36). Mısır ise, sosyal medyanın siyasi ve sosyal hayatta temel bir rol oynadığı bir ülke olması ve aynı zamanda Kuzey Afrika bölgesinde nüfus bakımından en büyük ülke olması nedeniyle seçilmiştir (Sirgy vd., 2019: 57). Türkiye ve İran Arapça konuşmadıkları için hariç tutulmuştur.



Görsel 3. 1 Çalışma alanının konum haritası (google earth.com)

Birkaç yıl önce, sosyal ağ sitesi, Twitter, neredeyse hiç duyulmamıştı. Bununla birlikte, daha sonra zengin ve ünlüler arasında çok popüler olmaya başlamış ve genel nüfustaki kullanıcılarda büyük bir artışa neden olmuştur (Crenna, 2009: 387).

Twitter, kullanıcıların tweet adı verilen gerçek zamanlı mesajlar göndermelerine olanak tanıyan bir sosyal ağ ve mikroblog hizmetidir. Tweetler 280 karakter uzunluğunda olabilmekte ve fotoğraflar, videolar, referanslar ve kaynaklar içerebilir (Sayer, 2019: 128).

Twitter kullanıcıları diğer kullanıcıları takip eder. Birini takip ederseniz, tweet'lerini twitter 'zaman akışınızda- timeline'de' görebilirsiniz. Kendi tweet'lerinizi oluşturabilir veya başkaları tarafından tweet atılan bilgileri retweetleyebilirsiniz. Retweetleme, bilgilerin çok sayıda insanla hızlı ve verimli bir şekilde paylaşılabileceği anlamına gelir <https://help.twitter.com/> (erişim tarihi: 22.07.2020).

Ekonomik ve Sosyal Araştırma Konseyi'ne göre, Twitter şunları yapmanıza izin verir: <https://esrc.ukri.org/> (erişim tarihi: 22.07.2020).

- Tweetler ve retweetler aracılığıyla çok sayıda insana hızlıca ulaşmak.
- Alanınızdaki diğer uzmanların araştırmalarını takip etmek.
- Uzmanlarla ve diğer takipçilerle ilişkiler kurmak.
- En son haberler ve gelişmelerden haberdar olmak ve anında başkalarıyla paylaşmak.
- Yeni kitlelere ulaşmak.
- İşinizle ilgili geri bildirim isteyin ve başkalarına geri bildirimde bulunmak.
- Şahsen katılamayacağınız konferanslar gibi etkinliklerle ilgili tartışmaları takip etmek ve katkıda bulunmak.
- Bir kişi olarak kim olduğunuzu ifade etmek.
- Hashtag kullanarak belirli bir konudaki mesajları tanımlamak.

Hashtag, sosyal medya web sitelerinde ve uygulamalarında, özellikle Twitter'da kullanılan, önünde bir kare işareti (#) bulunan bir kelime veya ifadedir. Kullanıcılar konuları işaretlemek için genellikle hashtag kullanır. Bu, öncelikle tweetlerinin görünürlüğünü artırmak için yapılır (Agarwal vd., 2011: 4). Bu kısa cümleler Twitter'da doğmuştu ve o zamandan beri neredeyse tüm sosyal medya ağlarına yayılmıştır. Yukarıda belirtilen özelliklerinden dolayı, verilerin analizinde bu araştırmada kullanılacak sosyal medya aracı olarak Twitter seçilmiştir.

3.4. Araştırma yöntemi

Twitter verilerinin analizi genellikle zordur. Sosyal medyadan elde edilen veriler genellikle manuel olarak tam olarak analiz edilemeyecek kadar büyüktür ve aynı zamanda genellikle sosyal bilimlerin geleneksel araştırma yöntemlerine uygun değildir. Bu araştırmanın sorularını yanıtlamak için nitel içerik analizi ile söylem analiz yöntemi birleştirilmiştir. Ayrıca, Orta

Doğu'daki kadınların son 4 yılda online nefret söylemiyle ilgili kişisel deneyimlerini öğrenmek için araştırma örnek ülkelerindeki (Mısır, Suudi Arabistan ve Ürdün) kadınlara online bir anket dağıtılmıştır. 2017'nin sonunda sosyal medya platformlarının çoğunun, nefret ve taciz içeren içeriği azaltmak için kurallarında güncellemeleri zorunlu kıldığını belirtmek gerekir.

3.4.1. Nitel İçerik Analizi

İnternette sosyal medyanın ortaya çıkışı, nitel araştırmacılara insanların dış ve iç dünyalarına yeni bir pencere açıyor. Kelimenin tam anlamıyla Twitter ve diğer sosyal medya platformlarında internete her gün akan nitel veri akışı var ve bu veriler indirilebilir, yorumlanabilir ve analiz edilebilir (McKenna vd., 2017: 87).

Araştırmalar, kitle iletişim araştırması alanında içerik analizinin, özellikle dijital veri tabanlarının ortaya çıkmasından sonra son 20 yılda en hızlı büyüyen teknik olduğunu göstermiştir (Macnamara, 2010: 318). Berger (1998, 23) içerik analizini "kitle aracılı bazı popüler sanat formlarının temsili bir örnekleminde bir şeyin miktarını (şiddet, kadınların olumsuz tasvirleri veya her neyse) ölçmeye dayanan bir araştırma tekniği" olarak tanımlar. Anderson ve Kanuka (2003: 174) içerik analizinin e-araştırma için uygun bir yöntem olduğu görüşündedir, ancak "genellikle metin belgelerinin analizi ile ilişkilendirilir ve e-araştırma belgelerinde genellikle e-posta, sohbet veya bilgisayar konferansı transkriptidir". Son olarak, Elo ve Kynga (2008: 107-115), kelimelerin daha az içerikle ilgili kategorilere ayrıştırılmasını mümkün kılarken, verilerin anlaşılmasını geliştirmek için teorik konuları test etmek için içerik analizinin yeteneğinden bahsederler. Yukarıdaki tüm teoriler, temsili bir metinsel örnekleimde nefret söyleminin varlığı gibi bir gerçeği araştırıp ölçerek, daha geniş iletişim alanında ve özellikle bu online iletişim durumunda içerik analizinin ideal rolünü göstermektedir. Ayrıca, içerik analizi uygulandıktan ve içeriğe dayalı kategoriler geliştirildikten sonra, keşfedilen olgu araştırmacı tarafından kolaylıkla tanımlanabilir ve okuyucular tarafından anlaşılabilir (Sevasti, 2014: 33).

Ergens ve Zall Kusek, nitel içerik analizinin, metin verilerinin içeriğinin sistematik sınıflandırma süreci aracılığıyla öznel olarak yorumlanması ve tema veya kalıpların kodlanması ve tanımlanması için bir araştırma yöntemi olduğundan bahsetmektedir (Ergens ve Zall Kusek, 2010: 437). Benzer şekilde Mayring (2000: 2) nitel içerik analizinin "iletişim bağlamında metinlerin ampirik, metodolojik kontrollü analizi, içerik analitik kurallarını takip eden ve adım

adım modelleri, aceleci nicelleştirmeden” yaklaşımı” olduğundan bahseder. Bu nedenle, nitel içerik analizi, kategorilerin tanımlanması ve oluşumuyla sonuçlanması için metin verilerinin sistematik ve aşamalı bir inceleme sürecini gerektirir.

Abed alhamid (1983: 120) kitabında, içerik analizinin kategoriler oluşturmayı ve ardından bu kategoriler belirli bir metin ögesinde kullanıldığında örneklerin sayısını saymayı içerdiğini belirtir. Ancak, nitel içerik analizinin uygulanması bağlamında kategori geliştirmede iki yaklaşım vardır: tümevarımsal ve tümdengelimli yaklaşımlar. İkincisi, temelde önceki teorik bulgulara ve önceki literatüre dayanan rasyonel bir kodlama yolunu izler. Tümevarımsal sınıflandırma süreci, açık kodlama ve soyutlamayı içerir; bu, metin içeriğinin kategorize edilmesinin verileri okurken gerçekleştiği anlamına gelir (Erlingsson ve Brysiewicz, 2017: 94). Batcheri'ye göre (2015: 20), tümevarım prosedürünün ana fikri, dikkate alınan metinsel materyalin yönlerini belirleyen teorik arka plan ve araştırma sorusundan türetilen bir tanım kriteri formüle etmektir. Bu kriterin ardından, materyal üzerinde çalışılır ve kategoriler deneme amaçlıdır ve adım adım çıkarılır. Geri bildirim döngüsü içinde bu kategoriler gözden geçirilir, sonunda ana kategorilere indirilir ve güvenilirlikleri açısından kontrol edilir.

Nitel içerik analizinin kökleri sosyal araştırmaya dayanır. Buna rağmen, içerik analizinin hiçbir biçimi belirli bir bilimle bağlantılı değildir. Sonuç olarak, belirli bir anlam anlayışı yoktur ve kullanılan kavramlar evrenseldir. Niceliksel içerik analizinde, metinden elde edilen gerçekler, anahtar kategorilerin yüzdesi veya gerçek sayıları olarak ifade edilen sıklık biçiminde sunulur (Bengtsson, 2016: 10).

Bu araştırmada, nitel içerik analizi, tümdengelimli ve tümevarımlı sınıflandırma sürecinin bir kombinasyonu izlenerek kullanılmıştır. Bu büyük verinin analizini kolaylaştırmak için bulgulara göre kodlama listesi oluşturulmuştur. Analiz, verilere bakılarak, potansiyel ana ve alt kategorileri belirleyerek, kodlama şeması oluşturarak ve ardından bu kategorilerdeki mesajları konumlandırarak başlamıştır.

3.4.1.1 Kodlama Prosedürü

Nitel araştırmada kodlama, farklı temaları ve aralarındaki ilişkileri tanımlamak için nitel verilerinizi etiketleme ve düzenleme sürecidir (Grinnell, 2018: 403). Creswell (2015: 165) Kodlamanın, nitel metin verilerini, verileri anlamlı bir şekilde bir araya getirmeden önce, ne elde ettiklerini görmek için parçalara ayırarak analiz etme süreci olduğunu düşünmektedir. Kodlama

ihtiyacı basittir: "Metin verileri yoğun verilerdir ve bunları incelemek ve bunları anlamlandırmak uzun zaman alır" (Creswell, 2015: 152). Kodlama, bunu yapmanın, temel indeksleme veya haritalama verilerinin, araştırmacının araştırma sorularıyla bunları anlamasına olanak tanıyan farklı verilere genel bir bakış sağlamak için bir yoldur (Silver ve Lewins, 2014: 17).

3.4.2. Söylem Analiz Yöntemi

Bu tezin zorlu yönlerinden biri verileri yalnızca dilsel olarak değil, aynı zamanda sosyokültürel bağlamda da analiz etmeye uygun metodolojik bir yaklaşımın seçilmesidir. Bu araştırmanın amacının kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemini ve sosyal medyanın bunu teşvik etmedeki rolünü araştırmak olduğunu göz önünde bulundurarak, bu çevrimiçi fenomeni incelemek için feminist bir Söylem Analizi yaklaşımı kullanmaya karar verilmiştir. Bu nedenle, Söylem analizine kısa bir genel bakışın ardından bu bölüm, sosyal medya platformlarının içeriklerinin analizine odaklanarak feminist söylem analizinin temel teorik ilkelerinin bir tanımını sunmaktadır.

Söylem analizi metodolojisi, bu tezde belirtilen hedeflere ulaşmak için seçilen sosyal medya metinlerini toplamak ve analiz etmek için kullanılmaktadır. Kabul edilmesinin gerekçesi, tezin sosyal medya platformlarının genel olarak ve özelde kadınlara yönelik nefret söylemini nasıl kolaylaştırdığını ele almasıdır.

Bu tezde, Orta Doğu'da kadınlara yönelik nefret söylemi başta olmak üzere Mısır, Suudi Arabistan ve Ürdün'deki kullanıcılar için Arapça dili, Twitter'daki belirli kelimeleri incelemek ve izlemek için söylem analizi bir araç olarak seçilmiştir. Söylem analizi, medya ve iletişim çalışmaları ve kültürel çalışmalar dahil olmak üzere çeşitli disiplinlerde bir araştırma metodolojisi olarak benimsenmektedir.

3.4.2.1. Söylem Analizine Kısa Bir Bakış

Söylem Analizi, söylem çalışmasına yönelik eleştirel ve çok modlu bir yaklaşımla karakterize edilen "sorun odaklı, disiplinler arası bir araştırma hareketi" (Fairclough ve Wodak) olarak tanımlanabilmektedir. Dil ve toplum arasındaki, karşılıklı olarak birbirini etkileyen ve iki yönlü bir ilişki içinde şekillendiren içsel, birbiriyle ilişkili ve diyalektik ilişkiyi kabul etmektedir. Aslında, Norman Fairclough ve Ruth Wodak'ın da söylediği gibi: "söylem sosyal olarak kurucu olduğu kadar sosyal olarak da şekillendirilir: durumları, bilgi nesnelerini ve insanlar ile insan

grupları arasındaki sosyal kimlikleri ve ilişkileri oluşturur." Sözcüğün adlandırılmasında, kavramsallaştırılmasında ve anlamlandırılmasında sosyal etki söylemi, onun aynı zamanda gücü ve sosyal eşitsizlikleri temsil etmek, gerçekleştirmek ve dezavantajlı sosyal gruplar üzerinde kontrolü sürdürmek için uygun bir araç olduğunu ima etmektedir.

Dolayısıyla söylem analizinin amacı, bu tür iktidar ilişkilerini eleştirel analiz yoluyla görünür kılmaktır. Söylem analizi cinsiyet, ırk, etnik ve sınıf gibi farklı eşitsizlik eksenleri arasındaki ayrımcılığı sorgulamaktadır ve toplumda iktidarın ve sosyal egemenliğin temsil edildiği söylemsel mekanizmaları (van Dijk, İlkeler) analiz etmektedir ki özellikle kamuoyuna odaklanmaktadır.

Söylem analizi metinde yer alan anlamları dilsel birimler (kelimeler, cümleler vb.) ve sözcüklerin, terimlerin ve kavramların üretildiği ilişkiler yanı sıra tarihsel süreçler ve paradigmaları inceleyerek metinde kullanılan dilin görünen anlamlarını incelemektedir (Güngör, 2013: 242). Bu bağlamda söylem analizi, temelde metodolojik ve kavramsal öğelerden oluşan bir toplumsal yaşama bakış açısıdır. Söylem üzerine düşünme (teorik ve meta-teorik öğeler) ve söylemi detaylandırma biçimi olarak nitelendirilmektedir (Çelik ve Ekşi: 2008: 104).

Sosyal bilimlerde geniş bir kullanım alanına sahip olan söylem analizi, farklı disiplinlerden beslenen bir analiz tekniğidir. Söylem analizi, 1960'lar ile 1970'lerin ortaları arasında disiplinlerarası bir alan olarak ortaya çıkmıştır (van Dijk, 1991: 108). Öncelikle dilbilim alanında ortaya çıkan söylem analizi; Antropoloji, sosyoloji, felsefe, sosyal psikoloji, siyaset bilimi, iletişim gibi çeşitli akademik disiplinlerde yaygınlaşmış ve giderek multidisipliner veya transdisipliner bir yaklaşım haline gelmiştir (Evre, 2009: 107). Disiplinlerarası bir özelliğe sahip olan söylem analizi, toplumdilbilimsel bir çalışma, metin analizi, sosyal analiz ve tüm bu analiz türlerini içeren refleksif veya eleştirel bir analiz olup, dili bir eylem, iletişim biçimi sosyal pratik olarak görme ve yorumlama özelliğine sahiptir (Sözen, 2014 : 79). Ancak söylem analizi, toplumsal bağlamın cinsiyet, statü, güç, etnik köken ve roller gibi çeşitli özelliklerini dikkate alarak metnin ve konuşmanın stilini, tematik yapısını veya kavramsal yorumunu yapmayı içermektedir (van Dijk, 1985: 4 -5).

Söylem analizi tahakkümün metin ve konuşmalarda nasıl yeniden üretildiğini ortaya çıkarmak için söylemin yapılarına odaklanmaktadır (Evre, 2009: 141). Bu bağlamda söylem analizi toplumsal gücün kötüye kullanılması, tahakkümü ve eşitsizliğin toplumsal ve politik metinler ve konuşmalar aracılığıyla yasalaştırılması, yeniden üretilmesi ve karşı koyulması

üzerine çalışan bir tür söylemsel analitik çalışmadır (van Dijk, 2001: 352). Dili bir pratik olarak gören ve inceleyen söylem analizinin temel amacı; bilginin, toplumsal ilişkilerin ve kimliklerin özelliklerini ve bunların değiş tokuşunu ortaya çıkarmaktır; dili bir pratik olarak incelemek ve farklı anlamlarla üretilen bilgi ve bilgi/iktidar kipiyle ilgili yapıları, değişim ve dönüşümlerini ortaya çıkarmaktır (Sözen, 2014: 80).

Söylemi çıkış noktası olarak kabul eden söylem analizi, metin ve konuşmanın anlaşılma ve üretim düzeylerine odaklanarak iktidarın kötüye kullanıldığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır ve bu söylemsel pratiklerin metin ve konuşma içinde nasıl şekillendiğinin genel çerçevesini de ortaya koymaya çalışmaktadır. Toplumsal pratikler temelinde şekillenen söylem, toplumdaki iktidar sahiplerini kendi çıkarları doğrultusunda yeniden şekillendirerek eşitsizliğin üretilmesinde, dolaşımında, doğallaştırılmasında ve meşrulaştırılmasında kullanılmaktadır. Bu bağlamda söylem analizi, metin ve konuşmadaki söylem aracılığıyla sistematik olarak üretilen eşitsizliğe odaklanmaktadır ve bunu ortaya çıkarmak için dilin metin ve konuşmadaki kullanımını ve üretimini analiz etmektedir. Bu bağlamda van Dijk'e (1993: 96) göre söylem analizinin iki ana amacı vardır: İlki, sistematik bir kuramsal ve strateji olarak görülen yazılı ve sözlü söylemin çeşitli düzeylerindeki yapı ve stratejilerin stratejisi hem metinsel bir nesne hem de bir sosyokültürel uygulama ve etkileşim biçimi olarak, betimleyici açıklamadır. İkincisi ise metin ve konuşmanın bu özelliklerini ve bunların bilişsel, sosyal, kültürel ve tarihsel bağlamlarının yapılarıyla ilişkisini ortaya çıkartmadır.

3.4.2.2. Sosyal Medya Platformları için Feminist Söylem Analizinin Temel Yönleri

Feminist Söylem Analizi eleştirel söylem çalışmaları ile feminist teorilerin teorik konularını bir araya getiren bir Söylem Analizi biçimi olarak tanımlanabilir. Michelle Lazar'ın işaret ettiği gibi: Feminist söylem çalışmalarının amacı, bu nedenle, sıklıkla kabul edilen cinsiyetçi varsayımların ve hegemonik güç ilişkilerinin söylemsel olarak üretildiği, sürdürüldüğü karmaşık, incelikli ve bazen çok ince olmayan yolları göstermektir (Pullen, 2017: 112).

Feminist Söylem Analizi, ataerkil ideolojik sistemlerde toplumsal cinsiyete dayalı asimetrixlerin karmaşık söylemsel işleyişini ve bunların ortaya çıkardığı maddi sonuçları araştırmayı amaçladığından, araştırmacılar veri tabanını analiz etmek için üç ana nedenden dolayı bu yaklaşımı seçmektedirler.

Birinci neden, cinsiyeti toplumsal kimliklerin diğer eksenleriyle kesişen, ancak diğer baskı sistemlerinden daha yaygın bir şekilde işleyen bir toplumsal kategori olarak tanımlanmaktadır. Ataerkilliğin ideolojik bir yapı olarak ele alınması Söylem Analizinde zaten yerleşik olsa da, toplumsal kimliklerin temel bir unsuru olarak toplumsal cinsiyeti tanımakta feminist çalışmaların sahip olduğu etkiyi vurgulamak için bu yaklaşımın feminist özgünlüğünü eklemek önem arz etmektedir.

İkincisi, feminist Söylem Analizinin açık sosyal özgürleştirici hedefi, bu tezde analiz edilen kadın düşmanı söylemin eleştirisiyle uyumludur ve toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığın fenomenolojik etkilerini ortaya çıkarmak ve bu tür asimetrilerin üstesinden gelmek için alternatif yollar önermek adına yararlıdır. Bu iki neden, feminist Söylem Analizinin açıkça toplumsal cinsiyet odaklı perspektifiyle daha çok bağlantılıyken, üçüncüsü, genel olarak söylem çalışmalarının çok modlu boyutunda yatmaktadır. Aslında bu yön, nispeten kısa metinlerin resimler, videolar ve hiper bağlantılarla bir arada bulunmasıyla karakterize edilen, sosyal ağların kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerinin analizi için de özellikle uygundur (Peckruhn, 2017: 6-7).

Michelle Lazar'ın feminist söylem pratiğine yönelik önerilerini takiben araştırmacıların feminist Söylem Analizi yaklaşımını seçmelerinin nedenlerini ana hatlarıyla belirledikten sonra, feminist Söylem Analizi'nin özünde yer alan üç unsuru tartışılmaktadır: Birincisi feminist analitik aktivizm, ikincisi toplumsal cinsiyet. ideolojik yapı ve üçüncüsü toplumsal cinsiyet ve güç ilişkilerinin karmaşıklığıdır (Lazar, 2007: 143).

3.4.2.3. Feminist Analitik Aktivizm

Feminist Söylem Analizinin önemli bir özelliği, olumsuz ve olumlu bir söylem eleştirisinin bir arada bulunmasında yatmaktadır ve feminist topluluklarda uzun süredir devam eden meseleler için önemli bir sonucu vardır. Bu iki yönlü açıdan, feminist Söylem Analizi ataerkil toplumsal düzenin olumsuz bir eleştirisini ima eder; bu eleştiri daha sonra daha eşit bir topluma doğru toplumsal bir dönüşümü teşvik etmeyi amaçlayan olumlu bir eleştiri aracılığıyla sorgulanır. Bu özgürleştirici gündem, son otuz yılda bazı toplumlarda feminizmi karakterize eden ve uzun süredir devam eden bir sorunun, yani akademisyenler ve aktivistler arasındaki kutuplaşmanın üstesinden gelmek için faydalı olan pratik ile bir tür akademik aktivizm (Chall, 2004: 152). üretmektedir. Daha spesifik olarak, bu unsur çevrimiçi kadın düşmanlığının

analizinde özellikle değerlidir çünkü akademisyenlerin çevrimiçi nefret söylemiyle hedef alınan kadınlara bu tür tacizi kavramsallaştırarak yardım etmelerine olanak tanır ki bu durum tacizi ortadan kaldırmak için kültürel araçlar geliştirmek için ilk ve gerekli bir adımdır (Bezhanova, 2021: 7).

3.4.2.4. İdeolojik Yapı Olarak Toplumsal Cinsiyet

Daha teorik bir bakış açısıyla feminist Söylem Analizi, toplumsal cinsiyetin ideolojik bir yapı olarak tanınmasına dayanır. Başlangıçta Marksist teoride geliştirilen ideoloji kavramını toplumsal cinsiyet perspektifinden ele almak, “insanları sırasıyla tahakküm ve tabiiyet arasındaki hiyerarşik bir ilişkiye dayalı olarak erkek ve kadın olmak üzere iki sınıfa ayıran bir yapının” varlığını kabul etmek anlamına gelir (Grabham, 2008: 2013). Cinsel farklılığa dayalı bu düzende, Avustralyalı sosyolog Raewyn Connell’in ataerkil pay olarak adlandırdığı ve “erkeklerin kadınların genel olarak tabi kılınmasından elde ettikleri avantaj” (Masculinities 79) aracılığıyla, kadınlar tabi kılınır ve erkeklerden daha az görünür olur. Bu yaygın erkek-merkezciliğe bir örnek, kadınların geleneksel olarak küme düştükleri özel alanı terk ederken hem gerçek hayatta hem de çevrimiçi olarak kamusal alana girdiklerinde karşılaştıkları tacizdir. Bu örnek, feminist aktivizme ve teorilere rağmen, toplumun yapısal ve hegemonik bir cinsiyet ideolojisini sürdürme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu, toplumun katı ve asimetrik cinsiyete dayalı bölünmenin hem kadınlar hem de erkekler tarafından doğal olarak sunulduğu ve kabul edildiği anlamına gelmektedir. En son ifadesi Feminizme Karşı Kadınlar gibi çağdaş toplumda feminist duruşları reddetmeyi amaçlayan sanal eğilimlerin ortaya çıkması ve yayılması olan kadın düşmanlığını kadınların içselleştirmesindeki ataerkil ideolojinin hegemonik doğasının en çarpıcı örneklerinden birisidir (Valenti, 2017: 3).

Bu hegemonik ataerkil ideolojinin anlaşılması, feminist çalışmaların teorik gelişmeleri tarafından yönlendirilmiştir. Aslında feminist ve toplumsal cinsiyet teorilerinin evrimi, toplumsal cinsiyetin sorunsallaştırılmasıyla sonuçlanmıştır. Özellikle, üçüncü dalga feminizmin getirdiği kadınlar arasındaki farklılıkların tanınması, “cinsiyetin ırk/etnisite, sosyal sınıf, yaş, kültür ve coğrafyaya dayalı diğer güç sistemleriyle kesişiminin tanımlanmasını ima etmiştir (Lazar, 2007: 149). Feminist Söylem Analizi, evrenselleştirici bir bakış açısı yerine karşılaştırmalı bir bakış açısı önererek, kadınlara yönelik baskı biçimlerini kendi özel bağlamlarında eleştirel olarak analiz etmektedir. Bu tezde, kadınlara yönelik nefret söylemi çok önemlidir, günümüzde bunu

gündelik 'çevrimdışı' iletişimin diğer herhangi bir biçiminde olduğu gibi, kadın düşmanlığının ırkçılık gibi diğer nefret söylemi türleriyle iç içe geçtiği sosyal medya da deneyimlenmektedir.

3.4.2.5. Cinsiyet ve Güç İlişkilerinin Karmaşıklığı

Feminist Söylem Analizinin son unsuru, çağdaş toplumda cinsiyetçi asimetrilerin farklı sonuçlarının bir arada varlığını dikkate alma ihtiyacıdır. Aslında, toplumsal cinsiyete dayalı ideoloji, günümüzde kamusal ve 'resmi' söylemlerde (örneğin, fiziksel şiddet ve genel olarak kadınları aşağılama) kınanan aleni taciz biçimlerinin hala daha incelikli ve sözde zararsız cinsiyetçilik türlerle bir arada var olduğu daha karmaşık ve katmanlı ayrımcılık üretmektedir. Toplumsal cinsiyet asimetrisinin hem açık hem de incelikli biçimleri, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini sorgulamanın feminist ilkelerine karşı bir tepki olarak daha iyi anlaşılabilir ve her ikisi de ataerkil toplumsal düzende derinden kök salmış bir söylemde hâlâ mevcuttur ve birbirleriyle bağlantılıdır (Spallaccia, 2017: 88).

Böyle bir düzene ne kadar çok meydan okunursa, tepki o kadar güçlü olacaktır ve bu, cinsiyetlendirilmiş söylemsel stratejilerinin gösterdiği gibi, (retro) seksizmden şiddetli kadın düşmanlığına doğru büyük bir kayma ile sonuçlanacaktır. Kadınlar.kendilerini siber dünyada görünür kıldıklarında maruz kaldıkları çevrimiçi tacizin, çağdaş postfeminist duyarlılığın kadınlık standartlarına uymadıkları için hala cezalandırılan kadınlara yalnızca bir özgürlük yanılması verdiğini göstermektedir (Spallaccia, 2017: 91).

3.4.2.6. Örnek Metinlerin Analizi

Çalışmada, Twitter gönderilerindeki 5 kelime analiz edilerek çalışmanın örnek ülkelerinde izlenmiştir. Van Dijk'in söylem analizi yöntemiyle toplamda en çok beğeni alan 30 tweet (her kelime için 2 tweet) analiz edilmiştir. Örnek tweetler mikro ve makro olmak üzere iki aşamada analiz edilmiştir. Mikro yapıda alt başlıklar olarak kelime seçimi, cümle yapıları ve retorik çözümleme; Makro yapıda tematik ve şematik yapıların analizi yer almaktadır. “Dilin kullanımı, söylem, sözlü etkileşim ve iletişim, sosyal düzenin mikro düzeyine aittir. Sosyal sınıflar arasındaki güç, tahakküm ve eşitsizlik tipik olarak makro analiz düzeyine ait terimlerdir” (van Dijk, 2001: 354).

Önce örnek metinlerin tablo formatı gösterilmiş, ardından mikro ve makro düzeyde analizlere yer verilmiştir. Ayrıca tweetlerin tamamı Arapça'dan Türkçe'ye çevrilmiştir.

3.4.2. Anket araştırma yöntemi

Anket Araştırması, araştırmacıların anket yanıtlayanlara gönderdiği anketleri kullanarak araştırma yapma süreci olarak tanımlanır. Anketlerden toplanan veriler daha sonra istatistiksel olarak analiz edilerek anlamlı araştırma sonuçları çıkarılır. (Bhattacharjee, 2012: 73). (Meehan, 2011: 52) Anketlerin, en geniş kitleye ulaşabildikleri ve çok çeşitli konularda veri toplayabildikleri için en tipik veri toplama biçimi olduğu görüşündedir. Reynolds'a göre (2006: 32), online anketler hızlı ve rahattır, sınırsız erişim sağlar, tüm sorulara yanıt arar ve yanıtlar bir veritabanına indirilebilir ve analiz için istatistiksel paketlere taşınabilir. Benzer şekilde Evans & Mathur, (2005: 198), geleneksel kâğıt tabanlı anketlere kıyasla bu tür bir araştırma aracını kullanmanın avantajının, daha büyük bir örneğe erişime izin vermesi, daha düşük idari maliyetlere yol açması ve daha yüksek esneklik ve daha fazla verimlilik sağlamasıdır.

Sir Francis Galton tarafından icat edilen bir anket, katılımcılardan gelen yanıtları standart bir şekilde yakalamayı amaçlayan bir dizi sorudan (maddelerden) oluşan bir araştırma aracıdır (Zheng, 2015: 25). Yapılandırılmış anket soruları, yanıtlayanlardan belirli bir seçim dizisinden bir yanıt seçmelerini isteyen anket soru türlerinden biridir (Gilpatrick, 1999: 91). Anketleri hedef kitleye dağıtım ve geri bildirim ve yorumları sabırla bekleyin- bu anket araştırmasının en önemli adımıdır (Kenett, ve Salini, 2011: 90). Anketin, hedef kitlenin ve bölgelerinin doğası göz önünde bulundurularak planlanması gerekir. Anketler, bu çalışmada yapıldığı gibi maksimum yanıt almak için sosyal medya aracılığıyla paylaşılabilir (Pride, ve Ferrell, 2015: 140).

3.5. Veri toplama süreci

3.5.1. Twitter verileri

Bu çalışmada veri kaynağı olarak Twitter kullanılmıştır. Twitter, verilerine kademeli erişim sağlar ve karşılıklı olmayan arkadaşlık yapısı göz önüne alındığında sosyal medya iletişiminin en açık biçimlerinden biridir ve bu, bire çok iletişime izin vererek onu sahip olduğumuz en yakın sosyal medya eşdeğeri haline getirir (Burnap vd., 2013: 98).

Takip, belirli kelimelere (anahtar kelimeler / hashtag'ler) Twitter'da Arapça dilinde aşağıdaki kelimeleri içeren tweetler içeriyor ve bu kelimeler konuyla ilgilenen Sivil Toplum Kuruluşu (STK) ile tartıştıktan sonra belirlenmiştir:

1. عانس (Evde Kalmış)

Bu kalıp evlenmemiş kadınları işaret etmektedir. Evlenmemiş kadınları evlenmek dışında başka bir amacı olmayan ve diğer alanlarda başarılı ve bağımsız olamayacak gibi göstermeye çalışmaktadır. Özetle, kocası olmayan kadını özellikle 30 yaşından sonra toplum tarafından dışanmaya meğlidir. Aynı durum erkeklerde söz konusu olursa toplum tarafından hiç bir tepki çekmemektedir ve normal olarak karşılanmaktadır. Bu ifade sadece kadınlar için geçerli olan bir kavramdır. Türkiye’de bu anlamda “kız kurusu” ifadesi kullanılır.

2. بايرة (Evlenmemiş)

“BAYRA بايرة”, evlenme yaşında olan ancak hiç evlenmemiş kadını işaret etmektedir. Hiç kimse tarafından istenmeyen, zamanı geçmiş kişi. Anlamı, çorak toprak, hiçbir verimliliği olmayan topraktan gelmektedir. Bu ifade 35 yaşını doldurmuş ve evlenmemiş kadınları için kullanılan bir tanımlamadır.

3. مكانك المطبخ (Yeriniz Mutfakta)

Kadınların başarılı olabilecek tek yerin mutfak olduğunu işaret etmektedir. Buda kadınların sadece ev işlerine uygun olduğunu ve diğer konularda ve kamusal alanlarda görüş öne sürme veya özgürlüklerini talep etme haklarının tanınmadığını göstermektedir.

4. انتي بنت (Sen Bir Kızısın)

Bu ifade kadınları cinsiyetlerinden dolayı aşağılayan ve onlara erkek egemen bir bakış açısıyla yaklaşım için kullanılan bir ifadedir ve buna bağlı olarak bazı sosyal aktivitelerde veya toplumsal hareketlerde yer almasının gerekmediğini işaret etmektedir.

5. ناقصات عقل (Aklı Noksandır)

Aklı noksan kelimesi, kadınları küçümsemek, alay etmek bağlamında kullanıldığına dikkat edilmiştir ve bunun sonucuna kadınları karalamak ve küçümsemek için bir deyim olarak kullanılmıştır. Bu deyim kadınları rasyonel olmaktan uzak, yönetmekten aciz olmakla, meseleleri yargılamada tamamen duygusal olmakla suçlamak için kullanmanın yanı sıra, erkeklere göre aptallık veya düşük IQ ile betimlemektedir.

Genel online nefret söylemi incelemek istediğinde analiz edilen veriler, günümüzün en popüler sosyal medya sitelerinden biri olarak kabul edilen Twitter'dan elde edilmiştir. Twitter'daki gönderilere tweet adı verilir ve her tweet, tanımlanabilir bilgiler içeren kalıcı bir kullanıcı profiliyle ilişkilendirilir. Anonim olmamasına rağmen, Twitter'da son zamanlarda nefret

söylemine dair kanıtlar var (Chaudhry, 2015: 2). Bu araştırmanın örneklemini olarak Twitter'ı seçmenin faydalı olduğuna karar verildi.

Anahtar kelimelerin / hashtag'lerin veri kümesini toplamak için aşağıdakiler gibi farklı yöntemler ve araçlar kullanılmıştır: Brandmentions platformu, Twitter API (Akademik Araştırma için Twitter Verileri) ve Twitter Gelişmiş Arama aracılığıyla manuel olarak toplanan veriler. Twitter Gelişmiş Arama'nın, kriterlerimize uyan geçmiş tweetleri ve hashtag'leri bulmaya izin verdiğini belirtmek önemlidir. Örneklem stratejimizle ilgili olduğu sürece, tweetleri örneklemek için önceden bir metodoloji olmadığından (Bruns ve Burgess, 2011: 3), bu nedenle 4 yıllık bir dönem için (1 Ocak 2017 - 31 Aralık 2020) mevcut Twitter verilerine dayanarak örneklem büyüklüğünün seçilmesine karar verilmiştir. Bu dönemde toplam 29960490 tweet (Twitter'daki gönderileri) toplanmıştır. Ancak, bu Twitter veri kümesinin bir sınırlaması, bu konum eklemesinin Twitter'da varsayılan olarak etkinleştirilmemesidir. Bu nedenle, Tweetlerin yalnızca nispeten küçük bir bölümü (% 2.3) konum bilgisine sahiptir. Bu sınırlamadan dolayı, araştırma örneklem ülkelerinde (Mısır, Ürdün ve Suudi Arabistan) konumu belirten Tweetler seçilmiştir. Araştırma Orta Doğu'da olduğu için sadece 130263 tweetlik veri seti nihai Twitter veri setini oluşturmaktadır.

3.5.2. Nefret söylemini algılamak için cümle yapısını kullanma

Mevcut çabaların çoğu, online nefret söylemini tespit etmek için nefret anahtar kelimelerini bilmeyi gerektirir (Cherifi vd., 2019: 928). Farklı olarak, Twitter gönderilerinde nefret söylemi tanımımızla uyumlu olan ve araştırma sorularımızı doğru bir şekilde yanıtlamamıza izin veren basit ama çok etkili bir yöntem önerilmektedir. Ana fikri şudur: Bazı kullanıcılar bir gönderide nefret dolu duygularını paylaşırsa, örneğin "Kadınlar araba kullanmamalı. Kadının yeri mutfaktır", o zaman bunun bir nefret söylemi olduğuna dair çok az belirsizlik vardır. Başka bir deyişle, nefret söylemlerini çok etkili bir şekilde yüksek hassasiyetle tespit etmek için cümle yapısından yararlanabiliriz. Stratejimiz Twitter'daki mevcut tüm nefret söylemini tanımlamasa da. Bununla birlikte, bu çalışmada sunulan analizleri yapmak için bize iyi ve çeşitli nefret söylemleri sağlar. Ayrıca Twitter'dan veri toplamak için kullanılan Brandmentions platformu olumlu veya olumsuz gönderilere atıfta bulunuyor.

Analiz birimini tam olarak tanımlamak için, biri önceki beş belirli kelimeyle ilgili hashtag ve diğeri önceki belirli kelimelerle ilgili anahtar kelimeler içeren iki veritabanı

oluşturuldu. Weber'e göre (1990: 21), kodlama birimi en temel ve önemli kararlardan biri olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, kodlama birimi olarak bir temayı kullanırken, öncelikle bir fikrin ifadelerini ararsınız (Christodoulou, 2017: 96). Bu nedenle, araştırma sorularınız için tek bir temayı veya ilgili sorunu temsil ettiği sürece, herhangi bir boyuttaki bir metin yığınınına bir kod atayabilirsiniz.

Twitter'da mesajları sınıflandırmak ve fikir ve görüşleri derlemek için kullanıldığından hashtag'lere bakılmasına karar verildi. Çeşitli sosyal medya platformlarından benimsenen önemli ve pratik bir araçtır ve belirli konuları ve olayları bulup takip etmenizi sağlar (Laucuka, 2018: 58). Yükleyici ve Mercea (2011: 764) hashtag # 'in bilgiyi "toplama, filtreleme ve yönlendirme" yeteneği olarak öneminin altını çizdi. Ancak; Küçük (2011: 873), hashtag'lerin belirli politik konular ve olaylar etrafında bilgi topladıkları ve düzenledikleri için Twitter'ın politik yönlerini anlamak için çok önemli olduğunu belirtti. Buna ek olarak, hashtag'ler (#) Twitter'ın önemli bir parçasıdır çünkü tweetlerin konusunu veya yönünü belirlemek için kullanılırlar (Mooney ve Evans, 2015: 83).

Tweetlerine hashtag eklemeyen birçok kişi olduğu için hashtag (#) eklemeyen belirli kelimelere de bakmaya karar verildi. Cui'ye göre (2016: 28) sadece hashtaglere odaklanarak ortaya çıkabilecek problemler var, ilk problem çoğu tweet'in hashtag içermemesidir; ikincisi, kullanıcıların genellikle tek bir hashtag ile temsil edilemeyen bir dizi konu hakkında iletişim kurmasıdır.

3.5.3. Alan araştırması (Anket Tekniği).

Bu araştırma için araştırma anketinin gelişimi, konuyla ilgili mevcut uluslararası araştırmalarla bilgilendirildi (Costello vd., 2017, Kaakinen., 2018, Näsı., Vd 2016). Mevcut anket, kadınların sosyal medyada online nefret söylemi deneyimlerini araştırılmıştır. Bu araştırma, anket sorularını hassaslaştırmak için Nefret Söylemine Hayır Gençlik Kampanyası deneyimine dayanıyordu. Benzer şekilde, alandaki uzmanlardan ve araştırma tasarımı ilişkin kilit paydaşlardan geri bildirim alınmıştır. Anket, nihai haliyle dağıtılmadan önce pilot çalışma yapılmıştır.

Ankette 9 soru vardı. İlk soru, katılımcılar için ülkeyi belirlemektir. Örnek araştırmanın özellikleri ile ilgili ikinci ve üçüncü sorular, ikinci soru beş kategori içeren kadınların yaşını; 18 yaşından küçük, 18-25 yaş arası, 26 - 32 yaşından, 33 - 40 yaşından, 41 - 48 yaşından ve 48 yaş

üstü şeklinde soruldu. Araştırma örneğinin üçüncü soru, seçeneklerinin içerdiği liste ise: Ortaokul veya altı, Üniversite Öğrencisi / Üniversite mezunu, Çalışıyor, Ev hanımı ve İşsiz şeklinde soruldu.

Dördüncü soru, katılımcıların son 4 yıldaki kişisel online nefret söylemi deneyimlerini ölçtü. Yanıtların ölçeği şunları içeriyordu: asla, bir kez, birkaç kez (2-4), birçok kez (5 veya daha fazla). Ardından, sosyal medyada online nefret söylemi yaşadığını söyleyen katılımcılara, nefret içerikli içeriğin hedefi olarak algılanan nedenlere ilişkin takip sorusu soruldu. Bu soru için, seçeneklerinin listesi şunları içeriyordu: Cinsiyet, Milliyet, Engellilik, Siyasi görüşler ve Diğer. Ardından, online nefrete maruz kalan katılımcılar, nefret söylemiyle nasıl başa çıktıklarını öğrenmek için bir soruyu yanıtladılar. Bu soru için, seçenekler listesi şunları içerir: Görmezden gelin, cevaplayın ve tepki verin, Sosyal medya platformuna bildirin, tavsiye isteyin ve arkadaşlarınıza aktarın.

Yedinci soru, sosyal medyadaki nefret söyleminden kimin sorumlu olduğunu bulmak içindi. Bu soru için, seçenekler listesi şunları içerir: Erkekler, Kadınlar ve İkisi. Sekizinci soru, tüm katılımcılar için, sosyal medyada cinsiyet nedeniyle birini veya bir grubu hedef alan nefret söylemi görüp görmediklerini görmek için bir soruydu. Kişisel deneyimleri ölçmek için kullanılan ölçeği tutarlı bir şekilde uyguladık ve daha önce açıklandığı gibi aşağıdaki seçenekleri içerdik: asla, bir kez, birkaç kez (2-4), birçok kez (5 veya daha fazla) Daha sonra katılımcılar bilmek için soruyu cevaplar sosyal medyada nefret söylemi olarak değerlendirilen bir gönderi veya içerik için herhangi bir tepki almışlarsa.

Katılımcıların verileri, WhatsApp Messenger ile rastgele numuneye göre dağıtılan ve SmartSurvey.co.uk ile sosyal medya platformlarına gönderilen online ankete dayanarak toplanmıştır. Sonuçlar, Microsoft Excel'de kodlanıp ve önce sunulan ve daha sonra frekans dağıtım tablolarıyla sunulan IBM SPSS İstatistikleri 20 ile analiz edilmiştir.

3.6. Veri analizi

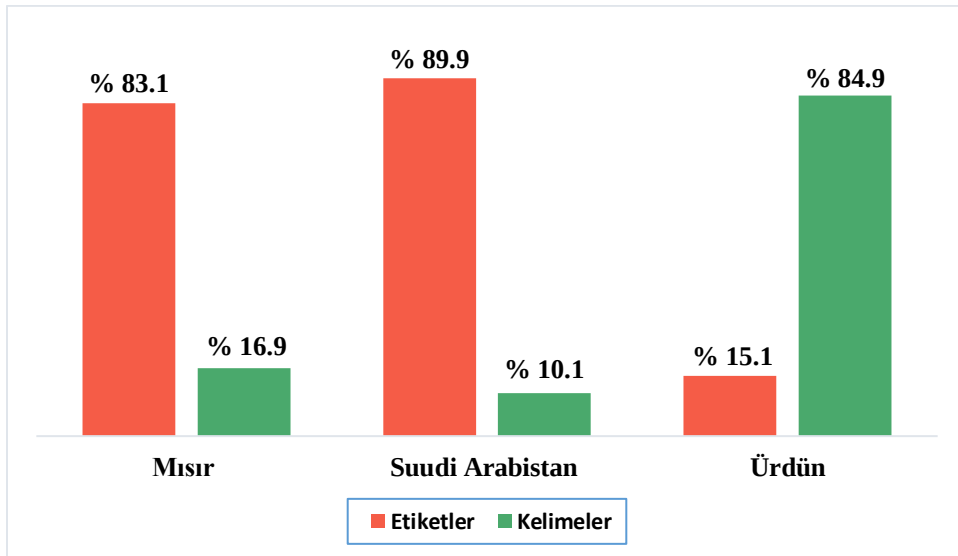
3.6.1. Analiz Bulguları

Bu bölümde, nefret söylemi tanımımızla uyumlu olan, Twitter gönderilerindeki nefret söylemini tespit etmek için basit ama çok etkili bir yöntem önermekteyiz. Bu yöntem, araştırma sorularımızı yanıtlamamızı sağlayacak. Ana fikir, kullanıcılar tarafından sosyal medya

platformlarında yayınlanan nefret dolu duygulara odaklanmaktadır. Başka bir deyişle, sosyal medyadaki farklı gönderilerdeki nefret söylemlerini yüksek hassasiyetle tespit etmek için cümle yapısından yararlanmıştır. Çalışma stratejisi, sosyal medyadaki tüm mevcut nefret söylemlerini tanımlamasa da, bu çalışmadaki analizi gerçekleştirmek için bize yine de iyi ve çeşitli bir dizi nefret söylemi sağlamaktadır.

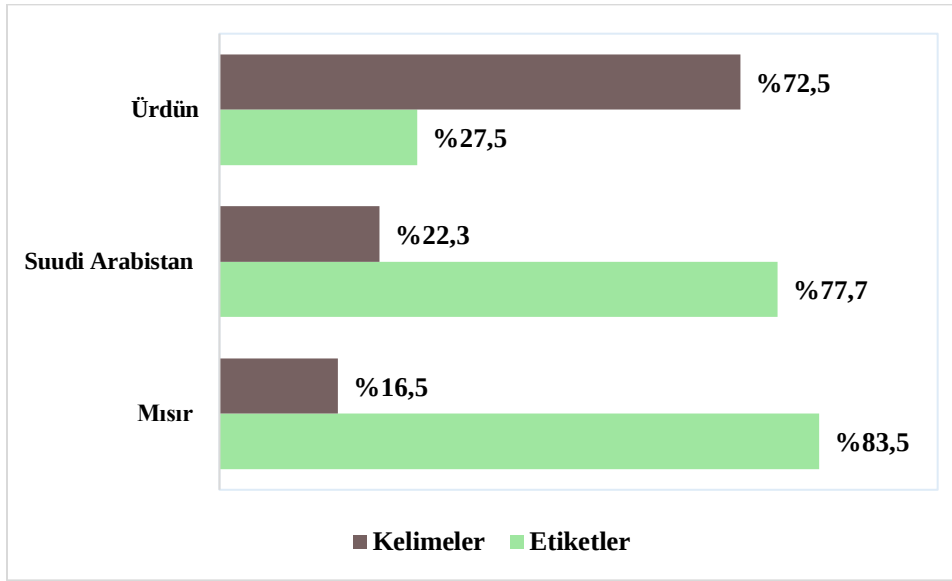
Kelime NO: 1 (عانس) EVDE KALMIŞ

5 belirli Arapça kelimenin tarihsel verileri, tweetlerin Orta Doğu’da kadınlara yönelik nefret söylemi unsurları veya göstergeleri içerip içermediğini belirlemek için 1 Ocak 2017'den 30 Aralık 2020'ye kadar 4 yıl boyunca Twitter'da izlenmiştir. Örneklem ülkelerinden (Mısır, Suudi Arabistan ve Ürdün) %59,8 (24904 tweet) hashtag ve %40,2 (16716 tweet) anahtar kelime ile toplam 41620 tweet incelendikten sonra “عانس” (Evde Kalmış) kelimesine göre aşağıdakiler ortaya çıkmaktadır: Mısır’da bu tweetlerin %83,1’i hashtag’li nefret söylemi içermektedir. Bununla birlikte, %16,9’u hashtag’i olmayan tweet kadınlara yönelik nefret söylemine sahiptir. Suudi Arabistan’da hashtag’li tweetlerin kadınlara yönelik nefret söylemi kullanımı %89,9 ve hashtag’siz tweetlerin kullanımı %10,1 olmuştur. Öte yandan Ürdün’de tweet’lerin %15,1’i hashtag’li şekilde nefret öylemi içermekte ve %84,9’u ise şekil 3.1’de gösterildiği gibi hashtag’siz nefret söylemi içermektedir.



Şekil 3.1 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı

Şekil 3.2. hashtag'li nefret söylemi barındıran tweetlerinin %83,5'inin Mısır'da retweet edildiğini göstermektedir. Öte yandan hashtag'i olmayan kelimelerin %16,5'i retweet edilmiştir. Suudi Arabistan'da hashtag'li nefret söylemi içeren tweet'lerin %77,7'si, “Evde Kalmış” kelimesiyle ilgili hashtag'i içermeyen tweet'lerin ise %22,3'ü retweet edilmiştir. Sonuçlar, Ürdün'de hashtag'li nefret söylemi tweetlerinin sadece %27,5'inin retweet edildiğini, buna karşılık "Evde Kalmış" kelimesinin %72,5'inin retweet edildiğini göstermektedir.



Şekil 3.2 Nefret söylemi içeren “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili Retweet sayısı.

Nefret söylemi içeren “Evde Kalmış” tweetlerinin diğer sosyal medya platformlarında paylaşılması ve görsel medya içerip içermediğine ilişkin Tablo3.1. Mısır'da toplam nefret söylemi tweetlerinin %85,9'unun sosyal medyada paylaşıldığını ve %88,4'ünün fotoğraf ve video içerdiğini göstermektedir. Öte yandan hashtag'siz tweet'lerin %14,1'i sosyal medyada paylaşılmıştır. %11,6'ı ise fotoğraf ve videoları içermektedir. Analiz, Suudi Arabistan'da hashtag'li toplam nefret söylemi tweetlerinin %79,2'sinin sosyal medyada paylaşıldığını ve %87,5'inin görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içerdiğini göstermiştir. Ancak hashtag'siz tweet'lerin %20,8'i sosyal medyada paylaşılmıştır ve %12,5'i görsel medyayı içermektedir. Ürdün'de nefret söylemi hashtag'li tweetlerin %32,8'i sosyal medyada paylaşılırken, %13,5'i görsel medyaya yer vermiştir. Bununla birlikte, hashtag'siz tweetler %67,2 olarak sayılmıştır. Görsel medya içeren tweetlerin oranı ise %86,5 olmuştur.

Tablo 3. 1 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı

Ülke	Kategoriler	Etiketler		Kelimeler		Toplam
Mısır	Sosyal medya paylaşımları	1852	%85,9	304	%14,1	2156
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	824	%88,4	108	%11,6	932
Suudi Arabistan	Sosyal medya paylaşımları	896	%79,2	236	%20,8	1132
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	980	%87,5	140	%12,5	1120
Ürdün	Sosyal medya paylaşımları	252	%32,8	516	%67,2	768
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	96	%13,5	616	%86,5	712

“عانس” (Evde Kalmış) kelimesiyle ilgili daha önce atılan tweetler incelenerek, bu kelimenin sosyal medyada görüşlerini paylaşan kadınlara yönelik susturmak için kullanıldığını ortaya çıkmıştır. Üstelik bu kelime, bu nedenle evlenmeyen kadınları tanımlamak için kullanılmıştır. Toplum açısından bir önemleri olmadığı ya da diskalifiye edildikleri düşünülmektedir. Bu tür araçları kullanmanın amacı, kadınları toplumda küçük düşürmektir.

Oysa kadınlar, evde kalmak topluma meydan okuyan ve geleneksel evliliğe hayır diyen kişi olduğu şeklindeki bu açıklamayı savunmuşlar ve onunla evlenmeyi teklif eden tüm genç erkekleri, onu sadece bir çocuk doğurma aracı olarak gördükleri için reddetmişlerdir.

Suudi Arabistan'da, geçtiğimiz dönemlerde futbol şampiyonluğu kaybeden takımları tanımlamak için spinster hashtag'inin kullanıldığı, bu takımın son 20 yılda tüm şampiyonluklarını kaybettiğini ve dolayısıyla bu takımın tüm şampiyonluklarını kaybettiğini belirten #عانس_نجدة evde kalmış kızlar gibi yaramayan hashtag'lerinin bulunduğu kaydedilmiştir.

Kadınları başarısızlığa, kötü şansa ve kayıplara bağlamak, kadınlara yönelik nefret olgusunun ciddiyetini açıkça göstermektedir.

Mısır'da bir şirket tarafından başlatılan bir reklam kampanyası, Twitter'da, özellikle de bu fikri kendilerine “hakaret” olarak gören kızlar ve kadınlar tarafından geniş çaplı tartışmalara yol açmıştır. Firma, ürünlerinin (kızartma yağı) tanıtımını yaparken, ürünün altına “Eğer Evde Kalmış iseniz bu ürün hakkındaki düşüncelerinizi bize bildirin” ibaresini yazmışlardır. Kadınlar, yaşamdaki rollerini hafife aldığı ve onları mutfağa sınırladığı için bu ifadenin kullanımını rahatsız edici bulmuşlardır.

Tablo 3.2. 1 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.

	عندنا 10 مليون بنت #عانس فوق ال 35 و اعلى نسبة طلاق في العالم ولسي في بنات يدخلوا معنا بنقاشات. انتوا لو ليكم فائدة ما بقيتوش عوانس Translate Tweet 
Tweet	Mısır'da 35 yaş üstü 10 milyon evde kalmış kızlar var ve ayrıca dünyadaki en yüksek boşanma oranına sahiptir. Şu ana kadar erkeklerle tartışan kadınlar vardır. İşe yaramazsın, bu yüzden henüz evli değilsin.
Etiketler	# Evde kalmış
Yanıt	18
Retweet	7
Beğeni	59
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Bu tweette kelimeler anlamlarından başka kullanılmamış, herhangi bir ipucu veya metafora yer verilmemiştir. Yazıda bilgi ve rakamlar yer almaktadır. Toplumun kadının toplumdaki rolünü belirlediği için, Twitter kullanıcıları toplumda var olan kültürüne dayalı bir yargıda bulunmaktadır. Ayrıca, takipçilerin dikkatini çekmek için bir resme ek olarak bir hashtag de dahildir. Fotoğrafta, elinde "Treni beklemek için uzun zaman" yazıyla tahta tutan yaşlı bir kız görülmektedir. Bu cümle mecazi anlamda evlilik döneminin geçtiği ve damadın gelmediği anlamına gelir.

B. Makro Yapı

Yayında kadınlara yönelik nefret söylemi ve onları aşağılayan, evli olmayan kadınlara yönelik bir damgalama olduğu ve bu nedenle erkeklerle tartışma veya haklarını talep etme hakları olmadığı için yayınlanmaktadır. Yazı, evli olmayan kadınların işe yaramaz olduğunu ve bu yüzden erkeklerin onları istemediğini anlatmaktadır. Bu gönderide nefret söylemi mesajı #Evde_kalmış hashtag'i kullanılarak paylaşılmaktadır. Tweetin şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin argo olduğu ve bu cümle türünün kullanıcının takipçilere en yakın olduğu görülmektedir.

Görselde yaşlı bir kadının elinde fotoğrafla tren yolunun önünde oturup saatine baktığı görülmekte ve plakada beklediğine dair metaforik bir ifadeyle "uzun zamandır treni bekliyorum" yazmakta, evlenmeyi beklediğinin mecazi bir göstergesi ve bu cümle Orta Doğu'da sıklıkla kullanılmaktadır. Bayan yerine kadın yazılmalı, üzüntüyü belirtmek için siyah renk giymekte, ayrıca elbisesinin üzerinde uzun süre hareketsiz oturup damadı beklediğini gösteren bitkiler vardır.

Tablo 3.2. 2 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.

	
Tweet	“Sen evde mi kaldın? bize bu ürün hakkında ne düşündüğünü söyle”
Etiketler	0
Yanıt	0
Retweet	4
Beğeni	17
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Bu gönderi sadece bir resimde kullanılmıştır. Bu görsel kadınlara yönelik bir reklamdır, görsel bin kelimeyi ifade ettiğinden gönderide herhangi bir ibare ya da hashtag yoktur, bu gönderideki amaç nefret söylemini en kolay şekilde ifade etmektir. Gönderide mecazi bir cümle kullanılmıştır. Görseldeki anahtar kelime koyu olarak yazılmıştır, bazı kelimelerin büyük harflerle ve kalın harflerle yazılması cümlelerin vurgusunu bu kelimelere çeker.

B. Makro Yapı

“Sen evde mı kaldın? bize bu ürün hakkında ne düşündüğünü söyle”

Bekar kadınlara bu ürünü (kızartma yağı) değerlendirmeleri için çağrıda bulunan ve bu kadınların evde boş boş oturmak yerine faydalı bir şeyler yapması gerektiğini belirten bu tweetlerden kadınlara yönelik nefret söylemi olduğu açıkça görülmektedir. Metaforla evlenmemiş kadınların işe yaramaz olmasıdır. Tweet'te "spinster" kelimesi büyük ve kalın yazı

tipiyle yer almakta ve kelimenin bu şekilde vurgulanması kadınlara yönelik nefreti ve hedef gösterilmesini ifade etmekte ve toplumun dikkatini onlara çekmektedir.

Tweet'e eklenen görsel, kalın harflerle 'Sen evde kalmış' diyen cümle yazılmış bir reklam ve en küçük yazı tipiyle bize bu ürün hakkında ne düşündüğünü söyle? Hedef kitlenin dikkatini çekmek için büyük ve kalın yazı tiplerinin kullanılmasıdır. Resimde üzgün bir kız var ve onu işaret eden parmaklar var, burada toplumdaki herkesin evde kalmış kızlara dünyevi bir bakışla baktığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.2. 3 "Evde Kalmış" ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Al Nassr ekibinden Al Hilal ekibi gibi olmasını istemeyin Al Nassr, sınırlı yeteneklere sahip bir ekip.
Etiketler	# Najed_ evlenmemiş عانس_نجد
Yanıt	2
Retweet	6
Beğeni	14
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Bu tweet Suudi Arabistan'daki futbol takımlarından bahsetmekte ve kaybeden takımın kimsenin istemediği bir kız kurusu gibi olduğunu ima eden basit ama mecazi cümleler kullanmaktadır. Tweeter, gönderiyi daha geniş bir alana yaymaya yardımcı olan hashtag'e ek olarak sözlerini kanıtlamak için gönderide video ve emoji kullanmıştır. Tweet'in sözdizimsel analizine göre, gönderide üç bölüme ayrılmış bir cümle kullanılmıştır. Cümle, güçlü bir takımı zayıf bir takımla karşılaştırmanın sorgulayıcı bir cümlesidir. Twitter, zayıf takımı, işe yaramaz kız kurusu kadın ifadesiyle anlatmaktadır ve bu benzetme Tweeter'ın kültürüne kadar uzanmaktadır.

B. Makro Yapı

Bu gönderinin analizi mecazi olarak kaybeden takımın işe yaramaz evlenmemiş bir kız gibi olduğunu göstermektedir. Bu hashtag (#عانس_نجد), Suudi Arabistan'daki futbol turnuvaları sırasında yayıldı ve bir takım kaybederse futbol halkı bu hash'i kullanmaya devam etmektedir. Tweetin sahibi ayrımcı ve marjinalleştirici bir dil kullanmaktadır. Kadınları talihsizlik ve kayıplara bağlamak, kadınlara yönelik nefretin ciddiyetini açıkça göstermektedir.

Tablo 3.2. 4 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.

Tweet	Sadece araba kullandığını iddia eden evlenmemiş kadınlar. Evde kal, sen bir kız kurususun

Etiketler	#evlenmemiş #Araba_kullanan_kadınlar #Evde kal
Yanıt	48
Retweet	21
Beğeni	76
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Gönderi, birkaç hashtag içeren basit bir cümle kullanmıştır. Tweette çok sayıda hashtag kullanmak, tweetin yayılmasını arttırmanın yanı sıra takipçilerin dikkatini çekmeye de yardımcı olmaktadır.

Yayın, istediği yararı doğrulamak için mecazi bir görüntü içermektedir. Ekteki trafik kazası fotoğrafı ve kadının araba kullanamayacağına dair metaforik ifadesi bunun kanıtıdır. Kadınların neden olduğu bu tür araba kazaları arasında nedensellik bağı yoktur.

B. Makro Yapı

Suudi Arabistan'da kadınların araba kullanmasına izin verilmesi konusunda bir tartışma yaşanmıştır. Yayından, kadınların araba kullanmasına karşı olduğu ve sadece evlenmemiş kadınların bu hakkı talep ettiğini ve yapacak bir şeyleri olmadığı için böyle bir şey talep etmek için zamanları olduğunu anlatmaktadır. Tweet'te yer alan kelimeler anlamlarından başka kullanılmamıştır, herhangi bir ipucu veya metafor içermemektedir. Mesaj tek bir cümleden oluşur, nedensellik ilişkisi yoktur.

Tweet'teki görsel bir kaza, araba bir dükkana giriyor, elbette bu tür kazalar bu şekilde nadiren oluyor ama fotoğraf böyle garip bir kazanın sadece kadınlar tarafından yapıldığını doğrulamak için kullanılmıştır. Twitter'ın kan içeren resimlerin yayınlanmasını engelleme politikasına uygun olarak, fotoğrafta herhangi bir kan ya da yaralanma gösterilmemiştir.

Tablo 3.2. 5 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.

	اللي عمرها 26 ولا تزوجت أعتبرها عانس #السن_المناسب_للزواج Translate Tweet
--	---

Tweet	26 yaşını doldurmuş ve evlenmemiş kız evde kalmış kızdır
Etiketler	#Evlilik için yeterli yaş
Yanıt	10
Retweet	34
Beğeni	855
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Gönderi metninin sentaktik analizi sonrasında, gönderinin metinleştirilmesinde basit ve kısa yapıllı cümlelerin tercih edildiği, açık ve net ifadelerin kullanıldığı gözlenmiştir. Tercih edilen sözcüklerin anlamları dışında kullanılmadığı ve bu bağlamda herhangi bir metafora yer verilmediği görülmektedir.

Gönderinin metninin analizine göre, gönderinin “26 yaşını doldurmuş ve evlenmemiş bir kız kız kurusu” cümlesinden oluştuğu görülmektedir. Toplumda istenmediklerinden dolayı onlara kız kurusu diyen toplumu memnun etmek içindir. Gönderi, "Evlilik için yeterli yaş" hashtagini içermekte ve burada erkek topluluğunun fikirlerine ve kültürüne göre uygun evlilik yaşını belirlediği açıktır.

B. Makro Yapı

“26 yaşını doldurmuş ve evlenmemiş bir kız, kız kurusudur”.

#Evlilik için yeterli yaş”, içerikli gönderinin tematik incelemesinden sonra gönderide tek bir ön plana çıktığı görülmektedir. Gönderide genel bilgiler verilmiş olup, gönderide kurgulanan anlatının açıklamalarla desteklenmediği gözlemlenmiştir. Sadece tweeter'ın sosyal kültürüne dayanan bir fikirdir.

Gönderinin şematik yapısına baktığımızda ise gönderi dilinin bir hedefleme yapısında kurgulandığı görülmektedir. 26 yaşını doldurmuş ve henüz evlenmemiş kadınlardır.

Tablo 3.2. 6 “Evde Kalmış” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Bugün sadece evlenmemiş kızlar sokağa çıkmıştır. evli olmayan kızlar ve onları evde tutacak kimse yoktur. Ürdün, kadınların boş konuşmasından daha güçlüdür.
Etiketler	#evlenmemiş #ürdün
Yanıt	76
Retweet	16
Beğeni	763
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Yazı üç cümleden oluşmaktadır. Cümle, herhangi bir noktalama işareti kullanılmadan bir hashtag ile diğerinden ayrılmıştır. Son cümle "Ürdün, kadınların boş konuşmasından daha güçlüdür" ve burada tweet'teki cümleler arasında nedensellik ilişkisi yoktur. Tweet, gönderenin ne istediğini vurgulamak için hashtag'ler de dahil olmak üzere basit metafor cümleleri kullanmaktadır. Fotoğraf, Ürdün'ün boş konuşmadan daha güçlü olduğuna dair son cümleyi doğrulamaktadır. Yayın, gösterilere katılanları doğrulamak için herhangi bir veriye atıfta bulunmamıştır.

B. Makro Yapı

Bu tweet, gösterilere katılan kadınlara yönelik nefreti göstermektedir. Tweetlerde gösterilere katılan kadınlar bekar olarak tanımlanıyor ve bu, toplum kültürüne dayalı, bekar kadınların yapacak bir şeyi olmadığı için sokağa çıkmak istediklerine dair bir metafordur.

Mesajın dili marjinalleştirici ve ayrıştırıcıdır. Gösterilere katılan kadınlar ile katılmayan veya sadece şenliklere katılan erkekler arasındaki ayrımı gösterir.

Fotoğraf, Ürdün'deki destekçilerin mitinglerinden birinden ve fotoğrafta yer alan erkeklerin çoğunluğu, ülkenin kadınlarla değil erkeklerle güçlü olduğunu belirtmek için kırmızı Ürdün şalı takan erkeklerdir. Ayrıca resimlerde Ürdün bayrağının yer aldığı ve ülkenin bayrağına tüm vatandaşlar tarafından saygı duyulduğu bilinmekte, bu da sadece ülkeyi sevenlerin destek mitinglerine çıktığını göstermektedir. Ve bu fotoğraf, tweet'te belirtilenleri doğrulamak ve takipçiler için milli tutkuyu harekete geçirmek içindir.

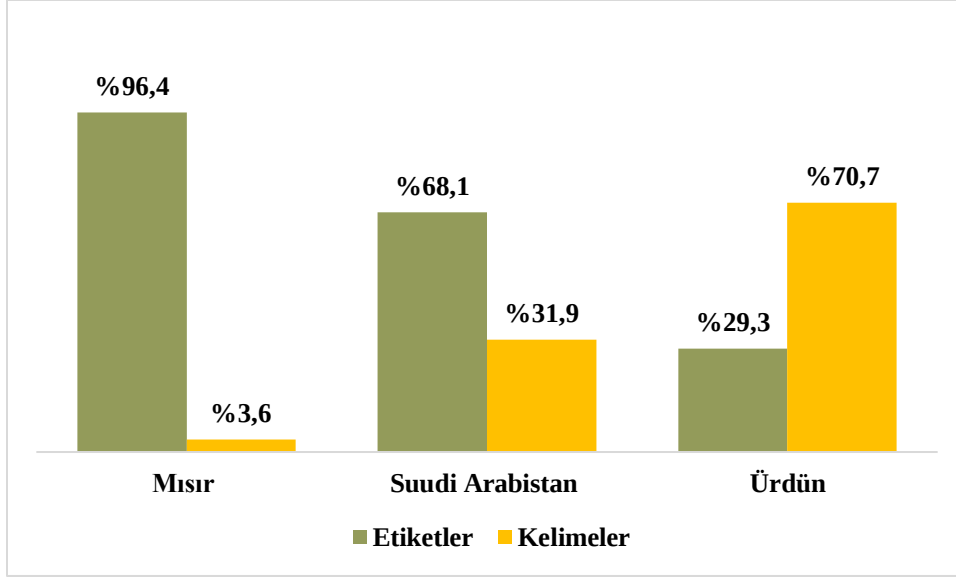
Bir önceki tweetler, insanları kadın ve erkek olmak üzere iki sınıfa ayıran bir yapı olduğunu göstermektedir. Cinsiyet farklılığına dayalı bu düzende, ataerkil pay olarak adlandırabileceğimiz “erkeklerin kadınların genel tabiiyetinden elde ettiği avantaj” sayesinde kadınlar erkeklere göre daha az görünür ve ikincildir. Ayrıca tweet, sosyal medyadaki feminist aktivizme rağmen toplumun yapısal ve hegemonik bir cinsiyet ideolojisini sürdürme eğiliminde olduğunu gösteriyor. Bu, toplumun asimetrik cinsiyet ayrımının hem erkekler hem de kadınlar tarafından doğal olarak sunulduğu ve kabul edildiği anlamına gelir. Kullanıcılar tweetlerinde hashtage kullandılar ve bu gönderiler aranabilir. Herhangi bir tweet veya gönderiye birkaç hashtag etiketlemek, yeni takipçilerin konuyu bulma olasılığını artırmanın hızlı bir yoludur. Buna ek olarak, kullanıcılar tweet'lerde görseller ve videolar kullandılar ve bu, ekstra karakterlere sığdırmak için harika bir yoldur. Ayrıca tweet'leri birden fazla şekilde güçlendirmeye yardımcı olabilir. Analiz, gönderiler için Retweet'i gösterir ve bildiğimiz gibi, retweet'in Twitter'ın güçlü bir aracı olduğunu ve retweet'in orijinal Tweeter'a faydasının daha yüksek erişim, yüksek katılım olduğunu biliyoruz. Bu, sinyali güçlendirmenin bir yoludur, böylece daha fazla insan orijinal mesajı duyar.

Kelime NO: 2 (بايرة) EVLENMEMİŞ

“بايرة” (Evlenmemiş) kelimesiyle ilgili olarak, örnek ülkelerde bu kelimeyle ilgili tweet atan kişilerin hesaplarından 12892 tweet analiz edilmiştir, bunların %78'i (10056 tweet) hashtag'li, %22'si (2836 tweet) ise hashtag'siz anahtar kelimelerdir.

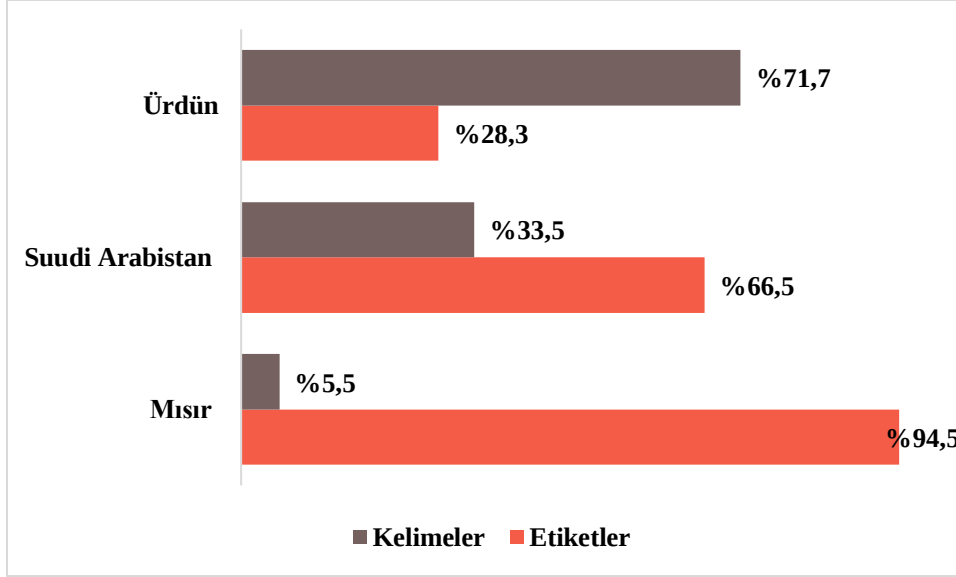
Aşağıdaki şekil 3.3. Mısır'da “Evlenmemiş” kelimesiyle ilgili hashtag'li toplam nefret söylemi içeren tweetlerin %96,4'ünün oranı bulunurken, herhangi bir hashtag olmayan kelimelerden oluşan nefret söylemi içeren tweet'lerin sadece yüzde 3,6'sının olduğunu

göstermektedir. Suudi Arabistan'da tweet'lerin %68,1'inin kadınlara yönelik hashtag'li nefret söylemi içerdiği, tweet'lerin %31,9'unun Evlenmemiş kelimesiyle ilgili hashtag'siz nefret söylemi içerdiği görülmüştür. Ürdün'de, nefret söylemi içeren tweetlerin en yüksek yüzdesinin %70,7 ile hashtag içermeyen tweetlerin olduğu, hashtag içeren tweetlerin oranının ise %29,3 olduğu görülmektedir.



Şekil 3.3 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.

“Evde Kalmış” kelimesiyle ilgili retweet edilen nefret söylemi hashtag'ine bakıldığında, Mısır'da hashtag'li nefret söylemi tweet'lerinin %94,5'i, hashtag'siz tweet'lerin ise %5,5'i Şekil 3.4'te görüldüğü gibi retweet edilmiştir. Suudi Arabistan'da hashtag içeren tweetlerin %66,5'i retweetlenirken, sadece kelime içeren tweetlerin %33,5'i retweet edilmiştir. Ürdün'de hashtag'li tweet'lerin %71,7'si, hashtag'siz %28,3'ü retweetlenmiştir.



Şekil 3.4 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet sayısı

Nefret söylemi içeren “Evlenmemiş” tweet'lerinin diğer sosyal medya platformlarında paylaşılmasına ek olarak görsel medya içerip içermediğine ilişkin Tablo 3.3. Mısır'da %90,3'ünün sosyal medyada paylaştığını ve %82'sinin fotoğraf ve video içerdiğini göstermektedir. Hashtag'siz tweet'lerin %9,7'si sosyal medyada paylaşıldı ve %18'i fotoğraf ve video içermektedir. Analiz, Suudi Arabistan'da Hashtag'lerin %72,5'inin sosyal medyada paylaşıldığını ve %64,4'ünün görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içerdiğini ortaya koymuştur. Hashtag içermeyen nefret söylemlerinin %27,5'i sosyal medyada paylaşılırken, %35,6'sı fotoğraf ve videolarda yer almıştır. Ürdün'de nefret söylemi içeren tweet'lerin %35,3'ü sosyal medyada paylaşıldı ve %32,1'i görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içermektedir. Anahtar kelime tweetleri ile ilgili olarak, sosyal medyada %64,7'si paylaşılrken, %67,9'unda fotoğraf ve videolara yer verilmiştir.

Tablo 3.3 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.

Ülke	Kategoriler	Etiketler		Kelimeler		Toplam
Mısır	Sosyal medya paylaşımları	336	%90,3	36	%9,7	372

	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	256	%82	56	%18	312
Suudi Arabistan	Sosyal medya paylaşımları	148	%72,5	56	%27,5	204
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	152	%64,4	84	%35,6	236
Ürdün	Sosyal medya paylaşımları	168	%35,3	308	%64,7	476
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	36	%32,1	76	%67,9	112

Önceki sonuçlar, (Evlenmemiş) بايرة kelimesini içeren yayının tweet'lerinde kadınlara yönelik ırkçı nefret söyleminin varlığının açıkça ortaya çıktığını göstermiştir.

Tweet'ler, "Evlenmemiş" olarak nitelendirdikleri kadının, "Bayra" diyarı gibi istenmeyen ve vadesi dolmuş bir insan olduğunu ve bundan hiçbir fayda sağlamadığını açıkça ilan etmişlerdir. Arap dilinde bu kelime, ekinlerin yetişmediği verimsiz toprakları ifade eder ve bu benzetme, kadının öneminin olmadığını gösterir. Bu söz kadınların konuşmalarının işe yaramadığını ve topluma katkıları olmadığını için sosyal medyadaki kadınların konuşmalarını azaltmıştır.

Tablo 3.4. 1 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.

	" هو في واحدة تتوظف إلا إذا كانت بايرة أو وحشة أو مسترجلة .. ! " السكينة 1973 Translate Tweet 
--	---

Tweet	İş bulmak isteyen kızlar ya evlenmemiş, ya çirkindir ya da erkeğe benzemektedir.
Etiketler	0
Yanıt	34
Retweet	6
Beğeni	86
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Gönderi metninin sentaktik analizi sonrasında, gönderinin metinleştirilmesinde basit ve kısa yapılı cümlelerin tercih edildiği, açık ve net ifadelerin kullanıldığı gözlenmiştir. Tercih edilen sözcüklerin anlamları dışında kullanılmadığı ve bu bağlamda herhangi bir metafora yer verilmediği görülmektedir. Gönderide günlük konuşma dili kullanın ve bu tür cümleler takipçilere daha yakındır. Paylaşımında herhangi bir hashtag kullanılmamıştır, ancak takipçilerin de dikkatini çekmek için ünlü oyuncuların yer aldığı bir Mısır filminden bir görsel kullanılmıştır.

B. Makro Yapı

Bu tweet'te kullanıcı, çirkin kadınların da erkek fatma olarak iş bulmada erkeklerin yerini almaya çalıştıkları gerçeğiyle pekiştirilen evlenmemiş (Bayira) ifadesini kullanarak bekar kadınların işyerinde nasıl erkeklerin yerini aldığını açıklamaya çalışmaktadır. Ayrıca bu tweetten, kullanıcıların işlerin sadece erkekler için bir hak olduğunu ve evlenmemiş (Bayira) boş zamanları olduğunu düşündükleri için kadınlardan kadınlara yönelik bir nefret söylemi olduğu, bu nedenle erkeklerle eşitlik talep ettikleri kaydediliyor. evliler, bu tür taleplere vakit bulamayacaklardır.

Tweet'e ekli resim, iki aktörün gösterildiği bir Mısır filminden alınmıştır, resimdeki kadın erkekten daha güçlü görünmektedir ve burada iş arayan kadınların erkek gibi görüldüğü tweet'te belirtilenleri doğrulamak için buradadır. Genel olarak takipçilerin dikkatini çeken ünlü oyuncuları içeren bir resim kullanmaktır.

Tablo 3.4. 2 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.

	بايرة" كلمة تعابر بها الفتاة التي تتخطى الثلاثين من دون أن تتزوج في مصر! Translate Tweet 
Tweet	"evlenmemiş" kelimesini Mısır'da otuz yaşın üzerindeki ve hala bekar kızları susturmak için kullanabiliriz.
Etiketler	0
Yanıt	18
Retweet	8
Beğeni	74
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Tweet'i inceledikten sonra, noktalama işaretleri içermeyen, sadece tweet'teki ana kelime olan "evlenmemiş" kelimesinin vurgulandığı uzun bir cümleden oluştuğu ortaya çıkmıştır. Bu tweet, takipçilerin dikkatini çekmeye yardımcı olan bir görüntü içermesinin yanı sıra ipuçları ve metaforlar içerir, ayrıca cümle ile nedensel bir bağlantı yoktur.

B. Makro Yapı

Tweet, kadınlara yönelik nefret söylemi içermektedir. Tweeter, kadınlara karşı kullanılabileceğini söyleyen basit bir cümle veriyor ve bu Mısır'daki sosyal kültürden gelmektedir. Burada evlenmemiş “Bayra” kelimesinin gereksiz bir kadın olduğunun göstergesi olarak bu tür ifadeler kullanarak sosyal medyada kadınları susturmanın mümkün olduğu görülmektedir. İletinin şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin argo olduğu ve bunun da ağırlıklı olarak kamuoyuna yönelik olması nedeniyle tweetin içeriği ile ilgili olduğu görülmektedir.

Resimde bir grup kadının mutsuz olduğu görülmekte, bu kadınların bir kısmı başörtüsü takmakta, bir kısmı yok, bu da evlenmemiş kadınların farklı giyinme biçimleriyle otuz yaşını doldurdıkları takdirde evlenmemiş "Bayra" olabileceğini göstermektedir. Fotoğrafın hangi olaydan çekildiği fotoğrafta görünmemektedir.

Tablo 3.4. 3 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.

	
Tweet	komşularımdan biri evlenmemiş bir kız ve ona sosyal medyadan arkadaşlık isteği gönderdim o ise evime gelip evet dedi.
Etiketler	#evlenmemiş # arkadaşlık_isteği #evet
Yanıt	24
Retweet	15
Beğeni	246
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

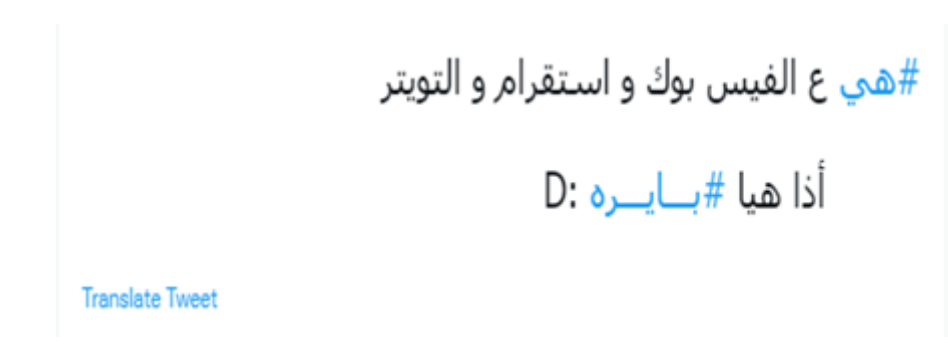
A. Mikro Yapı

Gönderinin sözdizimsel analizine göre, tweet mizahi kelimelerle tek bir cümleden oluşmaktadır. Kelimeler anlamlarından başka kullanılmamış ve metaforlara yer verilmemiştir. Emojiye ek olarak bir dizi hashtag içerir. Bu tür cümleler takipçiler için komiktir ve bir tweet'te hashtag'i kullanmak takipçiler arasında daha yaygın bir şekilde yayılmasına yardımcı olur.

B. Makro Yapı

“komşularımdan biri evlenmemiş bir kız ve ona sosyal medyadan arkadaşlık isteği gönderdim o ise evime gelip evet dedi”. Bu mizahi cümle, evli olmayan kadınlara yönelik nefret söylemi içermektedir. Tweeter, mecazi ifadeyi, evli olmayan kadınların, birisi onlara ilgi gösterdiğinde hemen evliliği düşündüklerini söylemek için kullandı. Sosyal medyada sadece arkadaşlık istemek bile bunu bir evlilik görevi sanmaktadır. Evlenmemiş kadınların evlilikten başka düşünecek bir şeyleri olmadığına dikkat çekmiştir.

Tablo 3.4. 4 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Facebook, Instagram ve Twitter'da bir kız varsa O zaman evlenmemiş bir kız
Etiketler	#kız #evlenmemiş
Yanıt	9
Retweet	3
Beğeni	97
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Bu tweette anlam dışında hiçbir kelime kullanılmamış, herhangi bir ipucu veya metafora yer verilmemiştir. Mesaj basit ve tek bir cümleden oluşur, nedensellik ilişkisi yoktur. Yazıdaki bilgilerin hiçbir kanıtı yoktur. Birden fazla hashtag kullanılmaktadır. Dilbilgisi açısından, iki bölüme ayrılmış bir cümle kullanmak, takipçilerin dikkatini çekmeye yardımcı olur.

B. Makro Yapı

Tweet, kadınlar hakkında geçerliliğine dair herhangi bir kanıtla desteklenmeyen mutlak bir yargı içermektedir. Nefret söylemi, erkeklerin sosyal platformları kullanmasına izin verilirken, bu platformları kullanan kadınların evli olmadığı için, zamanlarının ve interneti bir damat aramak için kullanmaktan başka yapacak bir şeyleri olmadığının mecazi bir göstergesi olarak nefret söylemi yer almaktadır. Mesajın şematik yapısına bakıldığında, tweet'te sunulan içeriğin ciddi olmaması ve mizah anlayışı olması nedeniyle kullanılan ifade dilinin argo olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4. 5 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.

	
Tweet	"Herkes hakkını aramalı ve bu pervasızlığa sessiz kalmamalı" Bu tweetin tekrarı: “Sen Evlenmemiş bir kız ve seni susturacak kimseyi bulamıyorsun”
Etiketler	0
Yanıt	32
Retweet	5
Beğeni	137
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Makro Yapı

Tweet, genel olarak vatandaşların hakları konusunda sessiz kalmama konusunda bir fikir vermektedir. Bu tweet'e verilen yanıt, tweeter'ı susturmak içindi. Hashtag kullanılmadan sade ve anlaşılır cümleler kullanılmıştır. Metaforik kelime (Baira) kullanılmıştır, yani tweeter bir kız olduğu için tweette konuşmanın faydası yoktur. Bu tweete yapılan yorum açıkça kadın düşmanıdır (tweetin yazarı bir kız).

B. Mikro Yapı

Haklarını talep eden kadınların, evlenmemiş (Bayra) kızları olarak nitelendirilerek susturulmaya çalışıldığı ve bu tür taleplere katılmalarını engelleyen kocaları olmadığı için dışarı çıktıkları bu tweetlerden anlaşılmaktadır. Burada nefret söylemi, kadınların kendi fikirlerine katılmalarını engelleme eğilimini ve her şeyden önce kadın oldukları için katılmalarına izin verilmediğini ve bu tür tartışmalara katılan kadınların ailevi sorumluluklarının olmadığını göstermektedir. Bu da sosyal medya platformlarında harcayacakları boş zamanları olmasını sağlamaktadır.

Tablo 3.4. 6 “Evlenmemiş” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.

	هناك دراسة تقول ان الانثي التي تنام كثيرا وتعشق النوم هي فتاة ذكية جدا ورقيقة 🤗❤️😂 مش #ضروري مرات تطلع #بايرة ههههه 🤔💔😂😂 Translate Tweet 
Tweet	Çok uyuyan ve uyumayı seven bir kadının akıllı ve yumuşak bir kız olduğunu söyleyen bir araştırma var. Mutlaka değil, belki evli değil, bu yüzden çok uyuyor
Etiketler	#yanlış #evlenmemiş
Yanıt	17
Retweet	41
Beğeni	124
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Makro Yapı

Esprili bir şekilde, tweet kadınlarla ilgili bilimsel bir çalışmayı reddediyor, ancak hiçbir kanıt yoktur. Tweet, mecazi basit cümleler kullanmıştır. Tweet, takipçilerin dikkatini çekmek için hashtag'ler ve emojiler içermektedir. Cümle içerisinde yer alan tweetler genellikle gerçek anlamlarının dışında kullanılmış ve betimleyici ifadelerle bilimsel çalışmayı reddetmiştir.

B. Mikro Yapı

Bu tweette görünen nefret söylemi alaycılıktır. Araştırmaların dediği gibi, çok uyuyan bir kız akıllıdır. Ancak tweeter'ın görüşüne göre evlenmemiş bir kız ve yapacak bir şeyi yok, bu yüzden zamanını uyuyarak geçirmektedir. Mesajın sahibi, kadının toplumdaki değerini azaltmak

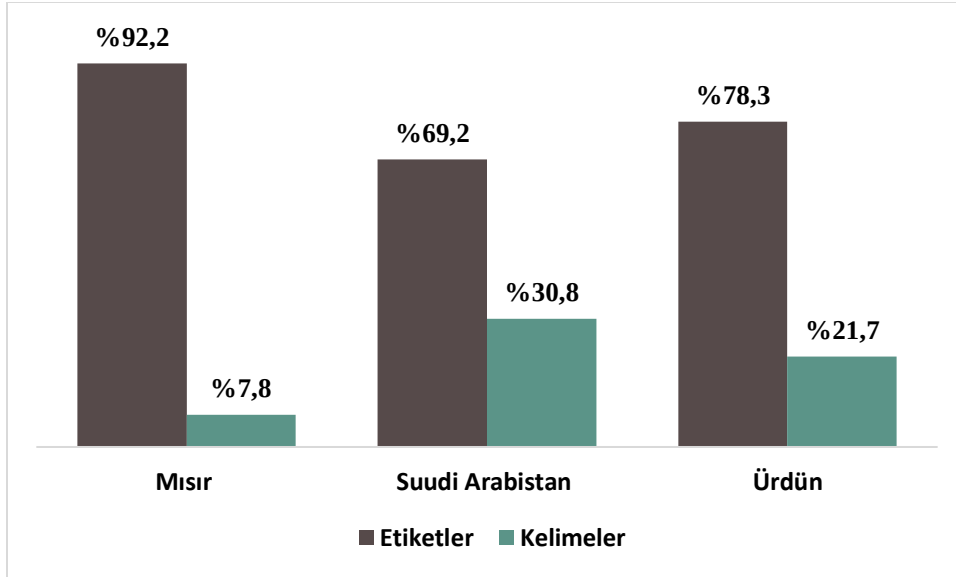
için hiçbir bilimsel kanıt kullanmadan ve bilimsel çalışmayı reddederek ayrımcı ve ötekileştirici bir dil kullanmaktadır.

Tweet'e ekli resim, yanında telefonu olan uyuyan bir kızın resmidir ve mecazi olarak evlenmemiş bir kadının uyku ve telefonda başka yapacak bir şeyi olmadığını düşündürür. Görseldeki renklerin tutarlı ve izleyicinin görmesi için rahat olması, görselin amacı tweette belirtilenleri kanıtlamanın yanı sıra takipçilerin dikkatini çekmektir.

Aslında, önceki bölümdeki tweet'lerin analizi, cinsiyete karşı daha karmaşık ve katmanlı ayrımcılık üreten nefret söylemi olduğunu göstermektedir. Toplumsal cinsiyet asimetrisinin hem açık hem de incelikli biçimleri, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini sorgulamaya yönelik feminist ilkelere karşı bir tepki olarak daha iyi anlaşılabilir ve her ikisi de toplumda derin kökleri olan bir söylemde hâlâ mevcuttur ve birbiriyle bağlantılıdır.

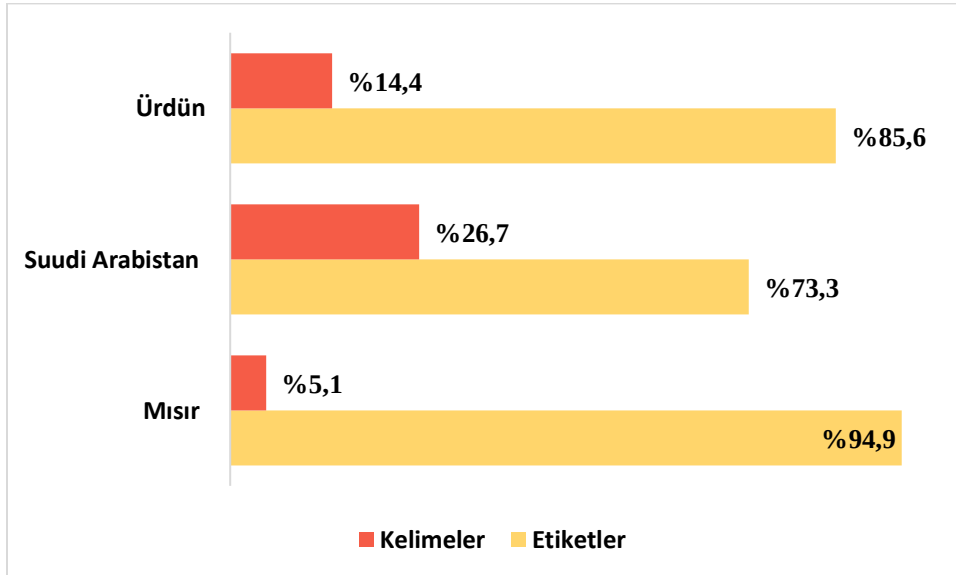
Kelime NO: 3 (مكاتب المطبخ) YERİNİZ MUTFAKTA

“Yeriniz Mutfakta” kelimesi için araştırma süresince 26779 tweet atılmış olup, anahtar kelime olarak %73,5 (19676) hashtag ve %26,5 (7103) hashtag bulunmaktadır. Şekil 3.5. Mısır'da hashtag'li nefret söylemi içeren tweet'lerin %92,2'si bulunurken, tweet'lerin yalnızca %7,8'lik bir yüzdesinin sadece kelimelerle (herhangi bir hashtag olmadan) nefret söylemi içerdiğini gösterir. Suudi Arabistan'da tweet'lerin %69,2'sinin hashtag'li kadınlara yönelik nefret söylemi içerdiği ve tweet'lerin %30,8'inin hashtag'siz nefret söylemi içerdiği görülmektedir. Ürdün'de hashtag'lerin de yer aldığı nefret söylemi içeren tweetlerin %78,3 ile en yüksek yüzdesi, sadece anahtar kelime içeren tweetlerin oranı ise %21,7 olarak görünmektedir.



Şekil 3.5 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.

Şekil 3.6'da gösterildiği gibi Mısır'da hashtag'li toplam nefret söylemi tweet'lerinin %94,9'u retweetlenirken, hashtag'i olmayan kelimelerin %5,1'i retweet edilmiştir. Suudi Arabistan'da nefret söylemi içeren ve hashtag içeren tweet'lerin %73,3'ü retweetlenirken, mutfakta yeriniz kelimesiyle ilgili hashtag'i içermeyen tweet'lerin %26,7'si retweet edilmiştir. Sonuçlar, hashtag'li tweetlerin %85,6'sının retweetlendiğini, buna karşılık Yeriniz Mutfakta kelimesinin %14,4'ünün retweet edildiğini göstermiştir.



Şekil 3.6 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet sayısı

Nefret söylemi içeren “Yeriniz Mutfakta” tweetlerinin görsel medya yer alıp almadığına ek olarak diğer sosyal medya platformlarında paylaşılmasıdır. Tablo No. 3.5. Mısır'da %91,5'inin

sosyal medyada paylaşıldığını ve %75'inin fotoğraf ve video içerdiğini göstermiştir. Hashtag'siz tweet'lerin %8,5'i sosyal medyada paylaşılırken, %25'i fotoğraf ve videolara yer verilmiştir. Analiz, Suudi Arabistan'da Hashtag'lerin %70'inin sosyal medyada paylaşıldığını ve %80,5'inin görsel medyayı (fotoğraflar ve videolar) içerdiğini ortaya koymuştur. Hashtag'siz nefret söylemlerinin %30'u sosyal medyada paylaşılmış ve %19,5'i fotoğraf ve videolarda yer almıştır. Ürdün'de nefret söylemi içeren tweet'lerin %86,4'ü sosyal medyada paylaşılmış ve %74,2'si görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içermiştir. Anahtar kelime tweetleri ile ilgili olarak, sosyal medyada %13,6'sı paylaşılmış ve %25,8'i fotoğraf ve videolara yer vermiştir.

Tablo 3. 5 Sosyal medyada paylaşılan ve “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı

Ülke	Kategoriler	Etiketler		Kelimeler		Toplam
Mısır	Sosyal medya paylaşımları	473	%91,5	44	%8,5	517
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	297	%75,0	99	%25,0	396
Suudi Arabistan	Sosyal medya paylaşımları	2409	%70,0	1034	%30,0	3443
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	1639	%80,5	396	%19,5	2035
Ürdün	Sosyal medya paylaşımları	418	%86,4	66	%13,6	484
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	253	%74,2	88	%25,8	341

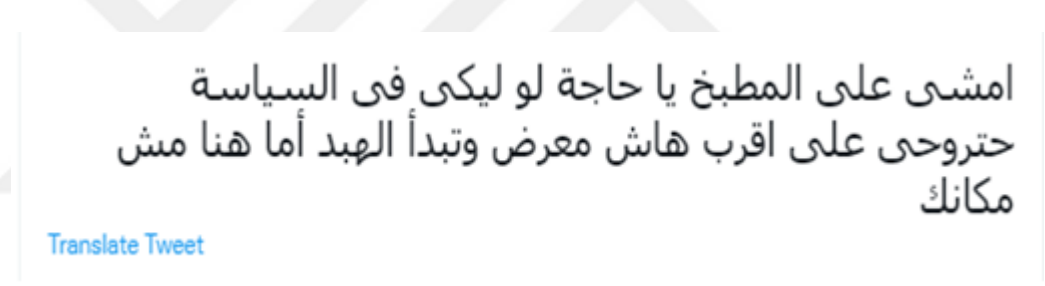
Analiz, tweeter'lardan “Yeriniz Mutfakta” kelimesinin bir cümle olarak kullanılmasıyla önemli ölçüde olumsuz terimler kullanıldığını göstermiştir. Ankete katılanlar, internette kadınların ortaya çıkmasıyla mücadele etmek için bu kelimeyi kullanmaya açık bir eğilime

sahiptir. Ek olarak, yapılabilecek tek şey mutfakta çalışmaktır, bu da kadınların sadece ev işlerine uygun olduğunu ve görüşlerini ifade etme veya haklarını talep edemediklerini gösterir.

Analiz, araba kullanan Suudi kadınlara yönelik bir kampanya için bir hashtag olduğu ortaya çıkmıştır. Suudi aktivistler, “kadınları reddetmenin nedenlerinin gelenek ve göreneklere aykırı olması” olduğunu ve kadının yerinin araba değil mutfak olduğunu söyleyerek kadının araba kullanmasına karşı çıkmışlardır. Genel olarak kadınların sadece mutfak işleriyle ilgili işler için uygun olduğunu yorumlamaktır.

Ürdün'de, kadınlar Dünya Kupası'nda takımdaki kadınların hiçbir şey yapamamakta olarak nitelendirilmesinin ardından Ürdün kadın futbol takımının kaybetmesinin ardından doğru yer mutfak futbol stadyumu değil “Yeriniz Mutfakta” hashtag'inin yayıldığı fark edilmiş.

Tablo 3.6. 1 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Mutfağa git burası senin doğru yerin değil. siyaset seni ilgilendirmez. aslında sosyal medya senin yerini değil
Etiketler	0
Yanıt	15
Retweet	16
Beğeni	103
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro yapı

Bu tweette kullanıcı, hashtag veya görsel destek kullanmadan düşüncelerini ifade etmek için basit ifadeler ve metaforlar kullanmıştır. Kullanıcı, Mısır'da kadınların siyasete katılımı ve siyasi sohbet hakkında düşüncelerini dile getirmiştir. Kadınlar gereksiz konular hakkında konuştuklarını ve sözlerinin çoğunun yalan olduğu söylenmektedir. Harf kelime seçimine baktığımızda metafor yoktur. Tek bir cümle mesajında nedensel bağlantı yoktur. Kanıt olarak haber veya fotoğraf yoktur.

B. Marko yapı

Mesajın şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin argo olduğu görülmektedir. Kullanıcının bu tweet'te ifade etmeye çalıştığı şeyle ilgili olarak, sosyal medyada siyasetle ilgili düşüncelerini ifade etmeye çalışmaktan ziyade kadınlar için doğru yerin mutfak olduğunu belirtti. öte yandan, başka bir yere gitmelerini ya da konuşup yalan söylemelerini önerir. Kadınların cinsiyetleri nedeniyle erkeklerle siyasi düşüncelerini paylaşımlarına izin verilmeyen nefret söylemi bu tweet'te yer almaktadır. Kullanıcı, kadınların iyi olabileceği tek yerin mutfak olduğunu söyleyerek kadınları küçümsemektedir.

Tablo 3.6. 2 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Doğru olan futbol hakkında konuşma #Yeriniz_Mutfakta
Etiketler	# Yeriniz_Mutfakta
Yanıt	8
Retweet	6
Beğeni	73
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro yapı

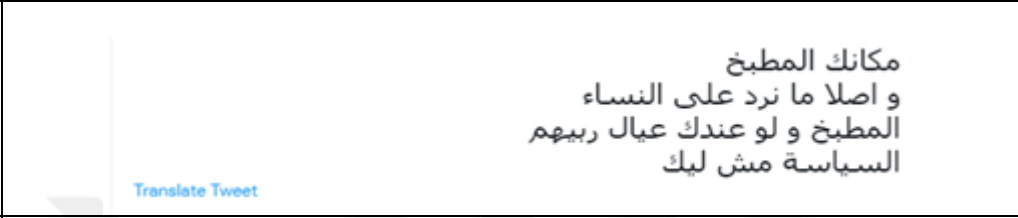
Sözcükler anlamlarının dışında kullanılmaz, imalar ve metaforlara yer verilmez. Mesaj tek bir cümleden oluşmakta ve nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Bu tweet, herhangi bir sanal destek eklemeden tek bir cümle ve bir hasheg içerir. Haklısın kadın olduğunu belirtmek için yorulan kullanıcı futboldan bahsetmemeli ve doğru yer mutfaktır.

B. Marko yapı

Tweeter'a göre kadınların Twitter'da tweet paylaşarak spor etkinliklerine katılması adil değildir. Bu, kadınlara yönelik nefret söylemini ve onlara spor (futbol) hakkında düşüncelerini paylaşma konusunda temel hakların verilmediğini gösteriyor ki bu da cinsiyet eşitliğinin olmadığını göstermektedir. Tweeter ayrıca kadınların yerinin mutfak olduğunu söyleyerek

tweetini desteklemek için bir hashtag kullanmıştır. Örneğin, bu cümle abartılı bir “olumlu benlik sunumu (Erkeklerin futbol hakkında konuşma hakkı vardır) - olumsuz diğer sunum (Kadınların futbol hakkında konuşma hakkı yoktur)” ifadesinin abartılı bir ifadesini içermektedir.

Tablo 3.6. 3 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Senin yerin mutfak Kadınlara cevap vermiyoruz Senin yerin mutfak ve çocukların varsa onları iyi bak ve terbiye ver Siyaset senin işin değil
Etiketler	#Yeriniz_Mutfakta
Yanıt	6
Retweet	68
Beğeni	84
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro yapı

Bu tweette ifade edilen görüş, 4 basit ifade içermektedir. Bu tweet'teki kullanıcı hasheg veya sanal destek kullanmamıştır. Kullanıcı, Suudi Arabistan'da kadınların yerinin mutfak olduğu, erkeklerin kadınlara cevap vermediği ve siyasetin kadınlara göre olmadığı konusunda fikirlerini dile getirmiştir. Kelime seçimine baktığımızda metafor yoktur. 4 kısa cümlelik bir mesajda nedensellik bağı yoktur. Kanıt olarak fotoğraf yoktur.

B. Marko yapı

Tweet'e göre kullanıcı, kadınları küçümseyen ifadeler kullandı ve kadınların siyasete karışmaması gerektiğini söyleyerek detaylandırmıştır. Buna ek olarak, kadınların çocuklara bakmalarını ve sadece mutfakta uygun oldukları yerde olmalarını önermiştir. Bu, kadınlara yönelik nefret söylemini, cinsiyet eşitsizliğine yol açan haklarını onlara vermeyecek şekilde göstermektedir. Kullanılan mesajın dili kadınlara hakarettir çünkü tweet 4 kısa cümleden oluşmakta ve her cümle kadına hakaret içermektedir. İlk cümlede sizin yerinizin toplumdaki kadın kıtlığının mutfaklığı olduğunu söylemektedir. İkinci cümle: Kadınlara cevap vermiyoruz ve

tweet'in kadınlara karşı kibri burada ortaya çıkmaktadır. Üçüncü cümle, mutfığa git ve çocukları büyüt, toplumda kadınların sosyal medyadan yasaklandığını ve tek işinin mutfak ve çocuk yetiştirmek olduğunu gösteriyor. Dördüncü cümle: Siyaset sizin değildir ve işte siyasete katılımın erkeklerle sınırlandırılması ve kadınların görüşlerini paylaşma haklarının olmadığını ifade etmektedir.

Tablo 3.6. 4 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Siyaset erkekler içindir, kadınlar için değil. Kadınların yeri mutfaktır. sen evlenmemişsin bir kız
Etiketler	# evlenmemişsin
Yanıt	6
Retweet	21
Beğeni	96
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

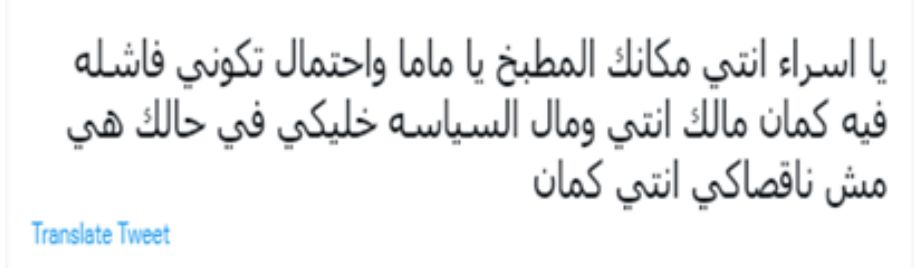
A. Mikro yapı

Bu tweette, kullanıcı bu konu hakkındaki fikrini paylaşmak için sadece bir cümle kullanmıştır. Kullanıcı, Suudi Arabistan'da siyasetle ilgili paylaşımlar yapmak için sosyal medyada değil, kadınlar için doğru yerin mutfak olduğunu söyleyerek görüşünü dile getirmiştir. Tek bir cümleden oluşan mesajda nedensellik ilişkisi yoktur. Mesajla ilgili paylaşılan tweet, mesajı paylaşan kişi tarafından önerisinin kanıtı olarak gösterilmektedir.

B. Makro yapı

Kullanıcı, tweet ile ilgili olarak siyasetin kadınlara göre olmadığını ve bu konuda konuşmaya hakları olmadığını belirtmektedir. Bu tweette kadınlara yönelik nefret söylemi siyasete katılım ve siyasi sohbettedir. Ayrıca bu tweet'teki nefret söylemi, Suudi Arabistan'da sosyal medyada fikir beyan etme aşamasında bile eşitsizliği gözler önüne sermektedir. Tweet, cinsiyete dayalı ayrımcılığı gösterekte, çünkü erkeklerin siyaset hakkında konuşmasına izin verilirken, kadınlar mutfakta ve siyasi görüşlerini ifade etmelerine izin verilmemektedir.

Tablo 3.6. 5 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Ey İsra, Yeriniz Mutfakta ve bunda başarısız olabilirsiniz Siyasetle alakasın yok. Sadece buna eksik bize
Etiketler	# Yeriniz_Mutfakta
Yanıt	7
Retweet	41
Beğeni	621
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

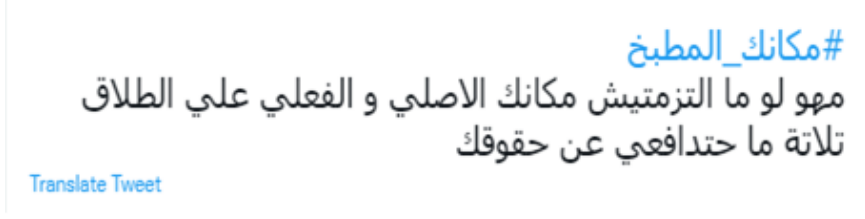
A. Mikro yapı

Kullanıcının bu tweet'te kullandığı ifadede basit ifadeler ve hashtag'siz tweet yer almıştır. Kullanıcı, kadınların yerinin mutfak olduğunu ve hatta bazen orasının iyi olmayabileceğini söyleyerek fikrini dile getirmiştir. Ayrıca kullanıcı, kadınların siyasette yer almaması gerektiğini belirtmektedir. Kadınların siyasete katılmasına izin verilmediğine dair hiçbir fotoğraf veya kanıt dahil edilmemiştir.

B. Makro yapı

Tweeter, kadınlara siyasetten uzak durmalarını ve kendilerine yakışan yere (mutfak) gitmelerini tavsiye etmiştir. Bu tweette gösterilen nefret söylemi kadın kadına karşıdır. Kadının mutfağa gitmesi gerektiğini söyleyen kullanıcı, bazen mutfak işlerinin bile kendileri için çalışmayacağını belirtmektedir.

Tablo 3.6. 6 “Yeriniz Mutfakta” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.

	
Tweet	# Yeriniz_Mutfakta Doğru yerde, yani mutfakta olmalısın, doğru yerdeysen o zaman haklarını savunabilirsin
Etiketler	# Yeriniz_Mutfakta
Yanıt	7
Retweet	41
Beğeni	311
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Tweet, sessiz kalmak için kadınlara yönelik tehdit edici bir dil kullanmaktadır. Cümleler basit, kısa ve mecazi olarak anlamı ifade etmektedir. Tweet bir hashtag ile başlar ve bu, hedef kitlenin dikkatini çekmeye yardımcı olur. Gönderinin metninin sözdizimsel analizinden sonra genellikle "Sana hakkını vereceğim" ve "yerinde ol" gibi etkin fiillerin tercih edildiği, cümlelerin basit ve kısa bir yapıda oluşturulduğu görülmüştür.

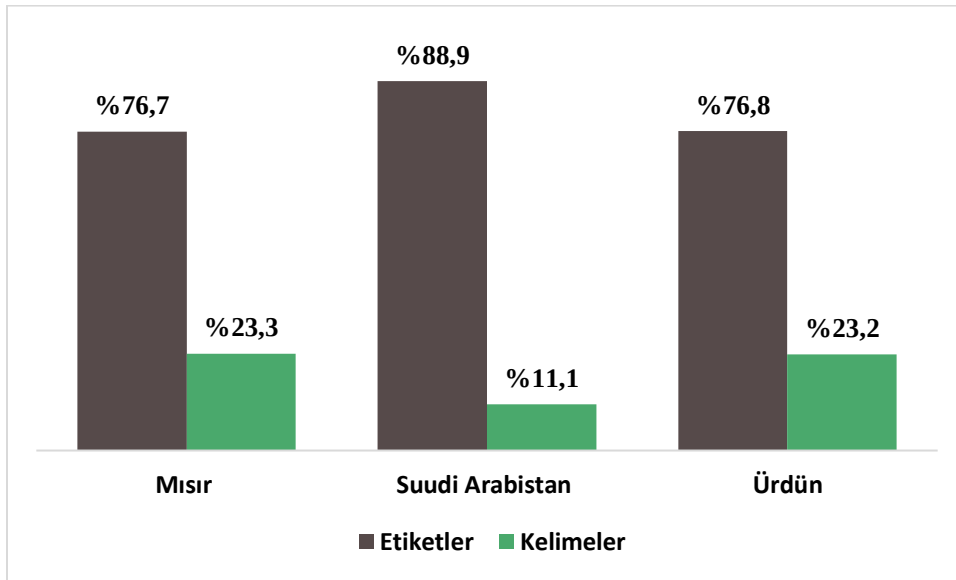
B. Makro Yapı

Mesajın şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin tehdit edici dil olduğu görülmektedir. Kullanıcı tehditkar bir şekilde, kadınların haklarını aramak için kullanabilecekleri tek yer olan mutfak olan mutfağa gitmelerini ister. Nefret söylemi bu tweet'te kadının mutfaktaki yeri, kendilerine uygun tek yer olduğu için belinden çıkmaktadır. Ayrıca ancak erkeklerden izin aldıktan sonra haklarını talep edebilirler.

Kelime NO: 4 (انتی بنت) SEN BİR KIZSIN

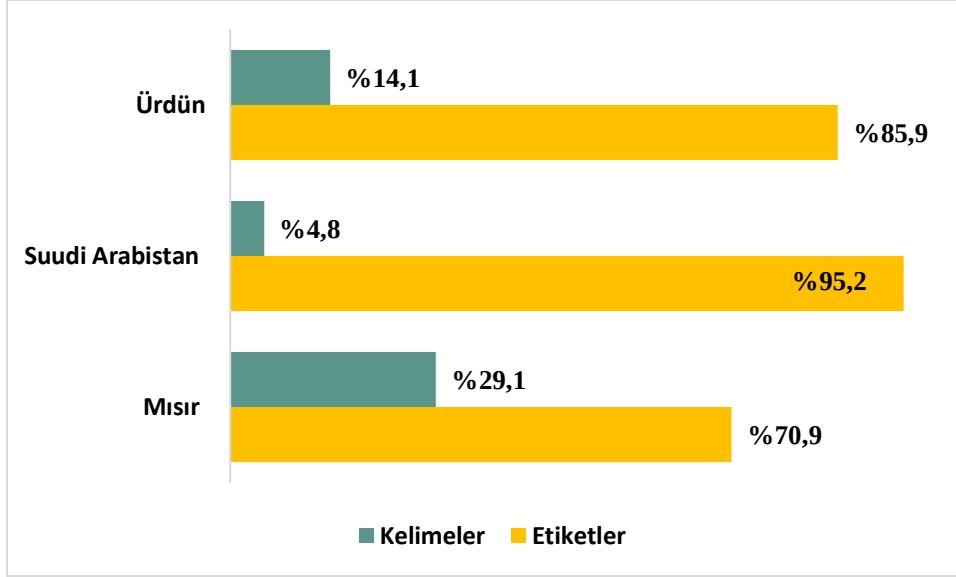
“Sen Bir Kızısın” kelimesine göre hashtag ve anahtar kelimelerle çalışma örnekleminde toplam 29140 tweet incelendikten sonra, çalışma süresi boyunca bunların arasında %72.1

(20996) hashtag ve %27.9 (8144) anahtar kelime vardır. Aşağıdaki şekil 3.7. Mısır'da hashtag'li nefret söylemi içeren tweet'lerin yüzde 76,7'si varken, tweet'lerin yüzde 23,3'ünde sadece kelimelerle (herhangi bir hashtag olmadan) nefret söylemi bulunduğunu göstermektedir. Suudi Arabistan'da tweet'lerin %88,9'unun hashtag'li kadınlara yönelik nefret söylemi içerdiği ve tweet'lerin %11,1'inin hashtag'siz nefret söylemi içerdiği görülmektedir. Ürdün'de hashtag'lerin de yer aldığı nefret söylemi içeren tweetlerin yüzde 76,8 ile en yüksek yüzdesinin, sadece anahtar kelime içeren tweetlerin oranının ise yüzde 23,2 olduğu görülmektedir.



Şekil 3.7 “Sen bir kızsın” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren tweet sayısı.

Şekil 3.8.'de görüldüğü gibi Mısır'da hashtag içeren tweetlerin %70,9'u, hashtag'i olmayan kelimelerin ise %29,1'i retweet edilmiştir. Suudi Arabistan'da nefret söylemi içeren ve hashtag'i bulunan tweet'lerin %95,2,7'si retweet edildi, “Sen Bir Kızsın” kelimesiyle ilgili hashtag'siz tweet'lerin ise %4,8'i retweet edilmiştir. Sonuçlar, hashtag'li nefret söylemi tweetlerinin %85,9'unun retweet edildiğini, hashtag'siz bu kelimelerin ise %14,1'inin retweet edildiğini göstermiştir.



Şekil 3.8 “Sen bir kızsın” ifadesiyle ilgili nefret söylemi içeren Retweet Sayısı.

Ayrıca nefret söylemi içeren “Sen Bir Kızgın” tweetlerinin diğer sosyal medya platformlarında paylaşıp paylaşılmadığına ve görsel medya içerip içermediğine ilişkin Tablo 3.7. Mısır'da nefret söylemi içeren tweetlerin %89'unun sosyal medyada paylaşıldığını ve %95,3'ünün fotoğraf ve video içerdiğini göstermiştir. Hashtag'siz tweet'lerin %11'i sosyal medyada paylaşılmış ve %4,7'sinde fotoğraf ve videolara yer verilmiştir. Analiz, Suudi Arabistan'da Hashtag'lerin tweet'lerinin %78,7'sinin sosyal medyada paylaşıldığını ve %89,7'sinin görsel medyayı (fotoğraflar ve videolar) içerdiğini ortaya koymuştur. Hashtag'siz nefret söylemi tweetlerinin %21,3'ü sosyal medyada paylaşılırken, %10,3'ü fotoğraf ve videolarda yer almıştır. Ürdün'de nefret söylemi içeren tweet'lerin %75,8'i sosyal medyada paylaşılmış ve %79,6'sı görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içermektedir. Anahtar kelime tweetleri ile ilgili olarak, sosyal medyada %24,2'si paylaşılırken, %20,4'ünde fotoğraf ve videolara yer verilmiştir.

Tablo 3. 7 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve “Sen Bir Kızgın” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoların yer aldığı tweet sayısı.

Ülke	Kategoriler	Etiketler		Kelimeler		Toplam
Mısır	Sosyal medya	1364	%89,0	168	%11,0	1532

	paylaşımları					
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	732	%95,3	36	%4,7	768
Suudi Arabistan	Sosyal medya paylaşımları	280	%78,7	76	%21,3	356
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	244	%89,7	28	%10,3	272
Ürdün	Sosyal medya paylaşımları	688	%75,8	220	%24,2	908
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	172	%79,6	44	%20,4	216

Twitter'daki birçok tweet (sen bir kızsın) bu cümleyi onları sosyal risklerden korkutmak veya pek çok görevi yapamamalarını anlatmak için kullanmıştır. Tweetler analiz edildikten sonra, bu kelimenin kadınları küçümsemek için kullanıldığı ve cinsiyetleri nedeniyle bazı sosyal eylemlere veya faaliyetlere katılmamaları gerektiği tespit edilmiştir. Bu, toplumun ataerkil olduğunu ve sosyal medya platformlarında kadınlara saygı duymadığını göstermektedir. Kadınların sırf kadın oldukları için ellerinden alınan bazı hakları olduğuna dikkat çekilmiştir. Ve bu hakların sadece erkekler için olduğunu ve bu uluslararası yasalara ve insan haklarına aykırıdır.

Tablo 3.8. 1 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Merhaba Topluluğum -Evet Nefes Alabilir Miyim? - Yazık, Sen Bir Kızsın Tamam Yorum: Evet, Sen Bir Kızsın Ve Düşünceni Sosyal Medyada Paylaşmak Ayıp. Kızlar Kendilerine Saygı Duymalı Ve Erkeklerin İşlerine Karışmamalı.
Etiketler	
Yanıt	1
Retweet	7
Beğeni	57
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

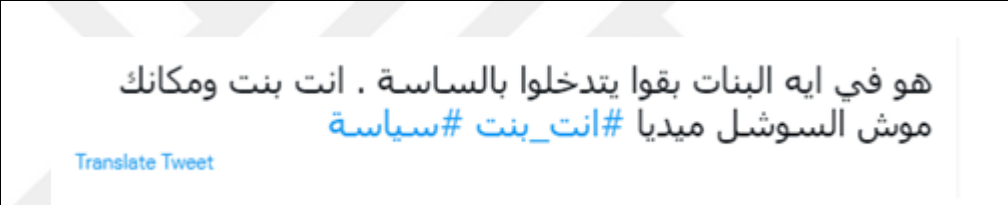
A. Mikro Yapı

Tweet, kızın kendisi ve topluluk arasında mecazi olarak basit haklarını sorduğu bir tartışmadır. Tweet'ini yeniden yayınlarken ve takipçilerinden birinin yorumunu yazarken, toplumsal cinsiyet eşitsizliği hakkında sözlerle yanıt vermek için topluluğu somutlaştırmaktadır. Bu tweette kullanılan cümleler herhangi bir hashtag veya görsel içermeyen basit, kısa, mecazi cümlelerdir. Tartışma tarzı yapı itibarıyla dikkat çekicidir.

B. Makro Yapı

Bu tweette kadınlar toplumda marjinalleştiriliyor ve hayatın çeşitli alanlarında nefes alacak kadar tüm hakları verilmemiş. Kadınlar bu tür topluluklarda çok acı çekiyor ama susmaktan ve sabırdan başka çareleri yoktur. Bu tweete cevaben kullanıcı (diğer kullanıcının bir kadın olduğunu belirterek), kadınların sosyal medya platformlarını temel haklarını aramak için kullanmalarının ayıp olduğunu, sadece saygı göstermeleri ve kendilerini erkeklerle kıyaslamamaları gerektiğini söylemektedir. Bu da toplumsal kültürün, kadınların haklarını aramalarını, susturmalarını, cinsiyetlerinden dolayı düşüncelerini paylaşmalarına izin vermeyen nefret söylemini nasıl yarattığını göstermektedir.

Tablo 3.8. 2 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.

	
Tweet	N'aber, kızlar siyaset konuşuyor. Sen bir kızsın ve yerin sosyal medya değil
Etiketler	#Sen _bir _kızsın #Siyaset
Yanıt	34
Retweet	21
Beğeni	99
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Tweet iki basit kısa cümleden oluşmaktadır. Bu tweet metafor kullanmaz ve hashtag içerir. Kullanıcı bir resim veya emoji kullanmamıştır. Bu tweet'te kullanılan stil, mesajları hızlı bir şekilde iletmek için basit ve açıktır. Siyasete katılımın cinsiyete bağlı olduğuna dair bir kanıt olmadığı için iki cümlelik tweet'te nedensellik ilişkisi yoktur.

B. Makro Yapı

N'aber, kızlar siyaset konuşuyor. Sen bir kızsın ve sosyal medya senin yerin değildir. Cinsiyet eşitsizliğine ek olarak, tweet ayrıca kadınlara yönelik nefret söylemini de ortaya koymaktadır. Kadınları sosyal medyada susturmaya çalışırken ve kadın oldukları için siyasi görüşlerini paylaşmamalarını isterken kadınların bu konulara girmesine izin verilmemektedir.

Tweet'teki dil, siyasi katılım hakkına sahip olanlar (erkekler) ve buna hakkı olmayanlar (kadınlar) arasında ayrım yapan ırkçı söylemin kullanıldığı, kadınların marjinalleştirilmesinin dilidir.

Tablo 3.8. 3 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Çünkü sen bir kızsın ve seyahat etme hakkın yok
Etiketler	#sen bir kızsın
Yanıt	17
Retweet	11
Beğeni	86
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

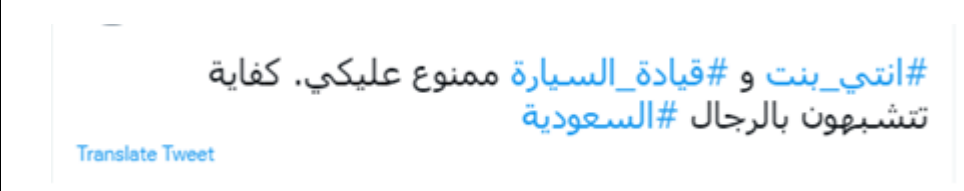
Tweet kısa bir cümledir ve konunun önemini vurgulamak için başında bir hashtag içerir. Bu tweette hakların verilmesinin cinsiyete dayalı olduğu ve burada kadın düşmanlığı söylemi ortaya çıkmakta, çünkü tweet'in yazarı kadının toplumdaki zayıflığını ve haklarını elde etmek için erkeklerden izin almaları gerektiğini göstermektedir ve bu cinsiyetlerinden dolayıdır.

B. Makro Yapı

“Sen bir kızsın ve seyahat etme hakkın yok”

Bu tweet'te bir kız olan kullanıcının, cinsiyetleri nedeniyle kızların seyahat etme haklarının olmadığını söylediği görülmektedir. Bu ifade, toplumda hakim olan, bazı hakların veya eylemlerin erkeklerle sınırlı olduğu ve kadınların cinsiyetleri nedeniyle bunu yapmaması gereken kültürden gelmektedir. Kadınlardan kadınlara yönelik nefret söylemi olduğu görülmektedir ve bu durum, ilki ayrımcılık konusunda çocuk yetiştiren toplum ve kadınların birbirine karşı kıskançlığı olmak üzere birçok faktörle açıklanabilir. bazı kızların hakları tamamen olduğu için ve bundan mahrum olanlar için diğerlerinden nefret etmektedir.

Tablo 3.8. 4 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Sen bir kızsın, bu yüzden araba kullanmak sana yasak. Erkek gibi görünmeye çalışmak yeterli.
Etiketler	#Sen_bir_kızsın # araba_kullanmak # Suudi_Arabistan
Yanıt	49
Retweet	68
Beğeni	279
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Tweet iki kısa cümle içermektedir. Tweet herhangi bir metafor kelimesi içermemektedir. Suudi Arabistan'da kadınların araba kullanmasına karşı çıkmakla ilgili, gerekli mesajı kolayca ileten net bir yöntem kullanmaktır. Tweetin şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin argo olduğu ve bu cümle türünün takipçilere en yakın olduğu görülmektedir.

B. Makro Yapı

Bu tweet Suudi kadınların araba kullanma hakkı taleplerini anlatıyor ve araba kullanma hakkını talep eden kadınlara yönelik nefret söylemini göstermektedir. Tweet, araba kullanmayı talep eden kadınları erkek gibi tanımlamakta ve burada hak eşitsizliği, kadınların haklarını talep etmelerini engellemek için nefret söylemi kullanımına ek olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.8. 5 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.

Tweet	Herhangi bir müdahale olmadan fikrimi yazmam mümkün mü? Yourum: Tabii ki kız olduğun için ve senin yerin mutfak olduğu için yasak
Etiketler	0
Yanıt	19
Retweet	1
Beğeni	144
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Tweette soru tarzı kullanılmış, cümleler basit ve mecazi kelimeler kullanılmamış, hashtag veya resim kullanılmamış ve sadece emoji kullanılmıştır. İletinin şematik yapısına bakıldığında kullanılan ifade dilinin argo olduğu ve bunun da ağırlıklı olarak kamuoyuna yönelik olması nedeniyle tweetin içeriği ile ilgili olduğu görülmektedir.

B. Makro Yapı

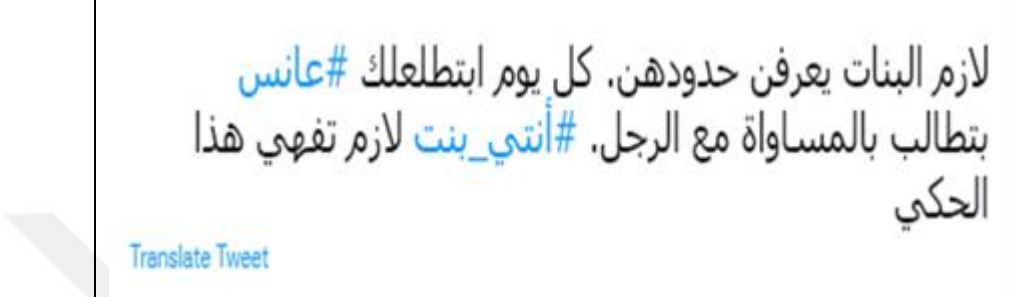
Kız bu tweet aracılığıyla herhangi bir müdahalede bulunmadan fikrini yazmasını mı istiyor?

Cevap şudur: Tabii ki yasak çünkü sen bir kızsın ve senin yerin mutfaktır.

Bu tweette cinsiyetler arasındaki hak eşitsizliğinin yanı sıra erkekler tarafından kadınlara yönelik nefret söylemi vardır. Tweet, kadınların sosyal medya platformlarında değil, sosyal medyada

görünmelerinin veya fikir beyan etmelerinin cinsiyetleri nedeniyle ve kadınlara ayrılan yerin mutlak olması nedeniyle yasak olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.8. 6 “Sen Bir Kızsın” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Kızlar sınırlarını bilmeli. Her gün bir kız kurusu erkeklerle eşitlik talep eder. Sen bir kızsın, bunu anlamalısın
Etiketler	#evlenmemiş #Sen_bir_kızsın
Yanıt	8
Retweet	7
Beğeni	137
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Tweet üç basit ve kısa cümle içermektedir. Hashtag kullanımına ek olarak mecazi stil kullanımı. Tweet, resim veya emoji içermemektedir. Üç kısa cümleden oluşan bir tweet'te nedensellik ilişkisi yoktur. Çünkü sosyal statü ile hak iddiası arasında bir ilişki yoktur. Bu tweet'te, tweet'in yazarı kadınlardan eşitlik talep etmemelerini isterken, kadınlara yönelik nefreti körükleyen sözlerle cinsiyete dayalı ayrımcılık yapılmaktadır.

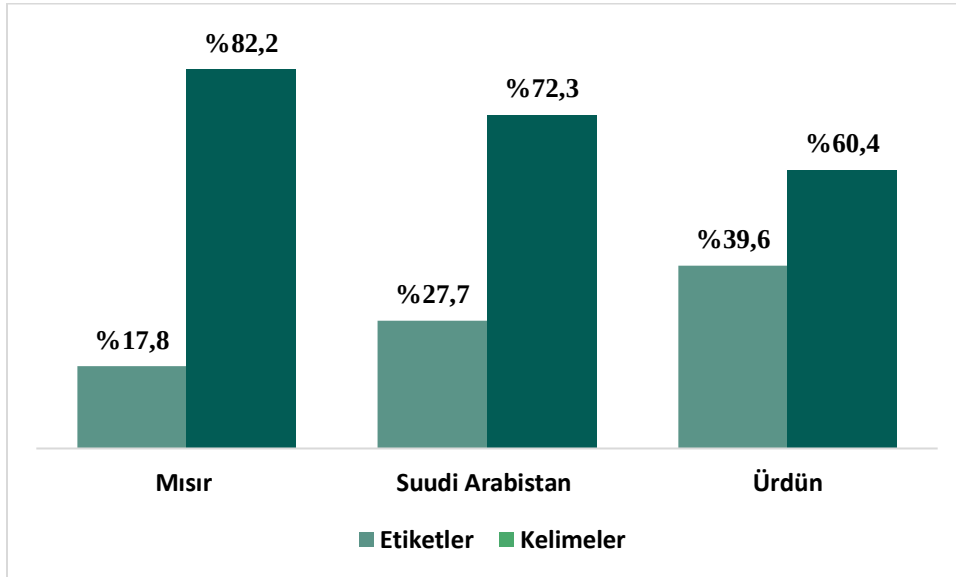
B. Makro Yapı

Tweet, kadınların erkeklerle eşit haklar talep etmemesi gerektiğini söylemekte ve bunu talep edenleri de kız kurusu olarak tanımlamakta, yani hiçbir yararı olmadığı için kendini erkeklerle karşılaştırmaktadır. Tweet'e göre eşitsizlik cinsiyetten kaynaklanıyor, yani kızın erkekten aşağı olmasıdır. Burada kadınlara yönelik nefret söylemi, haklarını talep etmelerini engelleyerek ortaya çıkmakta ve sadece bunu talep edenlerin evli olmadığı, yani yerine getirme ve kendini erkeklerle kıyaslama sorumlulukları olmayan kadınlardır.

Dikkat çekici bir şekilde, önceki tweetlerde, erkeklere her şeyi yapmalarına izin veren toplumsal kültürden kaynaklanan kadın ve erkek haklarında eşitsizlik vardır. Kadınlara gelince, cinsiyetleri kadın olduğu ve yaptıkları her iş ayıp olduğu için eylemlerine kısıtlamalar getirilmektedir. Kadınları susturmak, seyahat etmek, fikirlerini ifade etmek gibi temel hakları vermemek için kullanılan kelimelerle kadınlara yönelik nefret söylemi sergilenmektedir.

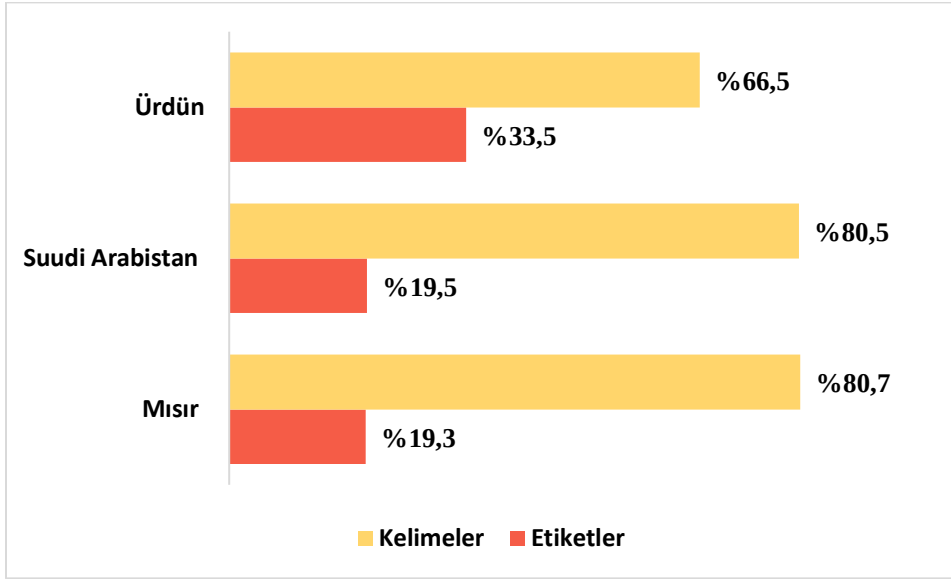
Kelime NO: 5 (ناقصات عقل) AKLI NOKSANDIR

“Akli Noksandır” ناقصات عقل kelimesine göre hashtag ve anahtar kelimeler içeren çalışma örneklemindeki toplam 19812 tweet'i inceledikten sonra, bunların arasında %37,7 (7462) hashtag ve %62,3 (12350) anahtar kelime olmuştur. Aşağıdaki şekil 3.9. Mısır'da hashtag'li nefret söylemi içeren toplam tweet'lerin yüzde 17,8'i bulunurken, sadece kelimelerle (herhangi bir hashtag olmadan) nefret söylemi içeren yüzde 82,2'lik bir oran vardır. Suudi Arabistan'da tweet'lerin %27,7'sinin hashtag'li kadınlara yönelik nefret söylemi içerdiği ve tweet'lerin %72,3'ünün hashtag'siz nefret söylemi içerdiği görülmektedir. Ürdün'de, nefret söylemi içeren tweetlerin en yüksek yüzdesinin %60,4 ile hashtag içermeyen tweetlerin atıldığı, hashtag içeren tweetlerin oranının ise %39,6 olduğu görülmektedir.



Şekil 3.9 Nefret söylemi içeren “Akli Noksandır” ifadesiyle ilgili tweet sayısı.

Şekil 3.10'da gösterildiği gibi. Mısır'da hashtag içeren tweet'lerin %19,3'ü, hashtag'i olmayan kelimelerin ise %80,7'si retweet edilmiştir. Suudi Arabistan'da nefret söylemi içeren ve hashtag'i bulunan tweet'lerin %19,5'i retweet edildi, aklı noksandır ifadesiyle ilgili hashtag'i içermeyen tweet'lerin %80,5'i retweet edilmiştir. Sonuçlar, hashtag'li tweet'lerin sadece %33,5'inin retweet edildiğini, Aklı Noksandır kelimesinin ise %66,5'inin retweet edildiğini göstermiştir.



Şekil 3.10 Nefret söylemi içeren “Aklı Noksandır” kelimeye ilişkin Retweet sayısı.

“Aklı Noksandır” kelimesinin diğer sosyal medya platformlarında paylaşımına ek olarak görsel medya içerip içermediğine ilişkin Tablo 3.9. Mısır'da hashtag'li toplam nefret söylemi tweetlerinin %15'inin sosyal medyada paylaşıldığını ve %25,9'unun fotoğraf ve video içerdiğini göstermektedir. Hashtag'siz nefret söylemi tweetlerinin %85'i sosyal medyada paylaşılmış ve %74,1'i fotoğraf ve videolara dahil edilmiştir. Analiz, Suudi Arabistan'da Hashtag'lerin %10,3'ünün sosyal medyada paylaşıldığını ve %5,8'inin görsel medyayı (fotoğraflar ve videolar) içerdiğini ortaya koymuştur. Hashtag'siz nefret söylemi tweetlerinin %89,7'si sosyal medyada paylaşılrken, %94,2'sinde fotoğraf ve videolara yer verilmiştir. Ürdün'de nefret söylemi içeren tweetlerin %47,5'i sosyal medyada paylaşıldı ve %15,8'i görsel medyayı (fotoğraf ve videolar) içermektedir. Anahtar kelime tweetleri ile ilgili olarak sosyal medyada %52,5 paylaşılrken, %84,2 fotoğraf ve videolara yer verilmiştir.

Tablo 3. 9 Sosyal medyada paylaşılanların sayısı ve tweetlerin sayısı “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili fotoğraf ve videoları içermekte

Ülke	Kategoriler	Etiketler		Kelimeler		Toplam
Mısır	Sosyal medya paylaşımları	152	%15,0	864	%85,0	1016
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	148	%25,9	424	%74,1	572
Suudi Arabistan	Sosyal medya paylaşımları	344	%10,3	3008	%89,7	3352
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	168	%5,8	2724	%94,2	2892
Ürdün	Sosyal medya paylaşımları	112	%47,5	124	%52,5	236
	Görselli tweetler (video / fotoğraf)	48	%15,8	256	%84,2	304

"Aklı Noksandır" cümlesi, kadınlara iftira atan ve küçük düşürülen bir sıfatı ifade etmek için kullanıldığından, bu kelimenin kadınları küçümseme, alay etme, alay etme bağlamında kullanıldığına dikkat çekilmiştir. Bu kelimeyi (Aklı Noksandır) kadınları hayatı akılcı bir şekilde yönetememekle ve meseleleri yargılamada tamamen duygusal olmakla suçlamak için kullanmanın yanı sıra, erkeklere göre aptallık veya düşük IQ ile karakterize edilmeleri ve bu anlamların şu şekilde bir hale gelmesidir.

Tablo 3.10. 1 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 1. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Mısır her alanda gelişmesine rağmen, kadınlar zihinsel olarak yetersiz kalıyor. Bu ülkenin en iyisi adamlarıdır.
Etiketler	# aklı_noksandır #erkekler
Yanıt	27
Retweet	17
Beğeni	384
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Tweet basit, mecazi olmayan bir soru cümlesi kullanmaktadır. Tweet iki cümleden oluşmaktadır. Her cümlenin bir hashtag'i vardır. Kullanıcı resim, emoji veya video kullanılmamıştır. Tweet, herhangi bir gerçek tarafından desteklenmeyen bilgiler içermektedir.

B. Makro Yapı

Kullanıcının görüşüne göre Mısır, her düzeyde ilerlemesine rağmen, ancak kadınlar hala zihinsel olarak yetersiz kalmaktadır. Kullanıcı, ülkenin tanık olduğu geri kalmışlığın kadınlardan olduğunu düşünerek, ülkenin sadece erkeklerle ilerlediğini ve zenginleştiğini de eklediğinden, burada kadına yönelik nefret söylemi ortaya çıkmaktadır.

Tweet'teki resim, güçlü görünen bir adam ve boks torbasında duran bir kadının karikatürü, işte erkeklerin güçlü ve kadınların çok zayıf olduğunun ve erkeklerin kadınları kontrol edenlerin bir göstergesi olduğunu ve bu da Mısır'ın sadece erkeklerle güçlü olduğu tweetinde belirtilenleri doğrulamak içindir. Görüntüde siyah kullanımı gücü gösterir.

Tablo 3.10. 2 “Akıllı Noksandır” ifadesiyle ilgili 2. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Politika senin işin değil. Kadınların akıllı noksandır olduğunu bilmiyor musun? Yeriniz mutfak, siyaset değil mutfakta bile başarılı olamayabilirsiniz.
Etiketler	#Kadınlar #akıllı_noksandır
Yanıt	23
Retweet	8
Beğeni	261
Tweetin gönderildiği ülke	Mısır

A. Mikro Yapı

Hashtag ve görsellere ek olarak tweet iki basit cümle içermektedir. Metafor kullanılmamış, görsel tweet fikrini desteklemek için mecazi olarak kullanılmıştır.

B. Makro Yapı

Kullanıcı, kadınların zihinsel olarak yetersiz oldukları ve erkekler gibi düşüncelerini ifade etme yeteneğine sahip olmadıkları için siyasi işlere karışmalarına karşı çıkmaktadır. Bu tweet'te kullanıcı, kadının mutfaktaki yerini belirterek, mutfak işlerinin bile yürümeyeceğini

belirterek, yanmış yemek resmini ekleyerek fikrini destekliyor. Kadınların ev işlerini yapma becerisine sahip olmadığının mecazi bir göstergesidir. Bu tweette kadınlara yönelik nefret söylemi, onları eksik ve sosyal medyada görünmeye hakları yok olarak tanımlayarak ortaya çıkmaktadır.

Tweet'e eklenen resim yanmış yiyeceklere ait ve bu resim mecazi olarak kadınların mutfak işlerini yapamayacak kadar zayıflıklarını göstermektedir. Bu, tweet'te kadınların siyasetten anlamadıklarını ve yerlerinin mutfak olduğunu ve bunu tam olarak yapamayacaklarını doğrulamaktadır.

Tablo 3.10. 3 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 3. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Kadımlar aklı noksandır olduklarını söylediğimizde çıldırıyorlar.
Etiketler	0
Yanıt	39
Retweet	16
Beğeni	17
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Tweet, figüratif olmayan ve sadece 4 kelimelik (Arapça olarak) çok kısa bir cümleden oluşmaktadır. Herhangi bir hashtag veya emoji yok, tweet, istediği fikri kanıtlamak için kızlardan birinin hesabından çekilmiş bir fotoğraf içermektedir.

B. Makro Yapı

Kullanıcı, arkadaşının fiilen katılamadığı için bir poster şeklinde oluşturduğu arkadaşlarından birinin (o bir şarkıcı) resmi de dahil olmak üzere akşam yemeğinin bir resmini yayınlamıştır. Bundan yola çıkarak, akşam yemeğini kendisiyle paylaşan ünlü bir kişinin olduğunu takipçilerine göstermek istemiştir. Tweeter'lardan biri bu resmi yeniden yayınladı ve böyle bir eylemin (yemek masasına bir poster koymak) fikir sahibinin cehaletini ifade ettiğini ve onu eksik bir zihne sahip olarak nitelendirdiğini düşünmüştür. Ve kadınların (aklı noksandır) olarak nitelenmesi durumunda üzülmemesi gerekir, çünkü bu tür davranışlar erkeklerden çıkmaz ve bu tür saçmalıkları sadece kadınlar yapar.

Görüntü, ünlü bir şarkıcının stereoskopik görüntüsüne sahip bir yemek masasıdır, tweet bu görüntünün çözümü etrafında döner, çünkü hesaplardan biri tarafından bu şarkıcının akşam yemeğini paylaştığını takipçilerinin önünde göstermek için yayınlanmıştır. Kadınların akıllarının noksan olduğunu ve bu tür eylemlerin sadece düşüncede sınırlı oldukları için kadınların yapıldığını düşünmektedir.

Tablo 3.10. 4 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 4. Tweetin Analizi.

Tweet	Kadınlara bir soru: Neden intihar etmeyi düşünüyorsunuz ve bunun sizi neden rahatlattığını düşünüyorsunuz? Cevap: Çünkü onlar Aklı Noksandır ve bazen kadınlar aptalca düşünürler.

Etiketler	0
Yanıt	9
Retweet	29
Beğeni	43
Tweetin gönderildiği ülke	Suudi Arabistan

A. Mikro Yapı

Tweet, kadınlara yönelik bir sorudur. Kadınlardan birinin bu soruya verdiği cevaba ek olarak. Kullanılan cümleler basit ve mecazi olmayan cümlelerdir. Hashtag, fotoğraf, video veya emoji yoktur.

B. Makro Yapı

Tweet, kadınlara intihar etme nedenleriyle ilgili bir sorudur ve kadınlardan birinin cevabı, nedeninin kadınların Akı Noksandır olduğu ve düşünme biçimlerinin aptalca olduğu şeklindedir. Bu tweet'te dikkat çeken şey, kadınların cinsiyetleri nedeniyle aptal ve akılsız olarak nitelendirildiği kadınlara yönelik nefret söylemidir.

Tablo 3.10. 5 “Aklı Noksandır” ifadesiyle ilgili 5. Tweetin Analizi.

	المشكلة انهم يزعلون اذا قلنا لهم " ناقصات عقل " #اختاه_مكانك_المطبخ #اختاه_مووووتني Translate Tweet  عقون اي فريق هذا ؟❤❤❤❤❤ 5 mins ago from Riyadh فلاي ايميراتس :- 5 mins ago from Riyadh
Tweet	Sorun şu ki, kadınlar "aklı noksandır" söylersek üzülrler. Sorun şu ki, "aklı noksandır" dersek kadınlar üzülüyor.
Etiketler	# Yeriniz_Mutfakta #cehenneme git
Yanıt	42
Retweet	26
Beğeni	399
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Tweet, resim ve hashtag kullanımıyla kanıtlanmış, mecazi olmayan basit bir cümleden oluşmaktadır. Sözcükler anlamlarının dışında kullanılmamış, metaforlara yer verilmemiştir.

B. Makro Yapı

Kullanıcı, Fly Emirates'e sponsor olan dünyaca ünlü Avrupa kulüplerinden birinin formasını giyen bir futbolcunun bulunduğu bir resim yayınlamıştır. Fotoğrafta, bir bayanın

insanlara bu oyuncunun oynadığı takımın adını soran bir yorumu vardı. Başka bir kız, takımın adının formanın ön tarafında görünen 'Fly Emirates' olduğunu yanıtladı. Kullanıcının yanıtı, kadınların zihinleri eksik olarak tanımlanırsa üzüldüğü ve bunu söyleyerek kadınların hiçbir şey anlamadığını kastettiği olmuştur. Tweet, kadınların ev işlerinden başka bir şeyden anlamadığını bir kez daha belirtmek için kadının yerinin mutfak olduğunu söyleyen bir hashtag içermektedir. Burada kadınların hiçbir şeyden anlamadığı ve tek yapabildikleri mutfak işi olduğu nefret söylemi ortaya çıkmaktadır.

Tweet genellikle ünlü bir futbolcunun fotoğrafından bahsetmektedir. Takipçilerinden biri oynadığı takımın adını sorar ve bir takipçisinden takımın adının takımı destekleyen sponsorun adı olan "Fly Emirates" olduğu cevabını alır. Bu resim nefret söylemi yaymak için yorumla birlikte kullanıldı, çünkü böyle bir cevabın kadın aklının Noksanlığını gösterdiğini göstermektedir. Akıllarının mecazi bir göstergesi olarak takımın adı ile sponsoru ayırt edemedikleri içindir.

Tablo 3.10. 6 “Akıllı Noksandır” ifadesiyle ilgili 6. Tweetin Analizi.

	
Tweet	Kadınların Akıllı Noksandır olduğunu kanıtlıyorsunuz.
Etiketler	0
Yanıt	9
Retweet	0
Beğeni	83
Tweetin gönderildiği ülke	Ürdün

A. Mikro Yapı

Bu tweette anlam dışında hiçbir kelime kullanılmamış, herhangi bir ipucu veya metafora yer verilmemiştir. Mesaj tek bir cümleden oluşur, nedensellik ilişkisi yoktur. Hashtage veya vasual medya yoktur.

B. Makro Yapı

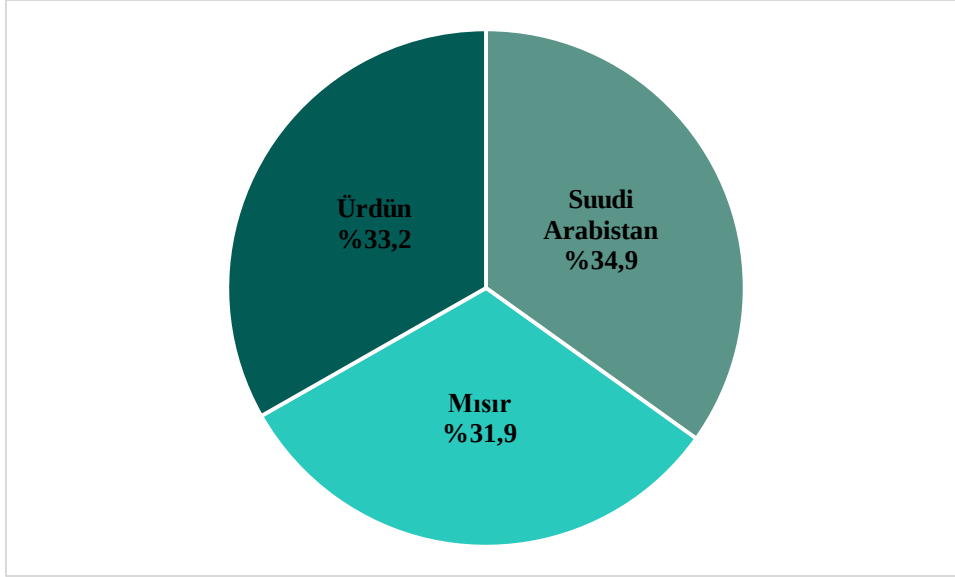
Tweet Kadınların Zihinlerinin Kusurlu Olduğunu Kanıtlıyorsunuz. Bu tweet için bir sebep yok. Kadının toplumdaki statüsünü düşürmek isteyen ve onu akıl eksikliği olarak tanımlayan kullanıcının bir görüşüdür. Bu tweet'teki nefret söylemi erkeklerin de sebepsiz yere kadınlara karşı tweet attığını göstermektedir.

Daha önceki tweetlerin analizinde, kadınları aşağılamak için "akılsız" ifadesinin kullanıldığı, bu kelimenin kadınlarla alay etmek için kullanıldığı belirtilmişti. Bu kelimeyi (Akılsız) kullanmanın yanı sıra, kadınların aptallık ve akılsızlık ile karakterize oldukları için günlük yaşam işlerini yapamamalarını gösterir.

3.6.2. Alan araştırması (Anket Tekniği)

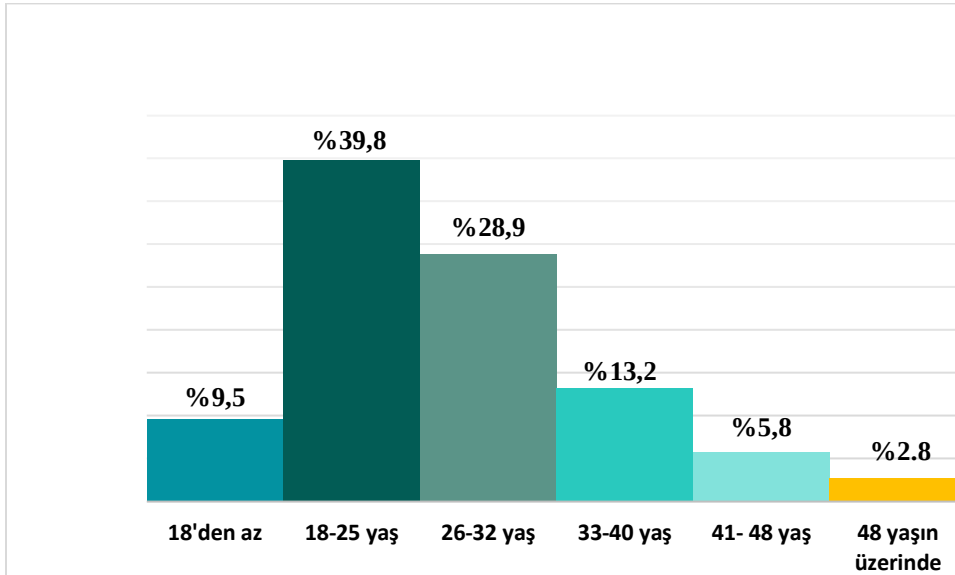
Bu bölüm, Orta Doğu'daki kadınların deneyimlerini ve son 4 yılda çevrimiçi nefret söylemine maruz kalmalarına ilişkin bulguları sunar. Ayrıca, nefret içeriğinin neden algılandığı ve sosyal medya platformlarında nefret söylemi olarak değerlendirilen bir gönderi veya içerik için herhangi bir tepki alıp almadıklarını da bildirir.

Anket, çevrimiçi bir Anket aracılığıyla veri toplamak üzere tasarlanmış olup, Mısır, Ürdün ve Suudi Arabistan'daki kadınlara yönelik tasarlanmış ve dağıtılmıştır (çalışma örneği). Toplam 3850 yanıt toplanmış, analize yalnızca 3640 yanıt dahil edilmiştir. 210 anket ise eksik ve makul cevapları olmadığı için hariç tutulmuştur. Şekil 3,11, ülkelere göre anket katılımcılarının yanıtlarını göstermektedir. Yakın katılım oranlarını yansıtan Suudi Arabistan'dan %34,9 (1270 Yanıt), Mısır'dan %31,9 (1160 Yanıt) ve Ürdün'den %33,2 (1210 Yanıt).



Şekil 3.11 Anket katılımcıları için menşe ülke.

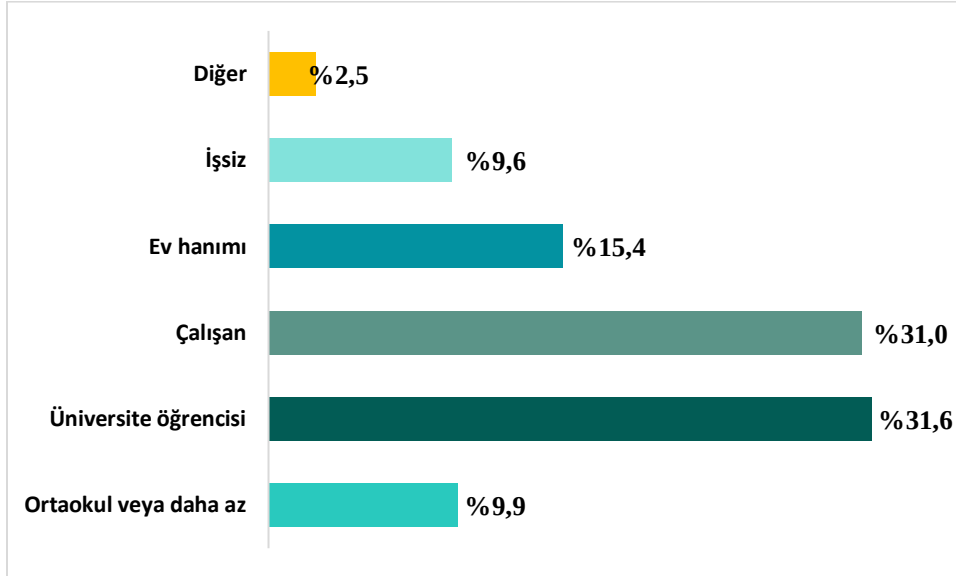
Şekil 3.12'de gösterildiği gibi yanıtların çoğu, toplam yanıt sayısının %39,8'ini temsil eden 18-25 yaş grubundan alınmıştır. Yaşları (26-32) arasında olanlar ise %28,9'luk bir oranla ikinci sırada yer almıştır. %13,2 oran ile 30-40 yaş arası yaş grubu izlemektedir. 18 yaş altı olanlar %9,5'lik bir oranla dördüncü sırada, 48 yaş üstü olanlar ise %2,8'lik bir oranla beşinci sırada yer almıştır.



Şekil 3.12 Cevapların yaş gruplarına göre dağılımı.

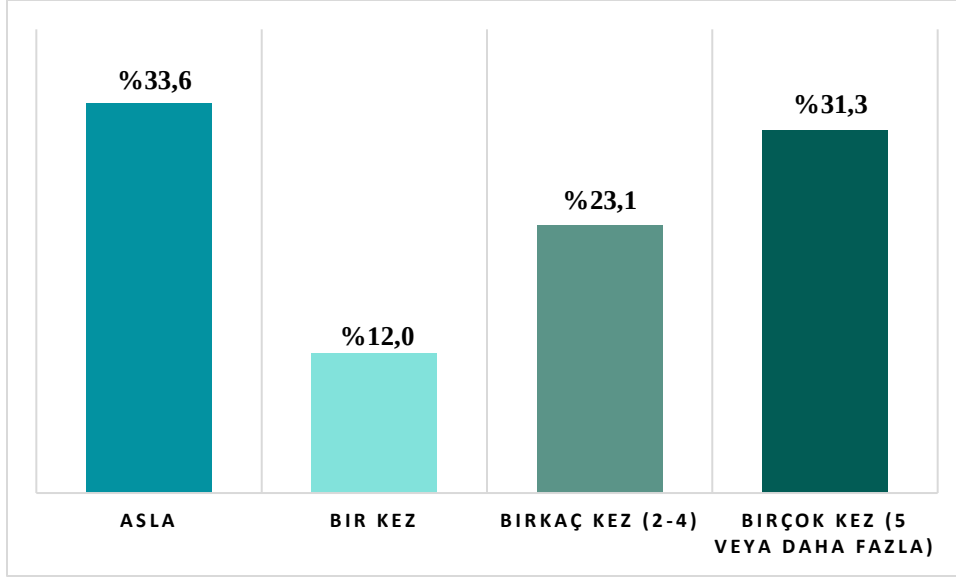
Ayrıca, (Şekil 3.13) mevcut duruma göre başka bir genel örnek kategorisi ortaya çıkmaktadır. Yanıtların çoğu %31,6 ile Üniversite Öğrencilerinden gelirken, %31,0 ile çalışanlar,

üçüncü sırada ev hanımı, %15,4 ile ev hanımı gelmektedir. Ortaokul ve altı öğrencilerinin cevapları %9,9'dur. Yanıtlar, toplam yanıt sayısının yüzde 9,6'sı ile yakın bir oranda işsizlerden gelmiştir.



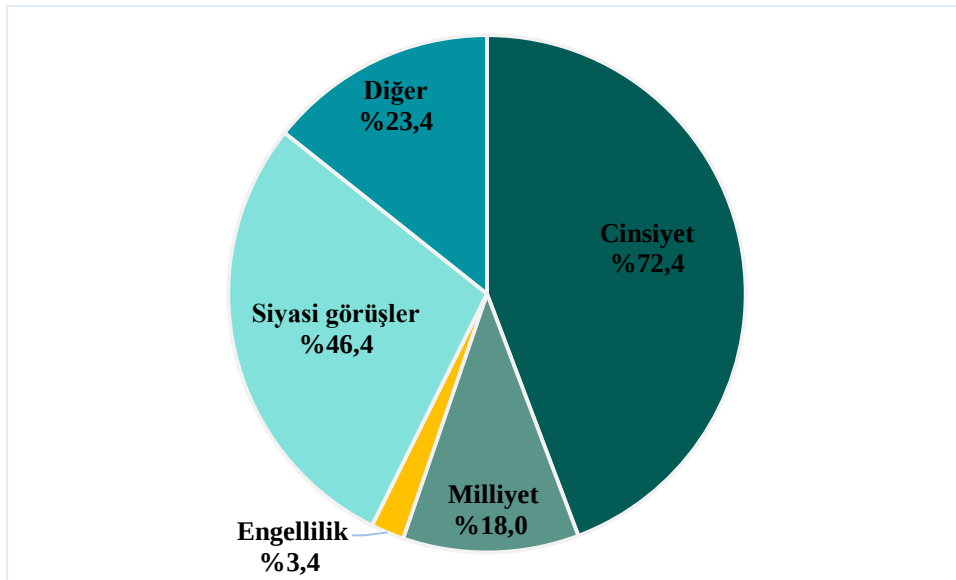
Şekil 3.13 Anket yanıtları için mevcut durum.

Anket katılımcılarına kişisel olarak çevrimiçi bir nefret söylemi alıp almadıkları sorulmuştur. Büyük bir çoğunluk olumlu yanıt verirken, %12,0'si son 4 yılda şahsen bir veya daha fazla kez çevrimiçi nefret söylemi yaşadığını söylemişlerdir (Şekil 3.14). %23,1 Birkaç kez (2-4) ve çoğu çevrimiçi olarak 5 kezden fazla nefret söylemi almış ve yüzde 31,3'e ulaşmıştır. Olumsuz yanıt verenler toplam yanıt sayısının %33,6'sını oluşturmaktadır.



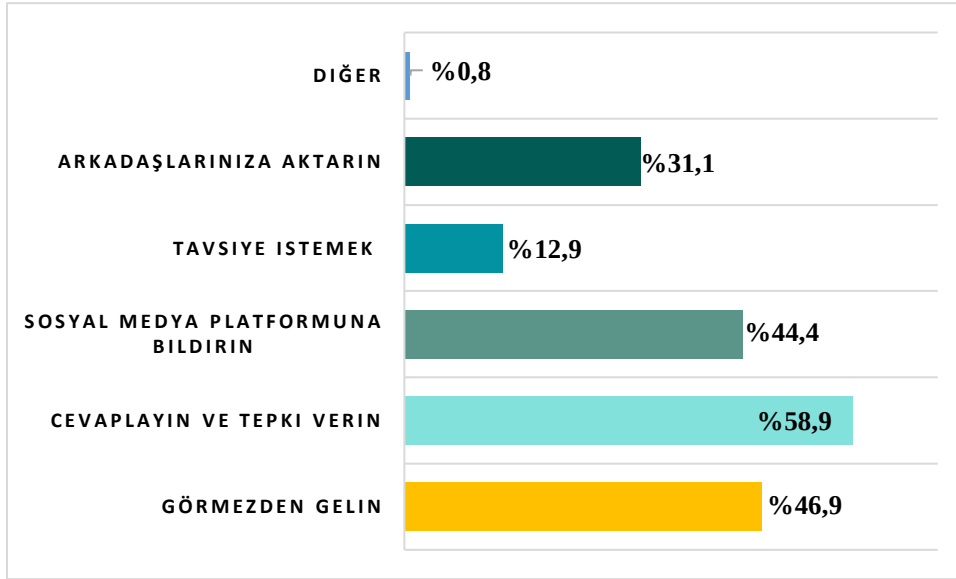
Şekil 3.14 Online nefret söylemiyle ilgili genel kişisel deneyimler

Online nefret söylemi aldıklarını bildiren anket katılımcılarından, bu tür bir konuşma tarafından hedef alınma nedenlerini belirtmeleri istenmiştir. Genel olarak, toplam yanıt sayısının %72,4'ü ile en sık rastlanan neden olarak cinsiyet belirtilmiş, bunu %46,4'lük bir oranla siyasi görüşler izlemiştir (Şekil 3.15). Toplu veriler, %23,4'ünün sosyal medyada boşanmanın yanı sıra çoğu kamusal tartışma, kadın haklarını savunma, başörtüsü takma gibi nedenlerle nefrete maruz kaldığını belirtmiştir. Ankete katılanların yaklaşık %18,0'ı milliyetleri nedeniyle ve %3,4'ü engelli oldukları için nefret söyleminin hedefi olmuşlardır.



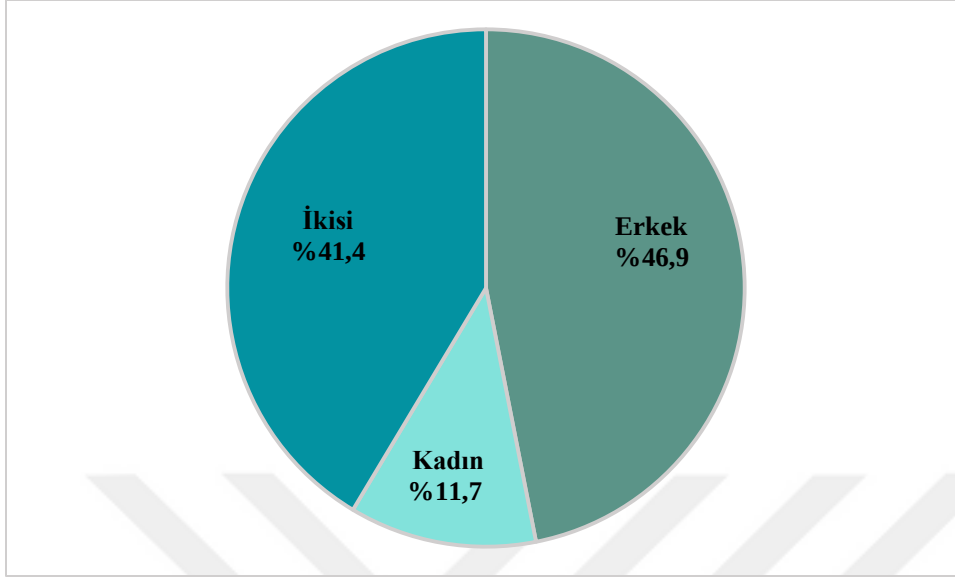
Şekil 3.15 Online nefret söylemi almak için algılanan nedenler.

Online anket ayrıca katılımcıların çevrimiçi nefret söylemine verdiği yanıtlarla ilgili verileri de toplamıştır. Yanıtın yaklaşık %58,9'u nefret söylemi içeren gönderilere yanıt vermekte ve tepki göstermektedir. %46,9'u bunu görmezden gelmektedir. %44,4 Sosyal medya platformlarına bildirmekte, %31,1'i arkadaşlarıyla paylaşmakta ve %12,9'u insan hakları uzmanlarından tavsiye istemektedir (Şekil 3.16).



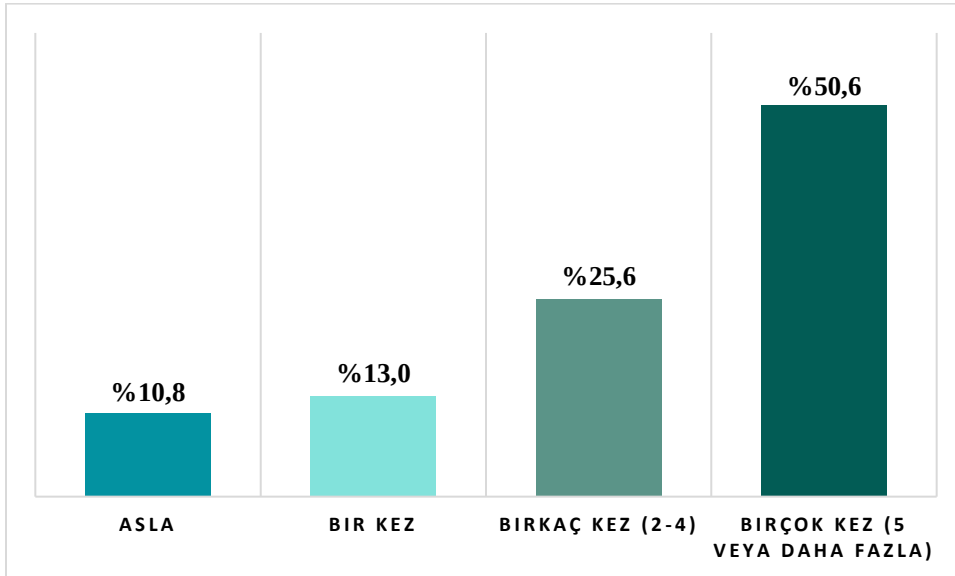
Şekil 3.16 Online nefret söylemine tepkiler.

Şekil 3.17'de nefret söyleminin %46,9'unun erkeklerden geldiği, %41,4'ünün hem erkek ve hem kadınlardan geldiği, kadınların ise %11,7'sinin yine kadınlara yönelik nefret söyleminde bulunduğu açıktır.



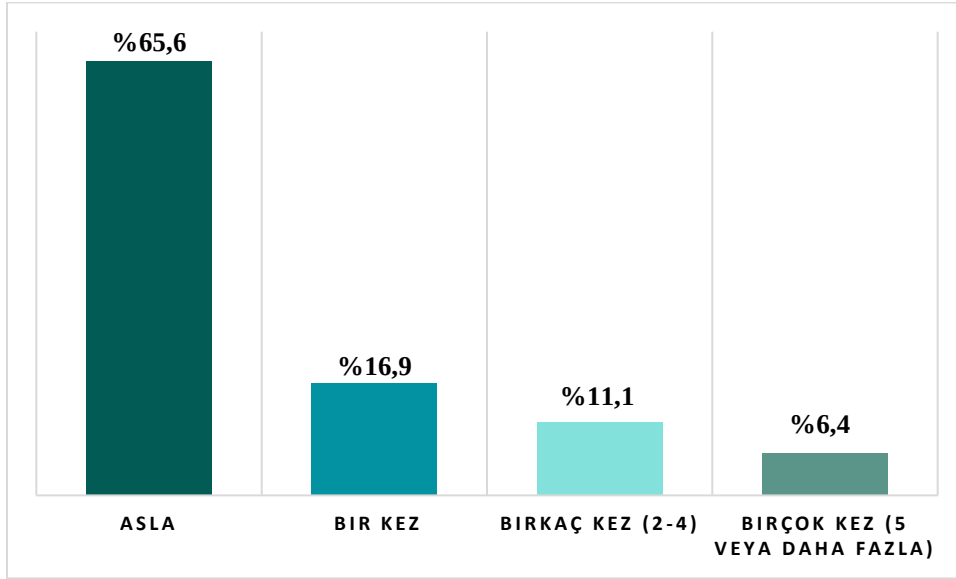
Şekil 3.17 Online nefret söyleminden sorumlu.

Anket, kişisel deneyimleri ölçmenin yanı sıra, çevrimiçi nefret söylemine maruz kalmayı ölçmeyi amaçlayan bir soru da içermektedir. Daha doğrusu, katılımcılardan birini veya bir grubu hedef alan çevrimiçi nefret söylemi görüp görmediklerini belirtmelerini istenmiştir. Ankete katılanların yarısından fazlası (%89,2) son 4 yılda bu tür çevrimiçi içerikle karşılaştığını belirtirken, %50,6'sı 5 defadan fazla, %25,6'sı (2-4 arası) ve %13,0'ı bir kez nefret söylemi görmüştür. %10,8'i bu tür çevrimiçi içerikle karşılaşmadığını belirtmiştir (Şekil 3.18).



Şekil 3.18 Genel olarak online nefret söylemine maruz kalma.

Sosyal medya platformlarının kendi platformlarında nefret söylemini takip edip etmediğini öğrenmek için, katılımcılara platformlardan nefret söylemi olarak değerlendirilen bir paylaşım veya içerik için herhangi bir tepki alıp almadıkları sorulmuştur. Şekil 3.19'da gösterildiği gibi yanıtların çoğu (%65,6), nefret söylemi içeriklerine yönelik herhangi bir tepki almamış veya fark etmemiştir. %16,9 bir kez, %11,1 birkaç kez (2-4), %6,4 birçok kez platformlardan tepki almıştır.



Şekil 3.19 Nefret söylemi ile ilgili platformlardan tepki.

SONUÇ

Yeni medya araçlarının sınırsız, özgür bir ortam ve anonim olma gibi avantajları kolaylıkla ifade özgürlüğünün kapsamından çıkıp nefret söylemine dönüşebilmektedir. Twitter sosyal ağında paylaşılan her mesaj, yanıt, beğeni ve retweet özellikleri sayesinde çok sayıda kullanıcıya ulaşabilmekte, kullanılan etiketlerle kitleselleşme potansiyelini artırmaktadır. Aynı zamanda takipçi sayısı, kullanıcıların sosyal medyada kanaat önderi olarak hareket etmelerini sağlamaktadır. İzleyici büyüdükçe, paylaşılan herhangi bir görüşün etkisi de artmaktadır.

Bu araştırma, Orta Doğu'da sosyal medya platformları üzerinden kadınlara yönelik nefret söylemi hakkında yeni bir çalışmayı tanıtmaktadır. Araştırma, Twitter tarafından sağlanan verilerin analizine odaklanmaktadır. Çalışma, nitel içerik ve söylem analizi kullanarak Twitter'deki 5 özel kelimeyi Arapça takip edip analiz ederek, sosyal medyanın Orta Doğu'da kadınlara yönelik nefret söylemini barındırma ve yayma kapasitesine sahip olup olmadığını ve nasıl olduğunu incelemeyi amaçlamıştır. Ayrıca kadınların son 4 yılda çevrimiçi nefret söylemiyle ilgili kişisel deneyimleri araştırılmıştır.

Söylem analizinin sonuçları, incelenen üç ülkede (Ürdün, Mısır ve Suudi Arabistan) kadınlara yönelik önemli oranda nefret söylemi olduğunu göstermiştir. Sosyal medyada nefret söylemine karşı tavır alan kullanıcıların da söz konusu mesajlara yanıt verme veya hashtag'leri kullanarak eleştiri yapma gibi bir yöntem izlediği gözlemlenmiştir. Ancak kullanılan bu yöntem, nefret söyleminin daha fazla kitleye ulaşmasına ve yeniden üretilmesine neden olmaktadır.

Çalışmada incelenen örneklerde açıkça görüldüğü gibi sosyal medya platformları nefret söyleminin üretildiği ve yayıldığı odak noktaları haline gelebilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri sosyal ağlar üzerindeki yasal kontrol mekanizmalarının yetersizliğidir. İfade özgürlüğü bağlamında tweeter'larda nefret söylemini meşrulaştırma çabaları da yasal denetimi zorlaştırmaktadır. Kadınlara yönelik nefret söylemi, mağdurları en temel haklarından mahrum bırakacak bir toplumsal yapıya yol açma potansiyeline sahiptir.

Çalışmada yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bulgulara göre; araştırmada incelenen tweetlerde kadına yönelik nefret söylemi içeren paylaşımların görünürlük kazandığı gözlemlenmiştir. İnternette görünürlüğü olan kadınların bir miktar nefret söylemine maruz kaldığı görülmüştür. Statüyü korumakla ilgilenenler, şiddetin kadınları susturacağına ve onları

çevrimdışına alacağına inanmaktadır. Analiz ayrıca, kadınlara yönelik nefret söyleminin, kadınların temel haklarını talep etmelerini engelleme, siyasete katılmalarını engelleme ve spor faaliyetlerine katılmalarını engelleme de dahil olmak üzere çeşitli yönlerden geldiğini göstermiştir.

Analizler yapıldıktan sonra, paylaşım sahiplerinin kendi düşünce ve fikirlerine karşı çıkan kadınlara yönelik nefret söylemi ürettikleri gözlemlenmiştir. İnşa edilen bu söylemsel çerçevenin aşağılama, hakaret üzerine kurulu olduğu ve bu bağlamda biz (erkekler) ile onlar (kadınlar) arasındaki ayrımın çok kolay kurulduğu görülmüştür. Kullanıcılar tweet'leri mecazi kelimeler, videolar ve fotoğraflar (görseller) ile paylaşırken emoji'lerin yanı sıra nefret söylemini sosyal medyada yaygın olarak paylaşmalarına yardımcı olmuştur. Sonuç olarak sosyal medya platformlarında nefret söyleminin çok kolay üretildiği ve yayıldığı görülmüştür.

Analizin sonuçları, incelenen üç ülkede (Mısır, Suudi Arabistan, ve Ürdün) kadınlara yönelik önemli oranda nefret söylemi olduğunu göstermiştir. Twitter, platformunda çeşitli iletişim biçimlerine izin verir. Veri analizi, kullanıcıların tüm farklı tweetleme stilleri aracılığıyla iletişim kurmak için basit ve kısa ifadeler kullanmayı tercih ettiğini seçtiklerini göstermiştir. Nitekim kullanıcılar, nefret söylemini yaymak için ek ve/veya alternatif bir yol aracılığıyla bu çalışmada kullanılan anahtar kelimelerle ilgili video ve fotoğrafları (görselleri) paylaşmış ve bu da kullanıcıların nefret söylemini sosyal medyada yaygın olarak paylaşmasına yardımcı olmuştur. Yazılı ve görsel içeriğin yanı sıra diğer medya içeriğine bağlantılar kullanma yeteneği, genel olarak sosyal medya ve özelden Twitter için önemli bir avantajdır.

Bu çalışma aynı zamanda retweetlemenin nefret söylemini yaymak için kullanılan bir araç olduğunu da göstermektedir. Twitter'ın bilgi ve mesajları yayma aracı olarak gücü, retweetleme insanlara orijinal tweet kullanıcılarını takip etmeyenlere ulaşma fırsatı verdiği için Tinati ve diğerleri (2012) özellikle "Retweet" seçeneğinin önemini vurgulamıştır.

Bir gönderi içerisinde konuları gruplandırmanın ve bağlantılandırmanın bir yolu olan hashtag'ler, yapılan çalışmada yaygın olarak kullanıldığını göstermiş ve böylece benzer nefret söylemi tweetlerinin etkileşimini artırmıştır. Bu hashtag'leri kullanarak, nefret söylemi tweet'leri orijinal tweet'lerin takipçi çemberi dışındaki insanlara ulaşabilmiştir. Çalışma ayrıca, tek kelimelik bir hashtag'in çok kelimeli hashtag'leri kullanmaktan daha fazla etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Hedeflenen bölgelerdeki (Ürdün, Mısır ve Suudi Arabistan) kadınlara sosyal medya platformlarını kullanarak dağıtılan bu anket, Orta Doğu'da kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemi hakkında bazı bulgulara ulaşmıştır.

Araştırma örneğinin ulaştığı kadınların önemli bir yüzdesi (%66,4) çevrimiçi nefret söyleminin kişisel olarak hedef alındığını doğrulamıştır. Diğer bulgu ise, ankete katılanların %89,2'sinin son 4 yıl içinde çevrimiçi olarak bir veya daha fazla nefret içerikli içerik gördüğüdür.

Ankete katılanların kişisel deneyimlerine göre (doğrudan nefret söylemlerine maruz kalan) %72,4'ü, büyük olasılıkla cinsiyetleri nedeniyle kadınlara yönelik çevrimiçi nefret söylemine kişisel olarak maruz kaldığını doğrulamıştır.

Kadınlara yönelik nefret söylemi gönderenlere göre, yaklaşık üçte biri erkeklerden (%41,4), kadınlardan kadınlara yönelik %11,7 ve her iki cinsiyetten de (erkek ve kadın) %41,4 gelmektedir.

Nefret söyleminden en çok etkilenen yaş grubu, toplam yanıt sayısının %39,8'i ile 18-25 yaş kategorisi olmuştur ve bu yüzdenin ayrıştırılmasıyla, çalışma, lisans öğrencilerinin %31,6'sını ve çalışanların %31,0'ını temsil ettiğini bulmuştur. Bu sonuçların nedenlerinden biri, bu kategorinin sosyal medya platformlarını en çok kullanan kategori olmasıdır.

Öte yandan araştırma, katılımcıların nefret söylemi gönderilerine tepkilerini ayrıştırmış; %58,9'u gönderiyi yanıtlamış, %46,9'u görmezden gelmiş ve %44,4'ü gönderiyi sosyal medya platformlarına bildirmiş, ancak %65,6'sı sosyal medya platformlarından hiç geri bildirim almamıştır.

Çalışma, üç ana öneri kategorisine yol açmıştır: Birincisi Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları STK'lar için, ikincisi sosyal medya platformları için ve üçüncüsü nefret söylemi mağdurları içindir.

Başlıca Uluslararası İnsan Hakları Belgeleri, ifade özgürlüğünü açıkça belirtir ve nefret söyleminin yasaklanması ve bu tür davranışlara sınırlama getirilmesi hakkında açık hükümler içerir. Öte yandan, bölgesel Belgelerde bu yasakla ilgili açık hükümler ve maddeler bulunmamaktadır, dolayısıyla Uluslararası Belgeler, kadın düşmanı yorum ve gönderilerle mücadele etmek için nefret söylemi tanımına daha geniş bir yorum getirmelidir.

Sosyal medya platformlarının kullanım koşulları belirli bir ölçüde nelerin nefret söylemi olarak değerlendirilip nelerin olmadığı ile ilgili bazı tanımlamaları içerse de, nefret söylemi

içeren paylaşımların çoğu platformlardan kaldırılmamaktadır. Yazılı gönderilerin aksine, ağırlıklı olarak video içeren çok az gönderi kaldırılır. Bu nedenle, sosyal medya platformları, nefret söylemi gönderilerini tespit etmek ve her türlü nefret söylemi hakkında kullanıcılardan gelen herhangi bir şikayetle profesyonel bir şekilde ilgilenmek için iyi eğitilmiş personel istihdam ederek bu tür gönderileri kaldırmak için daha aktif ve verimli olmalıdır.

Sosyal medya platformları da kararlara, süreçlere ve kaldırma politikalarına ilişkin politikalar hakkında şeffaflığı artırmalıdır. yapay Zeka (AI) alanındaki etkileyici gelişme göz önüne alındığında, sosyal medya platformları, nefret söylemlerinde en çok kullanıldığı bildirilen anahtar kelimelerin seçimi yoluyla nefret söylemi içeren tüm gönderileri kaldırmak için belirli algoritmalar kullanabilir.

Mağdurlar ve tanıklar nefret söylemi ile ilgili suçları bildirmeye teşvik edilmelidir: Nefret söylemi büyük ölçüde görünmez kalır çünkü birçok mağdur bu ihlali nerede ve nasıl bildireceklerini bilmezler ve hatta nefret söyleminin kurbanı olduklarını bilemezler. Gerçeği duyurun: Kadınların maruz kaldıkları istismara seslerini yükseltmeye devam etmeleri ve her fırsatta internet kadın düşmanlarını ifşa etmeleri zorunludur. İlgili politikalara bakın: Sosyal medya platformlarının nefret söylemini yasaklayan ve gizliliği koruyan politikalara sahip olduğundan emin olun. Bu politikalar mevcut değilse, kullanıcı gizliliği endişelerine ve şikayetlerine daha duyarlı bir platforma geçmelidirler. Onları görmezden gelin: Çevrimiçi nefret söylemiyle mücadele etmenin en iyi yolu onu görmezden gelmektir. Bu, bu gerçeğe ilgili herhangi bir etkileşimin parçası olmaktan kaçınmaktır.

KAYNAKÇA

- Abdelgawad, H. ve Hassan, M. (2019). *Women in the Egyptian parliament: a different agenda?*. Cairo University, Giza.
- Abdulkadir, M. (2020). *alshrq alawst, altarkiz ealaa almustaqbal*. International Monetary Fund, New York.
- Abed alhamid, M. (1983). *Tahlyl almuhtawaa fi bohoth al aealami*. dar alshruq, Jeddah.
- Abu Zayd, J. (2014). *Combating Violence Against Women in the Arab Region: Multisectoral Efforts*. ESCWA, Beyrut.
- Abu-El-Haija, A. ve Alkhader, R. (2017). *Overview of the Higher Education System in Jordan raporu*. EACEA, Amman.
- Adeyinka, T. (2014). *Social Media Strategies for Dynamic Library Service Development*. IGI Global, Pensilvanya.
- Agarwal, A., Xie, B., Vovsha, L., Rambow, O. ve Passonneau, R. (2011). "Sentiment Analysis of Twitter Data". *Department of Computer Science, Columbia University, New York*.
- Agarwal, A., Xie, B., Vovsha, L., Rambow, O. ve Passonneau, R. (2011). "Sentiment Analysis of Twitter Data". *Department of Computer Science, Columbia University, New York*.
- Akdemir, D. (2014). "Ayrımcılığın İnsan Hakları Boyutu ve 'Pozitif Ayrımcılık'". *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 890- 908.
- Akman, C. ve Sayer, H. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Erkeklerin Katilimi*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Al Serhan, F ve Elareshi, M. (2020). "University Students' Awareness of Social Media Use and Hate Speech in Jordan". *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2): 548–563.
- Al Shalabi, J. ve Al-Assad, T. (2012). "Political Participation of Jordanian Women." *La participation politique des femmes de Jordanie*, 11(1): 211-230.

- Al-Atiyat, I. (2003). *The Women's Movement in Jordan: Activism, Discourses, and Strategies*. Bonn.
- Al-Attayat, I., Shteivi, M. ve Sweiss, S. (2013). *Building Democracy in Jordan: Women's Political Participation, Political Party Life and, Democratic Elections Raporu*. IDEA, Stockholm.
- Alawamleh, M., Ismail, L., Aqeel, D. ve Alawamleh, K. (2019). "The bilateral relationship between human capital investment and innovation in Jordan". *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(6): 1-17.
- Alğan, T. C. ve Şensever, F. L. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek*. Sosyal Değişim Derneği, İstanbul.
- Aliwaiwi, L. (2018). *Facebook: A Platform for Hate Speech against Muslims*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eastern Mediterranean Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Araştırma Enstitüsü, Gazimağusa.
- Al-Kaisy, A. (2019). *Saving the News: Ethics and the fight for the future of journalism Raporu*. Ethical Journalism Network. London.
- Al-Khowaildi, Z. (2011). *Althawrat Alearabiat Wa'iradat Alhyat: Muqarabat Falsafia*. Al Manhal, Amman.
- Allahmorad, S. (2020). *Education System Profiles: Education in Saudi Arabia raporu*. WENR, New York.
- Allport, G. (1979). *The Nature of Prejudice*. Ingram Publisher Services Us, New York.
- Al-Rawi, A. (2020). *Women's Activism and New Media in the Arab World*. State University of New York Press, New York.
- Alruily, M. (2018). "Issues of Dialectal Saudi Twitter Corpus". *The international Arab journal of information technology*, 1(1): 1-8.
- Alsafari, S., Sadaoui, S. ve Mouhoub, M. (2020). "Hate and offensive speech detection on Arabic social media". *Online Social Networks and Media*, 19: 1-19.
- Al-Shalabi, J. (2000). The political and civil rights of women and children in the Agreements of Children's Rights and CEDAW. UNICEF, Amman.

- Altbach, P., Reisberg, L. ve Rumbley, L. (2019). *Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution*. Brill Publishers, Leiden.
- Amnesty International. (2017). Amnesty reveals alarming impact of online abuse against women, (Rapor No: ACT 20/11/2018). Amnesty International. London.
- Amnesty International. (2018). Violence and Abuse Against Women Online (Rapor No: ACT 30/8070/2018). Amnesty International. London.
- Andersen, R ve de Silva, P. (2018). *Routledge Companion to Media and Humanitarian Action*. Taylor & Francis, Abingdon.
- Anderson, T. ve Kanuka, H. (2003). *E-Research: Methods, Strategies, and Issues*. Allyn & Bacon, Boston.
- Andreas, K. ve Michael, H. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons*. 53 (1): 9-68.
- Angrist, M. (2019). *Politics and Society in the Contemporary Middle East*. Lynne Rienner Publishers Inc, Boulder.
- Anishchenkova, V. (2020). *Modern Saudi Arabia*. ABC-CLIO, Kaliforniya.
- Arab Women Organization. (2019). Women's Rights in Jordan Raporu. The Universal Periodic Review, Amman.
- Article 19. (2019). "Hate Speech' Explained A Toolkit". London, EC1R 3GA.
- Article 20. (2010). *Towards an interpretation of article 20 of the ICCPR: Thresholds for the prohibition of incitement to hatred Work in Progress rapor*. High Commissioner for Human Rights, Vienna.
- Assimakopoulos, S., Baider, F. ve Millar, Sh. (2017). *Online Hate Speech in the European Union: A Discourse-Analytic Perspectiv*. Springer open, New York
- Ataman, H. (2012). *Nefret Suçları Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak, Etik, Sosyo-Politik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Attum, B., Hafiz, S., Malik, A. ve Shamooun, Z. (2020). *Cultural Competence in the Care of Muslim Patients and Their Families*. StatPearls Publishing, Treasure Island.

- Avrup Konseyi. (2018). *Young people in a digitalised world*. Council of Europe, Strasbourg.
- Awan, I. (2016). *Islamophobia in Cyberspace: Hate Crimes Go Viral*. Routledge, Abingdon.
- Axis Parent's. (2019). *A Parent's Guide to TikTok*. David C Cook. Colorado Springs.
- Azoury, N. (2014). *Business and Education in the Middle East*. Springer, Berlin.
- Babie, P. ve Sarre, R. (2020). *Religion Matters: The Contemporary Relevance of Religion*. Springer Nature, Londra.
- Bassiouni, M. (2017). *Chronicles of the Egyptian Revolution and its Aftermath: 2011–2016*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Basu, S., Kirby, P. ve Shepherd, L. (2020). *New Directions in Women, Peace, and Security*. Policy Press, Bristol.
- Beitler, M.R. ve Martinez, R.A. (2010). *Women's Roles in the Middle East and North Africa*. ABC-CLIO, Kaliforniya.
- Bengtsson, M. (2016). "How to plan and perform a qualitative study using content analysis". *NursingPlus Open*, 2(1): 8-14.
- Berger, A. (1998). *Media Research Techniques*. SAGE Publications, California.
- Bertelsmann Transformation Index. (2020). *Bertelsmann Stiftung, BTI 2020 Country - Saudi Arabia Raporu*. BTI, Gütersloh.
- Bezhanova, O. (2021). *Intersectional Feminism in the Age of Transnationalism: Voices from the Margins*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Bilge, R. (2016). Sosyal Medyada Nefret Söyleminin İnşası ve Nefret Suçlarına İlişkin Yasal Düzenlemeler. *Yeni Medya E- Dergi*, (1): 1-13.
- Bilgen, M. (2019). *The Arab Spring: On Mass Protests and Political Openings*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Işık University Sosyal Bilimler Yüksekokulu, İstanbul.
- Billingham, P ve Bonotti, M. (2019). "Introduction: Hate, Offence and Free Speech in a Changing World". *springer link*, 22(1): 531-537.
- Binark, M, (2010). *Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi*. Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.

- Binark, M., Akın, A., Aygöl, E., Sütçü, G., Dirini, I. ve Tuğrul Çomu. (2010). *Yeni Medyada Nefret Söylem*. Kalkedon Yayıncılık, İstanbul.
- Biocca, F. Ve Levy, M. (2013). *Communication in the Age of Virtual Reality*. Routledge, Abingdon.
- Bisset, A. (2020). *Blackstone's International Human Rights Documents*. Oxford University Press. Oxford.
- Blake, S., Winsor, D. ve Allen, L. (2011). *Child Development and the Use of Technology: Perspectives, Applications and Experiences: Perspectives, Applications and Experiences*. IGI Global, Pennsylvania.
- Bock, J. (2012). *The Technology of Nonviolence: Social Media and Violence Prevention*. MIT Press, Cambridge.
- Bolanos, H. (2016). *Hi-Jacked Islam*. Lulu.com, Kuzey Carolina.
- Bonvillain, N. (2020). *Women and Men: Cultural Constructs of Gender*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Boyd, D. ve Ellison, N. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1): 210–230.
- Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World*. Oxford University Press, Oxford.
- Brennan, F. (2009). Legislating against Internet race hate. *Information & Communication Technology Law*, 18(2), 123-153.
- Bria, F. (2014). *Social Media and Their Impact On Organisations: Building Firm Celebrity and Organisational Legitimacy Through*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Londra İmparatorluk Koleji. London.
- British Institute of Human Rights. (2012). *Mapping study on projects against hate speech online (Rapor No: DDCP-YD/CHS)*. Council of Europe Publishing, Strasbourg.
- Brown, A. ve Sinclair, A. (2019). "The Politics of Hate Speech Laws". Routledge, Abingdon.

- Burnett, M. (2020). *Nationalism Today: Extreme Political Movements around the World*. ABC-CLIO, Kaliforniya.
- Caiani, M. ve Parenti, L. (2016). *European and American Extreme Right Groups and the Internet*. Routledge, Abingdon.
- Caleb Bissinger. (2017). *Tech Giants and Digital Domination*. Greenhaven Publishing LLC, New York.
- Center for Economic and Social Rights. (2013). *Egypt factsheet no. 13*. Center for Economic and Social Rights, Cairo.
- Chacara, A. (2018). *The concept of speech according to Foucault*. Doha Institute for Graduate Studies, Doha.
- Chall, P. (2004). "Sociological Abstracts". *Michigan Üniversitesi*, 52(1): 152.
- Chantawannakul, P., Williams, G. ve Neumann, P. (2018). *Asian Beekeeping in the 21st Century*. Springer, Berlin.
- Chantawannakul, P., Williams, G. ve Neumann, P. (2018). *Asian Beekeeping in the 21st Century*. Springer, Berlin.
- Chase, A. (2016). *Routledge Handbook on Human Rights and the Middle East and North Africa*. Taylor & Francis, Abingdon.
- Chiluwa, I. ve Samoilenko, S. (2019). *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*. IGI Global, Pensilvanya.
- Choucair, J. (2006). "ILLUSIVE REFORM: Jordan's Stubborn Stability". *Carnegie Endowment for International Peace*. 1-28.
- Choucair, J. (2006). "ILLUSIVE REFORM: Jordan's Stubborn Stability". *Carnegie Endowment for International Peace*, 3.
- Ciochetto, L. (2015). "The Impact of New Technologies on Leisure Activities in Developed and Emerging Economies". *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 4(2): 194-214.

- Citron, D ve Norton, H. (2011). "International and hate speech: fostering digital citizenship for our information age". *Boston university law review*. 91(1435): 1435-1484.
- Citron, D. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Harvard University Press. Cambridge.
- Clark, K. (1989). *Dark Ghetto: Dilemmas of Social Power*. Wesleyan University, Hanover.
- Cohen-Almagor, R. (2011). "Fighting Hate and Bigotry on the Internet". *Policy and Internet*, 3(3): 1-29.
- Commission on Security and Cooperation in Europe. (2013). *Special Meeting on Anti-Semitism: In Conjunction with OSCE Parliamentary Assembly Winter Meeting*. CSCE, Washington.
- Committee of Ministers. (1997). *The Committee of Ministers to Member States On "Hate Speech" (Rapor No: R (97) 20)*. Council of Europe, Strasbourg.
- Cornell, K. (2016). *Facebook Founder and Internet Entrepreneur Mark Zuckerberg*. Lerner Publications, Minnesota.
- Cote, R. (2009). "Choosing One Dialect for The Arabic Speaking World: A Status Planning Dilemma". *journal of second language acquisition and teaching*, 1(16): 75- 97.
- Cotran, E. ve Lau, M. (2006). *Yearbook of Islamic and Middle Eastern Law*. BRILL, Leiden.
- Council of Europe. (2013). *No hate speech movement*. [Broşür].
- Council of Europe. (2014). *Bookmarks - A manual for combating hate speech online through human rights education*. Council of Europe, Strasbourg.
- Covarrubias, J. ve Lansford, T. (2007). *Strategic Interests in the Middle East: Opposition and Support for US Foreign Policy*. Ashgate Publishing, Farnham.
- Crenna, D. (2009). *Professional Twitter Development: With Examples in .NET 3.5*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Çaha, Ö. (1996). *Sivil kadın: Türkiye'de sivil toplum ve kadın*. vadi yayınları, İstanbul.
- Çalışkan, K. (2008). "Orta Doğu Siyaseti ve Toplumlarını Anlama Yolları". *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(39): 1-26.
- Çelenk, S. ve Çaplı, B. ve Tuncel, H. (ed.). (2009). *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Ayrımcılık ve Medya, Ankara.

- Çelik, H ve Ekşi, H (2008). Söylem Analizi. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi *Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27 (27), 99-117.
- Çetşn, Ş. (2019). *Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya Ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çınar, M. (2013). Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar. Hrant Dink Vakfı, İstanbul.
- Daniels, Ch. (2021). *Entrepreneurship, Technology Commercialisation, and Innovation Policy in Africa*. Springer Nature, Londra.
- Davies, T., Walker, S. ve Rubinstein, M. (2019). *The State of Open Data: Histories and Horizons*. African Minds, Cape Town.
- DePamphilis, D. (2015). *Mergers, Acquisitions, and Other Restructuring Activities*. Academic Press, Massachusetts.
- Diop, M. ve Melo, J. (2012). *Natural Resource Abundance, Growth, and Diversification in the Middle East and North Africa* (Rapor No: 72463). The World Bank. Washington DC.
- Disha Experts. (2018). *Olympiad Champs Cyber Class 5 with Past Olympiad Questions*. Disha Publications, Yeni Delhi.
- Doğan, A. ve Ertan, T. (2016). Siyasal İletişim Aracı Olarak ABD Başkanlık Seçimlerinde Twitter'ın Kullanımı: Hillary Clinton ve Donalt Trump Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, 11: 138-159.
- Dondurucu, Z. (2018). "Yeni Medyada Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi: İnci Sözlük Örneği". *Gümüşhane üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi*, 6(2): 1376-1405.
- Durand, E. ve Gayraud, A. (2017). *"En finir avec l'impunité des violences faites aux femmes en ligne : une urgence pour les victimes"* Raporu (Rapor No: 2017-11-16-VIO-030), Le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, Paris.
- Earnshaw, R. (2017). *State of the Art in Digital Media and Applications*. Springer, Berlin.
- ECRI. (2016). *General Policy Recommendation on Combating Hate Speech* (Rapor No:15). Council of Europe, Strasbourg.

- Edosomwan, S. (2011). "The History of Social Media and its Impact on Business". *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3): 79-91.
- Edward, E. (2019). *Muslim American Politics and the Future of US Democracy*. New York University Press, New York.
- Edwards, A. (2014). *"Dual Containment" Policy in the Persian Gulf: The USA, Iran, and Iraq, 1991–2000*. Springer, Berlin.
- Eker, B., Sirkeci, B. ve Yüceahin, M. (2016). Göç ve Uyum. Lulu.com, Kuzey Carolina.
- Elo, S. ve Kynga, S. (2008). "The qualitative content analysis process". *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Ember, M. (2010). *Countries and Their Cultures*. Macmillan Reference, New York.
- Encyclopaedia Britannica. (2009). *Britannica Guide to the Islamic World*. encyclopedia britannica, Şikago.
- Erciş, M. ve Başar, E. (2020). *New Communication Approaches in the Digitalized World*. Cambridge Scholars Publishing, Cambridge.
- Ergens, M. ve Zall Kusek, J. (2010). *Making Monitoring and Evaluation Systems Work: A Capacity Development Toolkit*. World Bank Publications, Washington.
- ERIC. (2000). *Resources in Education*. Minnesota Üniversitesi, Minneapolis.
- Erlingsson, Ch. Ve Brysiewicz, P. (2017). "A hands-on guide to doing content analysis". *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3): 94.
- ESCWA. (2020). *Economic and Social Developments in the Arab Region Raporu*. ESCWA, Beyrut.
- Etheredge, L. (2010). *Middle East: Region in Transition: Syria, Lebanon, and Jordan*. Britannica Educational Publishing, New York.
- Etheredge, L. (2011). *Middle East: Region in Transition: Saudi Arabia and Yemen*. The Rosen Publishing Group, New York.
- Ethical Journalism Network. (2017). *Glossary of hate speech in Egyptian media*. EJN. Cairo.

- European Commission and the High Representative. (2019). *Stop violence against women Rporu*. EU, Brussels.
- European Commission. (2017). "Women's rights in turbulent times". *2017 Annual Colloquium on Fundamental Rights*. 20-21 Kasım 2017, 5-9.
- European Institute for Gender Equality. (2014). *Estimating the costs of gender-based violence in the European Union Raporu (Rapor No: :10.2839/79629)*. EIGE, Vilnius.
- European Institute for Gender Equality. (2017). *Administrative data sources on genderbased violence against women in the EU Raporu (Rapor No: 10.2839/149)*. EIGE, Vilnius.
- European Union. (2014). *Estimating the costs of gender-based violence in the European Union (Rapor No: 978-92-9218-499-5)*. gige. Luxembourg.
- European Youth Centre. (2016). *Seminar Combating Sexist Hate Speech Rapor*. Council of Europe. Strasbourg.
- Evik, V. ve Karadeniz, S. (2012). *Nefret Söylemi Kapsamında Halki Kin Ve Düşmanlığa Tahrik Suçu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı, İstanbul.
- Evre, B. (2009). *Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi*. (Editör: İsmet Parlak). Medyada Gerçekliğin İnşası (1. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi, 107-152.
- Farris, P. ve Rieman, P. (2013). *Teaching, Bearing the Torch: Introduction to Education Foundations, Third Edition*. waveland press publisher, Long Grove.
- Fawcett, L. (2014). "States and sovereignty in the Middle East: myths and realities". *International Affairs*, 93(4): 789-807.
- Felmlee, D., Rodis, P. ve Zhang, A. (2019). "Sexist Slurs: Reinforcing Feminine Stereotypes Online". *Springer*, 83(1). 16-28.
- Ferris, S ve Wilder, H. (2013). *The Plugged-In Professor: Tips and Techniques for Teaching with Social Media*. Elsevier, Amsterdam.
- Fertig, D. (2013). *Mark Zuckerberg*. Raintree, Oxford.

- Fouberg, E. ve Murphy, A. (2020). *Human Geography: People, Place, and Culture*. John Wiley & Sons, Hoboken.
- Fuchs, C. (2006). "The Self-Organization of Virtual Communities". *Journal of New Communications Research*, 1(1): 101-137.
- Gardner, W. (2017). "Young people's experiences of online sexual harassment Raporu" deSHAME, Potters Bar.
- Gelashvili, T. (2018). Hate Speech on Social Media: Implications of private regulation and governance gaps. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Lund Üniversitesi Hukuk Bölümü, İstanbul, Lund.
- General Authority for Statistics. (2019). *Labour Market in Saudi Arabia Raporu*. General Authority for Statistics, Riyad.
- Ghazi-Bouillon, A. (2009). *Understanding the Middle East Peace Process: Israeli Academia and the Struggle for Identity*. Routledge, Abingdon.
- Giles, H. (2012). *The Handbook of Intergroup Communication*. Routledge, Abingdon.
- Gordon, W.A. (1979). *The Nature of Prejudice 25th Anniversary Edition*. Perseus Books Publishig, New York.
- Gostin, L. ve Zita Lazzarini, Z. (1997). *Human Rights and Public Health in the AIDS Pandemic*. Oxford University Press, Oxford.
- Gökyar, M. ve Altunışık, M. (2016). *The Perception Of —The Middle East In Turkey: How Do Turkish Scholars of Middle East Studies and Other Disciplines Perceive The Area?*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Orta Doğu Çalışmaları Bölümü. Ankara.
- Göregenli, M. ve Çınar, M (ed.). (2013). *Temel Kavramlar: Önyargılar, Özcü İnançlar Ve Ayrımcılık*. Hrant Dink Vakfı, İstanbul
- Grabham, E. (2008). *Intersectionality and Beyond: Law, Power and the Politics of Location*. Routledge, Londra.
- Gramon, H. (2020). *Challenges and Opportunities of Education Sector Finance in Egypt*. Altamimi. Kahire.

- Gregory, R. (2003). *Women and Workplace Discrimination: Overcoming Barriers to Gender Equality*. Rutgers University Press, New Jersey.
- Guterres, A. (2019). *United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech*. New York.
- Gündüz, U. ve Bozay, B. (2019). *Medyada Nefret Söylemi Ve Ayrımcı Dil: Hürriyet Ve Yeni Şafak Gazeteleri Örnekleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hafez, Sh. (2019). *Women of the Midan: The Untold Stories of Egypt's Revolutionaries*. Indiana University Press, Bloomington.
- Hagar, E. (2018). Impact evaluation study for Egypt's Takaful and Karama cash transfer program. Intl Food Policy Res Inst, Washington.
- Haj-Yahia., M., Nakash, O. ve Levav, I. (2019). *Mental Health and Palestinian Citizens in Israel*. Indiana University Press, Bloomington.
- Hamidaddin, A. (2019). *Tweeted Heresies: Saudi Islam in Transformation*. Oxford University Press, Oxford.
- Hamilton, L. ve Webster, Ph. (2018). *The International Business Environment*. Oxford University Press, Oxford.
- Hammond, A. (2005). *Pop Culture Arab World!: Media, Arts, and Lifestyle*. ABC-CLIO, California.
- Hanse, J. (2018). "The Hopeful Hashtag: Digital Feminist Publics in The Trump Era". *Dewey Studies*, 2(3): 61-102.
- Hansen, D., Shneiderman, B., Smith, M. ve Himelboim, I. (2019). *Analyzing Social Media Networks with NodeXL*. Morgan Kaufmann, Massachusetts.
- Harvey, K. (2013). *Encyclopedia of Social Media and Politics*. SAGE Publications, Kaliforniya.
- Hassenstab, Ch. Ve Ramet, S. (2015). *Gender (In)equality and Gender Politics in Southeastern Europe: A Question of Justice*. Springer, İsviçre.
- Hayes, D. (2014). *A Practical Guide to Computer Forensics Investigations: A Prac Gui to Comp for Inv_p1*. Pearson IT Certification, Hoboken.

- Held, C. (2018). *Middle East Patterns: Places, People, and Politics*. Routledge, Abingdon.
- Herman, J., Butow, E. ve Walker, C. (2020). *Instagram for Business for Dummies*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Hermann, H. (2017). *Dominance and Aggression in Humans and Other Animals: The Great Game of Life*. Academic Press, Massachusetts.
- Hermann, H. (2019). *İnsanlarda ve Hayvanlarda Baskınlık ve Saldırganlık*. The kitap yayınları Istanbul.
- Heyman, S. (1996). *Hate Speech And The Constitution*. Routledge, Abingdon.
- Hoffmann, J. ve Hawkins, V. (2015). *Communication and Peace: Mapping an emerging field*. Routledge, Abingdon.
- Holmes, A. (2019). *Coups and Revolutions: Mass Mobilization, the Egyptian Military, and the United States from Mubarak to Sisi*. Oxford University Press, Oxford.
- Holt, M. (2021). *Violence Against Women in Peace and War: Cases from the Middle East*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Hook, W. S. (2010). *Democratic Peace in Theory and Practice*. Kent State University Press, Kent.
- Human Rights Watch. (2017). *“They Are Not Our Brothers” Hate Speech by Saudi Officials report*. HRW. New York.
- Human Rights Watch. (2020). *World Report 2020: Events of 2019 / Jordan*. Seven Stories Press, New York.
- Human Rights Watch. (2021). *World Report 2021/ Events Of 2020 (Rapor No: 978-1-64421-028-4)*. Human Rights Watch, New York.
- Hussainy, M. (2012). *The State’s Contribution in Financing Political Parties in Jordan*. Friedrich Ebert Stiftung, Amman.
- IBP. (2012). *Jordan Country Study Guide Volume 1 Strategic Information and Developments*. Lulu.com, Kuzey Carolina.

- ICRW ve UNFPA. (2019). *Intimate Partner Violence High Costs to Households and Communities Raporu*. International Center for Research on Women, Washington.
- Iginio, G., Danit, G., Alves Pinto, Thiago, A. ve Gabriela, M. (2015). *World trends in freedom of expression and media development: special digital focus*. Unesco publishing, Paris.
- Iginio, G., Danit, G., Pinto, A. ve Gabriela, M. (2015). *Countering online hate speech*. NESCO, Paris.
- Iginio, G., Danit, G., Pinto, A. ve Gabriela, M. (2015). *World trends in freedom of expression and media development: special digital focus 2015*. UNESCO, Paris.
- Iglezakis, L. (2017). *Media Law in Greece*. kluwer law international, Hollanda.
- International Business Publications. (2013). *Western Sahara Investment and Business Guide Volume 1 Strategic and Practical Information*. IBP, Kuzey Carolina.
- Inter-parliamentary Union. (2007). *The World of Parliaments: Quarterly Review of the Inter-Parliamentary Union*. Madison Üniversitesi, Madison.
- Inter-Parliamentary Union. (2016). *Sexism, harassment and violence against women in parliaments in Europe report*. Council of Europe. Geneva.
- Ishaqat, D. (2019). "Social Media and Social Change in Jordan: Opportunities and Threats". *Toda Peace Institute*, 57 (1): 1-10.
- Izsák, R. (2015). *Hate speech and incitement to hatred against minorities in the media Raporu (Rapor No: A/HRC/28/64)*. United Nations Human Rights Council. Cenevre.
- İnceoğlu, Y. (14.06.2011). "Nefret suçu: İnsanlık suçu". Habertürk. 20.
- İnceoğlu, Y. (2012). *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İnsan Hakları İzleme Örgütü. (2020). *Dünya raporu Suudi Arabistan 2019 Olayları*. HRW, New York.
- Jablonski, N. (2020). *Persistence of Race*. African Sun Media, Stellenbosch.
- Jakubowicz, K. (28-29 mayıs 2019). "A New Notion of Media". 1st council of Europe conference of ministers response for media and new communication surmises. Strasbourg, 1-45.

- Johnson, N., Velasquez, N., Zheng, M., Manrique, P., Devkota, P. ve Wuchty, S. (2019). "Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology". *Nature*, 573 (7773): 261–265.
- Joseph, W. (2016). *Overcoming Gender Inequalities through Technology Integration*. IGI Global, Pensilvanya.
- Jubril, M. (2010). *Dirasat fi alqisat walrawaya: misr almakan*. Supreme Council of Culture. Kahire.
- Kaminski, J. (2017). *The Contemporary Islamic Governed State: A Reconceptualization*. Springer, Berlin.
- Kan, E., Nebioğlu, M., Özkan, Ş., Tekin, F. ve Tosun, G. (2017). *Medyada Nefret Söylemi İzleme Raporu*, Hrant Dink Vakfı, İstanbul.
- Karakuş, N. (2019). *Abd Başkanı Donald Trump'in Söylemlerinde*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Karamete, F. (2019). *Twitter'da Suriyeli Mültecilere Yönelik Nefret Söylemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Karamustafa, K. (2013). "14. Ulusal Turizm Kongresi kitabı". Detay Yayıncılık, Ankara.
- Karan, U. (2012). "Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü ve Uluslararası Hukuk", Ed. Y. İncoğlu içinde, *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Karwowski, W., Ahram, T. ve Nazir, S. (2019), *Advances in Human Factors in Training, Education, and Learning Sciences*, Springer, Berlin.
- Khalley Times. (2019). Saudi women can now join the armed forces Raporu. Khalley Times, Dubai.
- Khan, A. (2016). *100 Years of the MiddleEast: The Struggle for the Post Sykes-Picot MiddleEast*. MaktabaIslamia, Punjab.
- Khan, Kh. M. ve Khan, B. M. (2020). *Research, Innovation and Entrepreneurship in Saudi Arabia: Vision 2030*. Routledge, Abingdon.

- Khosrow-Pour, M. (2020). *Encyclopedia of Criminal Activities and the Deep Web*. IGI Global, Pennsylvania.
- Kırık, A ve Dönmez, E. (2019). “Yeni Medya ile Değişen Televizyon Yayıncılığında İçerik Üretimi: Küresel ve Yerel Ölçekli Platformlar” *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu*, İstanbul.
- Kietzmann, J. ve Hermkens, K. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons*, 54 (3): 241–251.
- King, R. ve Sutton, G. (2013). “High times for hate crimes: Explaining the temporal clustering of hate-motivated offending”. *Criminology*, 51(4):871–894.
- Klein, D. (2018). *Societies Emerging from Conflict: The Aftermath of Atrocity*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne.
- Klepeis, A. (2020). *Understanding Saudi Arabia Today*. Mitchell Lane, Glasgow.
- Knudsen, A. (2003). *Political Islam in the Middle East*. hr. Michelsen Institute, Bergen.
- Kowalski, R. M., Limber, S. P., & Agatston, P. W. (2012). *Cyberbullying: Bullying in the digital age*. John Wiley & Sons.
- Köker, E. ve Doğanay, Ü. (2010). *İrkçî Değilim Ama? Yazılı Basında İrkçî-Ayrımcı Söylemler*. IHOP, Ankara.
- Krafft, C. ve Assaad, R. (2019). *The Jordanian Labor Market: Between Fragility and Resilience*. Oxford University Press, Oxford.
- Krieger, Z. (2007). “Saudi Arabia puts its billions behind Western style higher education”. *The Chronicle of Higher Education*, 54(3).
- Kurt, G. (2019). “Yeni Medyada Nefret Söylemi: YouTube’da Suriyeli Mültecilere Karşı Üretilen Nefret Söylemi Üzerine Bir Araştırma”. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences*, 5(1): 1-20.
- Lamb, Ch., Hair, j., ve McDaniel, C. (2011). *MKTG 5*. Cengage Learning, Boston.
- Lawson, E. ve Bertucci, M. (1996). *Encyclopedia of Human Rights*. Taylor & Francis, Abingdon.

- Lazar, M. (2007). "Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis." *Critical Discourse Studies*, 4(2): 141-164.
- Leonard, T. (2013). *Encyclopedia of the Developing World*. Routledge, Abingdon.
- Leslie, R. (2020). *Handbook of Research on Cyberbullying and Online Harassment in the Workplace*. IGI Global, Pensilvanya.
- Liu, Sh., Volcic, Z. Ve Gallois, C. (2018). *Introducing Intercultural Communication: Global Cultures and Contexts*. SAGE Publications, California.
- Lo, Ch. (2021). *China's Global Disruption: Myths and Reality*. Emerald Group Publishing, Bingley.
- Logan, Ch. (2013). *Hormones, Heredity, and Race: Spectacular Failure in Interwar Vienna*. Rutgers University Press, New Jersey.
- Lull, J. (2001). *Medya, İletişim, Kültür* (N. Güngör Çev.). İstanbul: Vadi Yayınları.
- Lust, E. (2016). *The Middle East*. CQ Press, Washington.
- M. Mengü, M. ve Mengü, S. (2015). "Violence and Social Media," *Athens Journal of Mass Media and Communications*, vol. 1(3): 211-228.
- Ma, W. (2020). *The Digital War: How China's Tech Power Shapes the Future of AI, Blockchain and Cyberspace*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Macnamara, J. (2010). *The 21st Century Media (r)evolution: Emergent Communication Practices*. Peter Lang, Pieterlen.
- Maitra, I. ve McGowan, M. (2012). *Speech and Harm: Controversies Over Free Speech*. OUP Oxford, Oxford.
- Mallek, F., Belainine, B., ve Sadat F. (2017). "Arabic social media analysis and translation," *Procedia Computer Science*, 117(1): 298-303.
- Manning, J. (2014.) *Social media, definition and classes of*. In K. Harvey (Ed.). Sage, Thousand Oaks.
- Mantilla, K. (2015). *Gender trolling: How Misogyny Went Viral: How Misogyny Went Viral*. ABC-CLIO, California.

- Mason, J. (2020). *Concepts in Dental Public Health*. Jones & Bartlett Learning, Massachusetts.
- Massadeh, N. (2010). "Internationalization of higher education in Jordan". *The Middle East Institute*, 18-22.
- Mayring, PH. (2000). "Qualitative Content Analysis". *Qualitative Sozialforschung*, 1(2): 2.
- McGillvrey, J. (2017). *Instagram Secrets: The Underground Playbook for Growing Your Following Fast, Driving Massive Traffic & Generating Predictable Profits*. Jeremy McGillvrey, ABD.
- McKenna, B., Myers, M. Ve Newman, M. (2017). "Social media in qualitative research: Challenges and recommendations". *ScienceDirect*, 27(2): 87-99.
- Megahed, N., Ginsburg, M., Abdellah, A. ve Zohry, A. (2012). *The quest for educational quality in Egypt: Active-learning pedagogies as a reform initiative*. In C. Acedo, D. Adams, & S. Popa (Eds.), *Quality and qualities: Tensions in education reforms*, pp. 41–67. Rotterdam: Sense Publishers.
- Mégret, F ve Alston, Ph. (2020). *The United Nations and Human Rights: A Critical Appraisal*. Oxford University Press, Oxford.
- Mehdi, Kh. (2020). *Encyclopedia of Information Science and Technology*. IGI Global, Pensilvanya.
- Mensch, S.B. (2000). *Socialization to Gender Roles and Marriage Among Egyptian Adolescents*. Population Council, New York.
- Meza, R., Vincze, H. Ve Mogos, A. (2019). "Targets of Online Hate Speech in Context". *East European Journal of Society and Politics*, 4(4): 26-50.
- Michelman, S. (2020). *Civil Rights Enforcement*. Wolters Kluwer Law & Business, Hollanda.
- Mijatović, D. (2016). *New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists Raporu*. Organization for Security and Co-operation in Europe. Luxembourg.
- Miladi, N. ve Mellor, N. (2021). *Routledge Handbook on Arab Media*. Routledge, Abingdon.

- Mizrak, D. (2019). "Toplum Sözleşmesi Kuramlarında Siyasi İktidarın Siniri Olarak Kişi Hak Ve Özgürlükleri Meselesi". *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(17): 21-44.
- Moeckli, D., Shah, S., Harris, D. ve Sivakumaran, S. (2014). *International Human Rights Law*. OUP Oxford, Oxford.
- Moon, R. (2000). *The Constitutional Protection of Freedom of Expression*. University of Toronto Press, Toronto.
- Morales, M. (1996). *Perfect Equality: John Stuart Mill on Well-constituted Communities*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Mourtada, R. ve Salem, F. (2012). "Social Media in the Arab World: The Impact on Youth, Women and Social Change". *European Institut of the Mediterranean*, 2(1): 269-274.
- Muir, N. ve Criddle, L. (2011). *Using the Internet Safely for Seniors for Dummies*. John Wiley & Sons, Hoboken.
- Mulki, H., Haddady, H., Ali, C. ve Alshabani, H. (2019). "L-HSAB: A Levantine Twitter Dataset for Hate Speech and Abusive Language". *Third Workshop on Abusive Language Online. 28 Temmuz - 2 Ağustos 2019*, Florence: 111-118.
- Murkowski, L. (2006). Subcommittee on east aslant and pacific affairs. US government printing, Washington.
- Murthy, D. (2018). *Twitter Digital Media and Society*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- NCW ve OECD. (2018). *Women's Political Participation in Egypt Barriers, opportunities and gender sensitivity of select political institutions Raporu*. OECD Publishing, Paris.
- Nemes, I. (2002). "Regulating Hate Speech in Cyberspace: Issues of Desirability and Efficacy". *Information & Communications Technology Law*, 11(3), 194-196.
- Newsom, V. A., ve Lengel, L. (2012). "Arab women, social media, and the Arab spring: Applying the framework of digital reflexivity to analyze gender and online activism". *Journal of International Women's Studies*, 13(5), 31-45.
- Obar, A. ve Wildman, S. (2015). "Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue". *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750.

- Ockert, S. (2019). *The History of Social Change in America*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Oduntan, G. (2015). *International Law and Boundary Disputes in Africa*. Routledge, Abingdon.
- Oduntan, G. (2015). *International Law and Boundary Disputes in Africa*. Routledge, Abingdon.
- OECD. (2020). *Competitiveness and Private Sector Development Changing Laws and Breaking Barriers for Women's Economic Empowerment in Egypt, Jordan, Morocco and Tunisia*. OECD Publishing, Paris.
- Oinas-Kukkonen, J., Hasle, P. ve Harjumaa, M. (2008). *Persuasive Technology: Third International Conference, PERSUASIVE 2008, Oulu, Finland, June 4-6, 2008, Proceedings*. Springer Science & Business Media, Berlin.
- Oksanen, A., Hawdon, J., Holkeri, E., Näsi, M., ve Räsänen, P. (2014). Exposure to online hate among young social media users. *Sociological studies of children & youth*, 18(1): 253-273.
- Oleskeviciene, G. ve Sliogeriene, J. (2020). *Social Media Use in University Studies*. Springer Nature, Londra.
- O'Regan, G. (2016). *Introduction to the History of Computing: A Computing History Primer*. Springer, İsviçre.
- O'Regan, G. (2018). *The Innovation in Computing Companion: A Compendium of Select, Pivotal Inventions*. Springer, İsviçre.
- O'Regan, G. (2018). *World of Computing: A Primer Companion for the Digital Age*. Springer, İsviçre.
- OSCE. (2005). *Combating Hate Crimes in the OSCE Region, An Overview of Statistics: Legislation and National Initiatives*, ODIHR, Warsaw.
- Osman, M. (2016). *Population Situation Analysis Raporu*. UNFPA, Kahire.
- Oudenhoven, N. ve Oudenhoven, R. (2018). *Navigating Childish Times: What roles for children and young people in a fragmented and polarized world?*. Gompel&Svacina, Turnhout.
- Ozulu, S. (2014). Nefret Söyleminin Engellenmesinde Siyaset Kurumu. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(7), 15–29.

- Öksüz, O. Ve Yaşa, H. (2020). “Nefret Söyleminin İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2): 1383-1408.
- Övet, T. (2016). Terörizm, İslamofobi Ve Nefret Suçu İlişkisi. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 5(1): 109-140.
- Öztürk, K. (2014). *Dezavantajlı Gruplara Yönelik Ayrımcılık: Engellilerin Çalışma Hayatında Karşılaştıkları Ayrımcılık ve Çözüm Önerileri*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Eğitim Ve Araştırma Merkezi, Ankara.
- Pacheco, E ve Melhuish, N. (2018). *Online hate speech: A survey on personal experiences and exposure among adult New Zealanders* (Rapor No: Online survey 1). Netsafe. Wellington.
- Paik, N. (2020). *Bans, Walls, Raids, Sanctuary: Understanding U. S. Immigration for the Twenty-First Century*. Univ of California Press, Kaliforniya.
- Paker, M. ve Çayır, M. A (ed.). (2012). *Psikolojik açıdan Önyargı ve Ayrımcılık*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Patrick, J. (2001). *The Supreme Court of the United States: A Student Companion*. Oxford University Press, Oxford.
- Peckruhn, P. (2017). *Meaning in Our Bodies: Sensory Experience as Constructive Theological Imagination*. Oxford University Press, Oxford.
- Pereira-Kohatsu, J., Quijano-Sánchez, L., Liberatore, F. ve Camacho-Collados, M. (2019). “Detecting and Monitoring Hate Speech in Twitter”, *Sensors*, 19(21): 1-37.
- Petersen, M. ve Kayaoglu, T. (2019). *The Organization of Islamic Cooperation and Human Rights*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Peterson, J. (2020). *Historical Dictionary of Saudi Arabia*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Planet, L. (2019). *Lonely Planet Oman, UAE & Arabian Peninsula*. Lonely Planet, Melbourne.
- Potok, M. (2011). Hate groups top 1,000: The year in hate and extremism. *Intelligence Report*, (14): 40-67.

- Pullen, A. (2017). *Feminists and Queer Theorists Debate the Future of Critical Management Studies*. Emerald Group Publishing, Birleşik Krallık.
- Rainie, L ve Anderson, J. (2017). “Code-Dependent: Pros and Cons of the Algorithm Age” Pew Research Center, Washington.
- Ramirez, L. (2010). *Empower English Language Learners with Tools from the Web*. Corwin Press, Thousand Oaks.
- Rasul, M. (2018). *al'azmat alkhaliyat alrrahnt: al'asbab waltadaeiat qatar, almamlakat alsaediata, al'iimarat alearabiata, albahrayni, misr. markaz alkitab al'akadimii, Amman*.
- Rasul, M. (2018). *al'azmat alkhaliyat alrrahnt: al'asbab waltadaeiat qatar, almamlakat alsaediata, al'iimarat alearabiata, albahrayni, misr. markaz alkitab al'akadimii, Amman*.
- Razis,G ve Anagnostopoulos,I.(2015). *Discovering similar Twitter accounts using semantics*, University of Thessaly, Volos.
- Reyae, s. ve Ahmed, A. (2015). “Growth Pattern of Social Media Usage in Arab Gulf States: An Analytical Study”. *Scientific Research Publishing*, 4(2): 23-32.
- Ring, C. (2013). *Hate Speech in Social Media: An Exploration of the Problem and Its Proposed Solutions*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Colorado Üniversitesi Gazetecilik ve Kitle İletişim Fakültesi. Boulder.
- Ring, C. (2013). *Hate Speech in Social Media: An Exploration of the Problem and Its Proposed Solutions*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Colorado Üniversitesi Gazetecilik ve Kitle İletişim Fakültesi. Boulder.
- Rivlin, P. (2019). “Middle East Demographics to 2030”. *Middle East Economy Dergisi*, 9(8): 1-5.
- Rowbottom, J. (2012). “To rant, vent and converse: protecting low level digital speech” *Cambridge Law Journal*, 71(2), 355-383.
- Rowbottom, J. (2012). “To rant, vent and converse: protecting low level digital speech” *Cambridge Law Journal*, 71(2), 355-383.

- Rowman ve Littlefield. (2020). *Freedom in the World 2020: The Annual Survey of Political Rights and Civil Liberties*. Rowman ve Littlefield, Lanham.
- Royce, E. (2015). *Egypt Two Years After Morsi*. U.S. Government Publishing Office, Washington.
- Rubin, M. ve Katulis, B. (2019). *Seven Pillars: What Really Causes Instability in the Middle East?*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Sa'ad, M. (2017). *Arabic Shortcuts 2: Speak Arabic and learn Arabic Easily & Gain Faster Results. Master Useful Arabic Phrases Quickly and Easily with this Powerful Learning System*. LETS, Şam.
- Sabry, M. (2009). "Funding policy and higher education in Arab Countries". *Comparative and International Higher Education*, 1:11–12.
- Sadaf, Sh. (2020). *Hate Speech in Social Media*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Jyväskylä Dil ve İletişim Çalışmaları Bölümü, Finlandiya
- Sagolla, D. (2009). *140 Characters: A Style Guide for the Short Form*. Wiley, New York.
- Sahly, A. (2016). *Examining presence and influence of linguistic characteristics in the Twitter discourse surrounding the women's right to drive movement in Saudi Arabia*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Central Florida Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksekokulu, Florida.
- Sahu, A, ve Malik, S. (2019). *The YouTube: A Full History*. Akhilendra Sahu, Narsinghpur.
- Saileela, S. ve Kalaivani, S. (2019). *Education on Digital Cultural and Social Media*. Lulu.com, Kuzey Carolina.
- Salem, F. (2017). *Social Media and the Internet of Things towards Data-Driven Policymaking in the Arab World (Rapor No: 7)*. MBR School of Government. Dubai.
- Salem, F. (2017). *Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World Raporu (Rapor No: 17)*. MBR School of Government, Dubai.
- Samson, D. (2014). *Management*. Cengage AU, Avustralya.
- Sayer, F. (2019). *Public History: A Practical Guide*. Bloomsbury Publishing, London.

- Schaefer, M. (2014). *The tao of twitter. Changing your life and business 140 characters at a time*. McGraw-Hill, New York
- Schermerhorn, J. ve Bachrach, D. (2020). *Exploring Management*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Scheuber, K. (2012). "Gender and The Prohibition of Hate Speech". *QUT Law & Justice Journal*, 12(2): 132-150.
- Sedgwick, R. (2001). *Strategic Internationalization: Education in Saudi Arabia raporu*. WENR, New York.
- Sevasti, CH. (2014). *Social Media and Political Communication. Hate Speech in The Age of Twitter*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erasmus Rotterdam Üniversitesi Medya Kültürü ve Toplumu, Rotterdam.
- Sevasti, CH. (2014). *Social Media and Political Communication. Hate Speech in The Age of Twitter*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erasmus Rotterdam Üniversitesi Medya Kültürü ve Toplumu, Rotterdam.
- Shaw, S. ve Lee, J. (2007). *Women's Voices, Feminist Visions: Classic and Contemporary Readings*. New York.
- Silberztein, M., Atigui, F., Kornysheva, E., Métais, E. ve Meziane, F. (2018). *Natural Language Processing and Information Systems*. Springer, Berlin.
- Singh, S. ve Diamond, S. (2020). *Social Media Marketing for Dummies*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Siow, A. (2021). *Leading with IT: Lessons from Singapore's First CIO*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Sirageldin, I. (2002). *Human Capital: Population Economics in the Middle East*. American Univ in Cairo Press, Cairo.
- Sirgy, M., Estes, R., El-Aswad, E. ve Rahtz, D. (2019). *Combatting Jihadist Terrorism through Nation-Building: A Quality-of-Life Perspective*. Springer, Berlin.
- Sirgy, M., Estes, R., El-Aswad, E. ve Rahtz, D. (2019). *Combatting Jihadist Terrorism through Nation-Building: A Quality-of-Life Perspective*. Springer, Berlin.

- Skyline. (2019). *Monitors Hate Speech in Arab Media Raporu* (Rapor No:3). Skyline International, Stokholm.
- Smith, R. (2018). *International Human Rights Law*. Oxford University Press, Oxford.
- Solarz, M, A. (2020). “Religion and International Relations in the Middle East as a Challenge for International Relations (IR) Studies”. *Religions*, 11(150): 1-21.
- Sözen, E. (2014). *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. Ankara: Birleşik Yayınları.
- Spallaccia, B. (2017). *Misogynistic Hate Speech on Social Networks: a Critical Discourse Analysis*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Monash University Literary & Cultural Studies Program.
- Stephan, R. ve Charrad, M. (2020). *Women Rising: In and Beyond the Arab Spring*. NYU Press, New York.
- Stieglitz, S. ve Dang-Xuan, L. (2013). “Social Media and Political Communication - A Social Media Analytics Framework”. *Springer*,3(1): 1277–1291.
- Subedi, B. (2010). *Critical Global Perspectives: Rethinking Knowledge about Global Societies*. information age publishing, Charlotte.
- Suğur, S., Demıray, E., Eşkinat, R. Ve Ağaoğlu, E. (2005). *Toplumsal Yaşamda Kadın*. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.
- Susi, M. (2019). *Human Rights, Digital Society and the Law: A Research Companion*. Routledge, Abingdon.
- Susteren, G. (2017). *Everything You Need to Know About Social Media: Without Having to Call A Kid*. Simon and Schuster, New York.
- Svensson, E ve Edström, M. (2014). “Freedom of Expression Vs. Gender Equality”. *Tidsskrift for Rettsvitenskap*, 127 (5): 479–511.
- Şahinkaya, Y. (2016). *Uluslararası İnsan Hakları Hukukunda Nefret Söylemi ve Karşılaştırmalı Nefret Suçları*. Adalet Yayınevi, Ankara.

- Şensever, F. (2012). *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi İzleme Rehberi*. Sosyal Değişim Derneği, İstanbul.
- Tandon, N. (2017). “*Cyber Violence Against Women and Girls Raporu*”. UN Broadband Commission for Digital Development. Geneva.
- Taprial, V ve Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. bookboon, London.
- Taştan, Z., Tütak, B. ve Tütak, M. (2020). Göç bibliyografyası: Göç konusunda başvurulabilecek kaynaklar ve bu kaynaklara ilişkin genel bir değerlendirme. Hiperlink eğit.ilet.yay.san.tic.ve ltd.sti, İstanbul.
- Tella, A. (2014). *Social Media Strategies for Dynamic Library Service Development*. IGI Global, Pensilvanya.
- The Jordan National commission for Women. (2018). *Women’s Political Participation in Jordan Raporu*. OECD, Amman.
- TIMEP. (2019). *TIMEP Brief: 2019 Constitutional Amendments/ Egypt Raporu*. The Tahrir Institute for Middle East Policy, Washington.
- Titley, G. (2015). *Questions and lessons from the 2015 online survey*. Council of Europe. Strasbourg, 1-29.
- Ullmann, S ve Tomalin, M. (2019). “Quarantining online hate speech: technical and ethical perspectives”. *springer link*, 22(1): 69-80.
- UN Human Rights Committee. (2011). Article 19: Freedoms of opinion and expression (*Rapor No: CCPR/C/GC/34*). United Nations. Geneva.
- UN Human Rights. (1969). *International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination Raporu*. UN, Geneva.
- UN Human Rights. (1993). *Declaration on the Elimination of Violence against Women (Rapor No: 48/104)*. Office of the High Commissioner for Human Rights. Geneva.
- UN Secretary-General .(2019). *Promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression (Rapor No: A/74/486)*. United Nations General Assembly. New York.

- UN. (2001). *Globalization and Labour Markets in the ESCWA Region*. Michigan Üniversitesi, Michigan.
- UNDP. (2020). *Development Report 2020: The Next Frontier - Human Development and the Anthropocene*. United Nations, New York.
- UNESCO Institute for Statistics. (2017). *Education Counts: Benchmarking Progress in 19 WEI Countries: World Education Indicators*. UNESCO, Paris.
- Unesco. (2013). *Gender and Education for All: The Leap to Equality*. UNESCO, Paris.
- UNESCO. (2015). *Assessment of media development in Jordan based on UNESCO's Media Development Indicators*. UNESCO Publishing, Amman.
- UNESCO. (2015). *Jordan Youth Media Perception Survey Ages 18 -29*. Net-Med Youth, Amman.
- UNESCO. (2015). *Jordan Youth Media Perception Survey Ages 18 -29*. Net-Med Youth, Amman.
- UNESCO. (2015). *Keystones to foster inclusive Knowledge Societies*. UNESCO Publishing, Paris.
- UNICEF Fransa. (12. Kasım 2014). “Écoutons ce que les enfants ont à nous dire, Consultation nationale”. *Adolescents en France: le grand malaise*, Paris, 49.
- UNICEF. (2019). *MINAGeneration 2030: Investing in children and youth today to secure a prosperous region tomorrow Raporu (Rapor No: UN0229230)*. UNICEF, New York.
- UNITAR. (2019). *SDGs, Main Contributions and Challenges*. United Nations, New York.
- United Nations. (2011). *International Covenant on Civil and Political Rights (Rapor No: CCPR/C/GC/34)*. International Covenant on Civil and Political Rights. New York.
- UNSA. (2019). *Cyber Crimes Against Women & Girls Raporu (Rapor No: 2)*. UN Studies Association. New York.
- US Coast Guard. (2006). *Northeast Gateway Energy Bridge*. Northwestern Üniversitesi, Evanston.

- van Dijk, A. (1985). *Introduction: The Role of Discourse Analysis in Society*. (Editor: T.A. van Dijk). *Handbook of Discourse Analysis*, 4: Discourse Analysis in Society. London: Academic Press, 1-8.
- van Dijk, A. (1993). *Analyzing Racism Through Discourse Analysis*. (Editor: John H. Stanfield). *Race and ethnicity in Research Methods*. Newbury Park: Routledge, 92-134.
- van Dijk. (1991). *Media contents The Interdisciplinary Study of News as Discourse*. A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research. London and New York: Routledge, 108-120.
- Vardal, Z. (2015). "Nefret Söylemi Ve Yeni Medya". *Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 132- 156.
- Verhoeven, H. (2019). *Environmental Politics in the Middle East*. Oxford University Press, Oxford.
- Verme, P., Milanovic, B., Al-Shawarby, Sh., El-Tawila, S., Gadallah, M. ve El-Majeed, E. (2014). *Inside Inequality in the Arab Republic of Egypt*. World Bank Study, Washington.
- Victor, W. (2013). *International Education and the Next-Generation Workforce: Competition in the Global Economy: Competition in the Global Economy*. IGI Global, Pennsylvania.
- Vieler-Porter, Ch. (2020). *The Under-Representation of Black and Minority Ethnic Educators in Education: Chance, Coincidence or Design*. Routledge, Abingdon.
- Vogel, F. (2019). *Saudi Business Law in Practice: Laws and Regulations as Applied in the Courts and Judicial Committees of Saudi Arabia*. Bloomsbury Publishing, Londra.
- Warner, CH., Lederer, W. ve Moroz, B. (2020). *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Warschauer, M. (2004). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press, Cambridge.
- Waseem, Z., ve Hovy, D. (2016). "Hateful Symbols or Hateful People? Predictive Features for Hate Speech Detection on Twitter". *HLT-NAACL*: 88-93.

- Watanabe, H., Bouazizi, M. ve Ohtsuki, T. (2018). "Hate Speech on Twitter: A Pragmatic Approach to Collect Hateful and Offensive Expressions and Perform Hate Speech Detection". IEEE Access, 16(1): 13825-13835.
- Weber, A. (2009). *Manual on Hate Speech*. Council of Europe Publishing, Strasbourg.
- Weinstein, J. (2018). *Hate Speech, Pornography, And Radical Attacks On Free Speech Doctrine*. Routledge, Abingdon.
- World Economic Forum. (2016). *The Global Gender Gap Raporu*. İsviçre.
- World Economic Forum. (2020). *Global Gender Gap Report 2020 Raporu (Rapor No: CH-1223)*. weforum, Geneva
- Xanthidis, D ve Alali, A. (2014). "Investigating the attitude of the average Saudi towards the Social Media". *Applied Computational Science*, 86 – 94.
- YWCA. (2017). *Technology and Gender-Based Violence Raporu*. Ywca, Washington.
- Zaleski, K., Enrile, A., Wang, X. ve Weiss, E. (2019). *Women's Journey to Empowerment in the 21st Century: A Transnational Feminist Analysis of Women's Lives in Modern Times*. Oxford University Press, Oxford.
- Zonana, E ve Reyna, Y. (2012). *Ayrımcılıkla Mücadele ve Eşitlik Kurulu Kanun Tasarısı Taslağı ve Nefret Suçları*, Ed. Y. İnceoğlu içinde Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- Alexander, J., "The Yellow \$: a comprehensive history of demonetization and YouTube's war with creators". <https://www.polygon.com/2018/5/10/17268102/youtube-demonetization-pewdiepie-logan-paul-casey-neistat-philip-defranco> (erişim tarihi: 22.01.2021)
- Al-Kaisy, A., "UNDERSTANDING HATE SPEECH: Jordan's new definition threatens press freedom". <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/trust-ethical-journalism/hate-speech-jordan>" (erişim tarihi: 07.03.2020).
- Buni, C. ve Chemaly, S. (2014). *The Unsafety Net: How Social Media Turned Against Women*. www.theatlantic.com.

- Council of Europe., “No Hate Speech Youth Campaign”. <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign> (erişim tarihi: 23.02.2020).
- Esrc., “What is Twitter and why should you use it?”. <https://esrc.ukri.org/research/impact-toolkit/social-media/twitter/what-is-twitter/> (erişim tarihi: 22.07.2020).
- European Commission., “2017 Annual Colloquium on Fundamental Rights”. http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=115277 (erişim tarihi: 24.02.2020).
- Geray ve Aydoğan, “Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik”, <http://ilefarsiv.com/etik/wp-content/uploads/yeni-iletisim-teknolojileri-ve-etik.pdf> (erişim tarihi: 22.01.2021)
- Google Gizlilik ve Şartlar <https://policies.google.com/privacy?hl=tr-US> (erişim tarihi: 17.02.2020).
- Hate speech on Facebook [facebook.com/communitystandards/hate speech](https://www.facebook.com/communitystandards/hate-speech/) (erişim tarihi: 17.02.2020).
- Independent., “Whatsapp Forces Users to Agree to Share Private Data Including Phone Number with Facebook”. <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/whatsapp-update-new-privacy-policy-b1783880.html> (erişim tarihi: 24.01.2021).
- Radio nisaa., “ean tasaeud khitab alkirahiat fi almujtamae wadida alnisa”. <http://www.radionisaa.ps/article/10852/> (erişim tarihi: 21.06.2020).
- Reuters. (2018). “Jordan to rethink controversial cybercrimes law”, www.reuters.com, 9.12.2018
- Rouse, M., “What is Instagram? - Definition from WhatIs.com”. <https://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram> (erişim tarihi: 24.01.2021)
- Sayadi, E. ve Samaro, D., “Cybercrime law in Jordan: pushing back on new amendments that could harm free expression and violate privacy”. <https://www.accessnow.org/cybercrime-law-in-jordan-pushing-back-on-new-amendments-that-could-harm-free-expression-and-violate-privacy/> (erişim tarihi: 25.01.2021)
- Stophateuk., “What is the difference between Online Hate and Free Speech?”. <https://www.stophateuk.org/difference-between-online-hate-and-free-speech/> (erişim tarihi: 09.03.2020).

Twitter Kuralları <https://help.twitter.com/tr/rules-and-policies/twitter-rules> (erişim tarihi: 17.02.2020).

YouTube Topluluk Kuralları
https://www.youtube.com/intl/tr_cy/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/
(erişim tarihi: 17.02.2020).



ANKET FORMU

Değerli Katılımcı

Araştırmacı, “Ortadoğu’daki Kadınlara Karşı Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü” konulu bir Araştırma Yapıyor; bu yüzden, Kadınlara karşı online Nefret Söylemi hakkında geri bildirim almak için bu anketi dağıtıyorum..

Sayın katılımcı, anketi dikkatle doldurmanızı rica eder; Zaman ayırdığınız ve araştırmaya vereceğiniz değerli katkıdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Araştırmacılar

Prof.Dr. Ahmet AYHAN

Mohammad SHATNAWI (DOKTARA ÖĞR)

İletişim Fakültesi / Akdeniz Üniversitesi

Antalya, Türkiye

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM

Çalışmanın özellikleri, yöntemi ve amacıyla ilgili anlaşılabilir bir şekilde yazılı olarak bilgilendirilmiş olduğumu beyan ederim. Bu çalışmaya katılmamın bir gidere neden olmayacağı gibi bir gelir getirmeyeceğinin farkındayım. Bu çalışmada benimle ilgili kimlik bilgilerim alınmadan, toplanan bilginin kaydedilmesini kabul ediyorum. Bu bilgiler üzerinden benimle ilgili kişisel çıkarımlara varılması mümkün değildir. Bu bilgilerin üçüncü kişi veya kurumlarla paylaşılmayacağı konusunda güvence verilmiştir. Çalışma bilimsel bir dergide yayınlanırsa bilgilerden kimlerin katılmış olduğu anlaşılmayacaktır. Anketi tamamladıktan sonra fikrimi değiştirirsem bilgilerin toplanması ve işlenmesiyle ilgili olurumdan vazgeçemem. Çalışmanın anonim olmasından dolayı kişinin isteği üzerine veri silinmesi mümkün değildir, çünkü kimin hangi formu doldurduğu araştırmacılar tarafından dahi bilinmemektedir.

Yukarıda yer alan bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın özelliklerini ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. Kimliğim bilinmeksizin yanıtlarımın toplanmasını ve araştırmacılar tarafından saklanmasını kabul ediyorum.

1. Ülke:

- ☐ Ürdün
- ☐ Mısır
- ☐ Suudi Arabistan

2. Yaş:

- ☐ 18'den az
- ☐ 18-25 yaş
- ☐ 26-32 yaş
- ☐ 33-40 yaş
- ☐ 41- 48 yaş
- ☐ 48 yaşın üzerinde

3. Şu Anki Durumunuz:

- ☐ Ortaokul veya daha az
- ☐ Üniversite öğrencisi
- ☐ Çalışan
- ☐ Ev hanımı
- ☐ İşsiz
- ☐ Diğer (Lütfen Belirtin)

4. Son 3 yılda, sosyal medyadaki online nefret söylemiyle kişisel olarak tehdit edildiğinizi veya gücendiğinizi hissettiniz mi?

- ☐ Asla (SORU 8'e GEÇİNİZ)
- ☐ Bir kez
- ☐ Birkaç kez (2-4)
- ☐ Çoğu zaman (5 veya daha fazla kez)

5. Cevabınız evet ise, aldığınız nefret söylem (ler) i bunlardan hangisi idi:

- ☐ Cinsiyet
- ☐ Milliyet
- ☐ Engellilik
- ☐ Siyasi görüşler
- ☐ Diğer. (Lütfen belirtin) _____

6. Cevabınız evet ise, online nefret söylemine yanıt olarak ne yaptınız? (Birden fazla cevap seçebilirsiniz)

- ☐ Boş vermek
- ☐ Cevap veya tepki vermek
- ☐ Twitter'a bildirmek
- ☐ Tavsiye istemek
- ☐ Arkadaşlara aktarmak
- ☐ Diğer. (Lütfen belirtin) _____

7. Karşılaştığınız nefret söylemi kimin tarafından yapıldı?

- ☐ Erkek
- ☐ Kadın
- ☐ Her ikisi

8. Son 3 yılda sosyal medyada cinsiyet nedeniyle birini veya bir grubu hedef alan nefret söylemi gördünüz mü? (Soru 4'ü cevapladıysanız lütfen bu soruyu cevaplayın)

- ☐ Asla
- ☐ Bir kez
- ☐ Birkaç kez (2-4)
- ☐ Çoğu zaman (5 veya daha fazla kez)

9. Son 3 yılda sosyal medyada nefret söylemi olarak değerlendirdiğiniz bir gönderi veya içerik için herhangi bir tepki aldınız mı?

- ☐ Asla
- ☐ Bir kez
- ☐ Birkaç kez (2-4)
- ☐ Çoğu zaman (5 veya daha fazla kez)



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Mohammad Nayef Turki SHATNAWI
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Hawara Lisesi ,Ürdün, Irbid.
Lisans Diploması	Yermuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ,Ürdün, Irbid, 2009
Yüksek Lisans Diploması	Yermuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ,Ürdün, Irbid, 2009
Tez Konusu	Birleşmiş Milletler Radyo İstasyonlarının Gelişmekte Olan Bölgelerde Barış ve Kalkınma Kültürünü teşvik etmedeki rolü.
Doktora Diploması	Akdeniz Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Anabilim Dalı, 2020
Tez Konusu	Orta Doğu'daki Kadınlara Yönelik Nefret Söylemlerinin Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü.
Yabancı Dil	Arapça (Ana Dili), İngilizce, Türkçe.
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	-Nisan 2015 – Eylül 2016 / Medya ve İletişim Koordinatörü (Islamic Relief Worldwide). -Eylül 2014 – Mart 2015/ Kitle iletişim ve medya bölüm başkanı (International rescue committee). - Mart 2013 – Ağustos 2014/ Kitle iletişim ve medya bölüm başkanı (Handicap international organization). -Mayıs 2011 – Mart 2013/ Genel Yayın Yönetmeni (Tarbeahnews Web Sitesi – elektronik gazete). -Mart 2009 – Mayıs 2011/ Haber Dairesi Başkanı (Radyo Hawa Amman FM).