

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI



**SOSYAL MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ: “SOSYAL
MEDYADA YER ALAN İSLAMOFOBİK PAYLAŞIMLARIN
ANALİZİ”**

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI TEZLİ YÜKSEK LİSANS

MELEK AVCI

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. ERCAN AKTAN

BOLU, OCAK 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

Melek AVCI tarafından hazırlanan “**Sosyal Medya ve Nefret Söylemi : Sosyal Medyada Yer Alan İslamofobik Paylaşımların Analizi**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Gazetecilik Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir. Tarih : 03 Ocak 2025

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman

Prof. Dr. Ercan AKTAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Prof. Dr. Selami ÖZSOY
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Doç. Dr. Kemal AVCI
Karabük Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir
- aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

MELEK AVCI

ÖZET

SOSYAL MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ: “ SOSYAL MEDYADA YER ALAN İSLAMOFOBİK PAYLAŞIMLARIN ANALİZİ “

GAZETECİLİK TEZLİ YÜKSEK LİSANS

MELEK AVCI

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. ERCAN AKTAN)

BOLU, OCAK - 2025

(XI+72)

ÖZET

Sosyal medya, internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkmış, iletişimde hız sağlayan, kullanım basitliği ile kitleleri kendine çeken bir platform olarak nitelendirilmektedir. Sosyal medya hem etkileşim içinde bulunulan hem de kendisinden etkilenilen uygulamaları içermektedir. Sosyal medya geniş kitlelere anında ulaşabilmektedir. Nefret söylemi kavramı, ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını teşvik eden, savunan her türlü ifade biçimi olarak adlandırılmaktadır. Araştırmada konunun amacına ve yanıt aradığı sorulara uygunluk nedeniyle betimsel içerik analizi tercih edilmiştir. Betimsel içerik analizi, metinlerin yorumlanmasını içermektedir. Bu yöntemle betimsel içerik analizi ve nefret söylemi arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmaktadır. Araştırmanın örneklemini X'teki paylaşımlar oluşturmaktadır. Araştırmanın verilerini araştırma konusu olan X'teki görseller ve söylemler oluşturmaktadır. Bu çalışmada nefret söylemi din karşıtlığı bağlamında incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda nefret söylemi ve sosyal medya arasında doğrudan bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medyanın nefret söylemi oluşturmada ve yaymada etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada “sosyal medya ve nefret söylemi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır” sorusu cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda araştırmada incelemeye uygun 42 gönderiye ulaşılmıştır. 1 Eylül- 28 Kasım tarihleri arasında X'te incelenen gönderiler analiz edilirken Runnymede Trust'un ortaya attığı kategoriler üzerinden ilerlenmiştir. Yapılan analizlere göre; Şiddet kategorisinden (Fiziksel Saldırı, Hakaret, Sözlü Taciz) 20, Ön yargı kategorisinden (Medyada- Günlük Hayatta Ön Yargıyla Yaklaşmak) 22 gönderiye ulaşılmıştır. Ayrımcılığa Tabi Tutulma ve Dışlanma (Siyasetten Yetkiden Uzak Tutma) kategorisiyle ilişkili gönderi bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Sosyal Medya, Nefret söylemi, X, İslamofobi

**SOCIAL MEDIA AND HATE SPEECH: “ANALYSIS OF
ISLAMOPHOBIC POSTS ON SOCIAL MEDIA”
MASTER’S DEGREE WITH THESIS IN JOURNALISM**

**MELEK AVCI
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
GRADUATE EDUCATION INSTITUTE
DEPARTMENT OF JOURNALISM**

(THIS SUPERVISOR: PROFESSOR DR. ERCAN AKTAN)

**BOLU, JANUARY – 2025
(XI+ 72)**

ABSTRACT

Social media has emerged with the development of internet technologies, is characterized as a platform that provides speed in communication and attracts the masses with its ease of use. Social media includes applications that are both interacted with and influenced by. Social media can reach large masses instantly. The concept of hate speech is called any form of expression that encourages and defends racist hatred and xenophobia. Descriptive content analysis was preferred in the research due to its suitability for the purpose of the subject and the questions it seeks answers to. Descriptive content analysis includes the interpretation of texts. With this method, a relationship is tried to be established between descriptive content analysis and hate speech. The sample of the research consists of the posts on X. The data of the research consists of the visuals and discourses on X, which is the subject of the research. In this study, hate speech was examined in the context of anti-religion. As a result of the analysis, it was seen that there is a direct relationship between hate speech and social media. It was determined that social media is effective in creating and spreading hate speech. In this study, the question of “is there a significant relationship between social media and hate speech?” was tried to be answered. As a result of the examinations, 42 posts suitable for examination were reached in the research. While analyzing the posts examined on X between September 1 and November 28, the categories put forward by the Runnymede Trust were followed. According to the analysis; 20 posts were reached from the Violence category (Physical Attack, Insult, Verbal Harassment) and 22 posts were reached from the Prejudice category (Approaching with Prejudice in the Media and Daily Life). No posts were found related to the Discrimination and Exclusion (Keeping Away from Politics and Authority) category.

Keywords: New media, Social media Hate speech, X, Islamophobia

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ETİK BEYAN.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
TABLO LİSTESİ	viii
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	x
TEŞEKKÜR	x
1. GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
2. YENİ MEDYA VE ARAÇLARI.....	3
2.1 Yeni Medyanın Özellikleri ve İletişim Yapısı.....	7
2.2 Yeni Medya Araçları.....	11
2.3 Sosyal Medya Kavramı.....	12
2.3.1 Sosyal Medyanın Özellikleri ve İletişim Yapısı.....	13
2.4 Sosyal Medya Araçları.....	14
2.4.1 Bloglar.....	15
2.4.2 Forumlar.....	17
2.4.3 Wikiler.....	17
2.4.4 Mikrobloglar.....	18
2.4.5 Mobil Sosyal Ağlar.....	18
2.4.5.1 Facebook.....	19
2.4.5.2 Youtube.....	19
2.4.5.3 Instagram.....	20
2.4.5.4 Twitter.....	21
İKİNCİ BÖLÜM.....	23
3.2 NEFRET SÖYLEMİ VE İSLAMOFOBİ.....	23
3.1 Nefret Söyleminin Kavramsal Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....	23
3.2 Uluslararası Düzlemde Nefret Söylemi Tanımları ve Düzenlemeleri.....	26

3.2.1 Birleşmiş Milletler.....	26
3.2.2 Avrupa Konseyi.....	27
3.2.3 Avrupa Birliği.....	28
3.3 Hrant Dink Vakfı Kategorileri.....	28
3.4 Türkiye’de Nefret Söylemine İlişkin Düzenlemeler.....	29
3.5 Nefret Söylemini Oluşturan Unsurlar.....	29
3.5.1 Ön yargı.....	29
3.5.2 Ayrımcılık.....	30
3.5.3 Kalıp yargı.....	30
3.6 Nefret Söylemi Türleri.....	30
3.7 Nefret Piramidi.....	31
3.8 İslamofobi Kavramı ve Ortaya Çıkış Süreci.....	32
3.8.1 İslamofobinin Nedenleri.....	35
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	37
4. SOSYAL MEDYADA YER ALAN İSLAMOFOBİK NEFRET SÖYLEMİ ÖRNEKLERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ.....	37
4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	37
4.2 Evren ve Örneklem.....	38
4.3 Araştırmanın Yöntemi.....	38
4.4 Araştırmanın Kapsamı ve Soruları.....	39
4.5 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	39
5. Bulgular	39
6. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	44
KAYNAKLAR.....	48
EKLER.....	60

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 5.2. Şiddet Gönderi Örneği.....	41
Şekil 5.2. 1. Şiddet Gönderi Örneği.....	41
Şekil 5.2.2. Şiddet Gönderi Örneği.....	41
Şekil 5.2.3. Şiddet Gönderi Örneği	42
Şekil 5.3. Ön yargı Gönderi Örneği.....	42
Şekil 5.3.1 Ön yargı Gönderi Örneği.....	42
Şekil 5.3.2. Ön yargı Gönderi Örneği.....	43
Şekil 5.3.3. Ön Yargı Gönderi Örneği.....	43

TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.7.1.Nefret Piramidi.....	31
Tablo 5.1. Gönderilerin Kategorilere Göre Dağılımı.....	40

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

ARPA: İleri Araştırmalar Projeleri Ajansı

CD: Compact Disc- Yoğun Disk

DARPA: Defence Research Project Agency Research

DVD: Digital Versatile Disc- Çok Amaçlı Sayısal Disk

EL KAİDE: Radikal İslam ve Selefi Silahlı Örgüt

İŞİD: Irak Şam İslam Devleti

NESNET: National Science Foundation

ODTÜ: Ortadoğu Teknik Üniversitesi

PEW: Pew Research Center

TCP/IP: Transmission Control/ Protocol/ İnternet Protocol

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının ortaya çıkmasında büyük rol oynayan, çalışmam süresince bilgi ve deneyimlerini paylaşan, yoğun olmasına rağmen her zaman ilgilenen, detaylı incelemeler yapan danışman hocam Prof. Dr. Ercan Aktan'a teşekkür ederim. Tez değerlendirme jürisinde yer alan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Selamı Özsoy ve Doç. Dr. Kemal Avcı'ya teşekkür ederim. Bu yolda beraber ilerlediğim, bana moral veren dostum Aslı Deniz Demiryürek'e, beni her zaman destekleyen ve bana ben den çok inanan babam Osman Avcı, annem Cafiye Avcı, kız kardeşim Bahar Canlı, Eniştem Hasan Canlı ve kıymetli nişanlım Ahmet Erdoğan'a sonsuz teşekkür ederim.

1. GİRİŞ

Sosyal medya kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç ve uygulamalarının tümünü kapsamaktadır. Sosyal medya uygulamalarında içeriği tamamen bireyler belirlerken, birbirleriyle sürekli etkileşim kurmaktadır. Zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin olduğu iletişim şekline denilmektedir (Bostancı,2010,35-36). Sosyal medya ortamları çeşitli nesnel söylemlerin üretilmesinde etkili olmaktadır. Özellikle yeni medyanın gündelik yaşam içindeki geniş kullanım alanı, çevrim içi habercilik sonunda da yorumların hızlı şekilde dolaşımına uygun bir zemin sunulması ve ayrımcılık bahsedilen bu geniş kitlelere daha büyük hızla ulaşmaktadır (Sezgin, 2017: 115). Gelişen bilişim teknolojileriyle bilgiler dünyanın bir ucundan öbür ucuna hızla yayılmaktadır. İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte görünmeyen- bilinmeyen her bilgi gözle görünür hâle gelmiştir. İnternet teknolojilerinin gelişmesi beraberinde sosyal medya uygulamalarını getirmiştir. Sosyal medya uygulamaları bireyleri, toplulukları karşılıklı olma zorunluluğu olmadan bir araya getirmektedir. Bu platformlarda içerik ve bilgi paylaşımı yapılmaktadır. Sosyal medya platformları sadece bilgi ve içerik üretmemektedir. Aynı zamanda nefret söylemi de üretmektedir. Nefret söylemi bireyleri, toplulukları, kimlikleri inançları hedef almaktadır. Nefret söylemi; dışlama, ötekileştirme hakaret- alay etme gibi davranışlarla, kişileri dini inanç ve etnik kökeni yüzünden toplumdan uzaklaştırmaktadır.

Bu çalışma betimsel içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada sosyal medya ve nefret kültürü ele alınmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda X'te paylaşılan mesajlar İslamofobi çerçevesinde ele alınarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda çalışma üç bölümden oluşmuştur. Konuyla ilgili basılı ve elektronik kaynaklar taranmıştır. Birinci bölüm sosyal medya araçları adını taşımaktadır. Bu bölümde Sosyal Medyanın tanımı yapılmadan önce yeni medyanın tanımı yapılmıştır, yeni medyanın özellikleri ve yeni medya araçları irdelenmiştir. En sonunda Sosyal Medyanın tanımı yapıldıktan sonra Sosyal Medya Araçları ve Sosyal Ağ Siteleri ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde Nefret Söylemi kavramı irdelenmiştir. Nefret söylemi türleri, Nefret Söyleminin Ulusal ve Uluslararası boyutları incelenmiştir. Daha sonra bir nefret söylemi türü olan İslamofobi kavramı ele alınmış ve tanımlamalar yapılmıştır. İslamofobi kavramının literatürdeki izleri taranmıştır. Çalışmanın uygulama bölümü olan üçüncü bölümde, uygulama varsayımı, sosyal ağ sitelerinin nefret söyleminde etkili olduğu yönündedir. X'te nefret söylemi üreten mecraların başında yer aldığı da varsayımın arasında yer almaktadır. X'te Hashtagler üzerinden yapılan analizle, varsayımları test etme imkanı oluşacaktır. Yine bu araştırma kapsamında nefret söyleminin sosyal ağ sitelerine nasıl ortaya çıktığı, sosyal ağ sitelerinin nefret söylemine etkisi, sosyal ağ sitelerinden biri olan X'te paylaşılan tweetlerde nefret söyleminin nasıl üretildiği gibi sorulara cevap aranmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYA VE ARAÇLARI

2.1. Yeni Medya Kavramı ve Ortaya Çıkış Süreci

İnternet uydu kanalları ve diğer araçlarla dünyayı birbirine bağlayan küreselleşmeyle birlikte iletişim teknolojileri de gelişmeye ve dönüşmeye başlamıştır. “Yeni” olarak nitelendirilen iletişim teknolojilerine tabii olarak yeni medya politikaları da oluşturulmaya başlamış, insanlara istediklerine erişebilme, istediklerini paylaşabilme fırsatı sağlayan bir medya ortamı oluşmuştur (Yurdigül ve Zinderen, 2012: 85). Yeni medyayı diğerlerinden ayıran temel özellik çoğunlukla sayısal- analog ayrımı üzerine yapılmaktadır. Sayısal teknolojiler sayesinde ses, görüntü ve video kalitesinde her geçen gün büyümeler yaşanmaya başlamıştır. Sayısal teknolojiler ile bireyler verilen içeriklere karşı bildirimde bulunabilmektedir. Yeni medya ekranı ile görüntüler, artık tüm dünyada aynı anda dolaşıma girebilmektedir (Altunay, 2012: 41-42). Ses, görüntü ve bilgi içeriklerini etkileşim ögesini de içine alacak şekilde bir araya getiren yeni medya, “bilgisayarların işlem gücü olmadan oluşturulamayacak ortamlar” olarak tanımlanabilmektedir (Aydoğan ve Kırık, 2012: 59).

Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkışını hazırlayan süreçleri Lev Manovich 1830'lara kadar dayandırmaktadır. Charles Babbage'in analitik makine ve Louis Daguerre'nin “dagerotip” icadından başlayarak 20. Yüzyılın ortasında modern dijital bilgisayarların ortaya çıkmasıyla, bir anda analitik makine ile bilgisayar teknolojilerindeki değişim ve gelişim başlarken, öte yandan “dagerotip” ile başlayan süreçte medya teknolojilerinde hareketli görüntünün ve sesin farklı şekiller kullanılarak saklanması olanak tanıyan bir yenilik sağlanmıştır. Bu gelişmelerin bir araya gelmesiyle, var olan medyanın sayısal verilere çevrilmesi sonucunda yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır (Manovich, 2001: Başlar, 2013:775). Her yeni teknoloji sadece ortaya çıkardığı teknik imkanlardan dolayı değil, bu yeni teknik olanakların sağladığı yeni iletişim süreçleri ve yeni iletişim kültürü nedeniyle de “yeni medya kavramı” ile anılmaya başlamıştır. Beville (1948)

televizyon, radyo ve faksimile gibi iletişim ortamlarını birer yeni medya olarak tanımlandığında tarihler 1948 yılını göstermektedir.

Marvin (1988) elektrik ve elektronik teknolojisinin yeni kullanım alanlarını ifade ederken benzer ifadeler kullanmıştır. Ancak 2000' li yıllara kadar yeni olma durumu birçok iletişim teknolojisi için defalarca kullanılmıştır (Altunay, 2015: 412). Manovich yeni medyayı daha çok bilgisayar teknolojileri ve bilişim sistemleriyle koşut olarak algılayarak yeniyi sorgulamaktadır. 14. Yüzyılda matbaa ve 19. Yüzyılda fotoğrafın toplum ve kültür üzerindeki devrimsel etkisi ile yeni medyanın modern toplumdaki etkisini asimile etmektedir. 20. Yüzyılın sonlarından itibaren ise bilgisayar tabanlı üretim, dağıtım ve iletişime geçilmesiyle yeni medya devrinin ortasında yer almaya başladığından söz etmektedir (Muşkara , 2018: 91).

Yeni medya; kendisini sürekli yenileyen, bilgisayar, internet ve mobil teknoloji ile başlamış, kullanıcıların zamandan ve mekândan bağımsız bir şekilde karşılıklı iletişime girmelerini sağlayan, sanal medya ortamı olarak adlandırılmaktadır (Arslan ve Ebre, 2021:2). Yeni medyanın temeli olan internet, akla gelen her alanda kullanılmakta ve yokluğunda iletişim sisteminin aksadığı bir yenilik olarak dikkat çekmektedir. İnternet iletişim açısından amaçsal değil de araçsal değişikliklere yol açmıştır (Arslan, 2022: 276). İnternet önce Amerika Birleşik Devletleri'nde yerel ve bölgesel ağların bir araya gelmesiyle başlamıştır. Zamanla ABD içindeki diğer ağların ve uluslararası başka ağlarında bağlanması ile bugünkü halini almıştır. ABD Savunma bölümü bünyesinde yer alan İleri Araştırmalar Projeleri Ajansı (ARPA)'nın 1969 yılında kurduğu ARPANET internetin ilk çekirdeği olmuştur. Bu ağ zaman içerisinde ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının bilgisayarlarını da içine almıştır. 1973 yılında DARPA (Defence Research Project Agency Research) değişik bilgisayarların da bağlanmasını sağlayacak iletişim protokollerinin geliştirilmesine yönelik programı başlatmıştır.

Bu protokoller internetin temel yazılım teknolojisini oluşturmuşlardır. ABD'de 1986 yılında NFSnet adıyla tanınan ağ 1986 yılında National Science Foundation tarafından kurulmuştur. Bu durum bilgisayarlar arasındaki bilgi hızının 30 kat artırılmasını sağlamıştır. Bugünkü internetin doğasındaki en büyük pay TCP/ IP ailesi adlı protokolden gelmektedir. (Transmission Control/ Protocol/ İnternet Protocol) TCP/ IP birbiriyle uyumsuz olan birbirinden farklı birçok bilgisayar ve

ağı birbirine bağlayan bilgisayar protokolüdür (Çıkıl, Gülaçtı & Özen, 2004: 53-54). 1993 yılının Nisan ayında TÜBİTAK ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi işbirliğiyle DPT projesi çerçevesinde Türkiye global internete bağlanmıştır. 64 kbit/son hızındaki bu hat ODTÜ’de uzun bir süre ülkenin tek hattı olmuştur.

Daha sonra Ege Üniversitesi (1994), Bilkent (1995), Boğaziçi (1995), İTÜ (1996) Turk Telekom’un 1995 yılında açtığı ihale ile oluşturulan TURNET 1996 Ağustos ayında faaliyetine başlamıştır. Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (Ulakbilim) adıyla kurulan yeni merkezde Türkiye çapında yeni teknolojilerle eğitim ve araştırma kuruluşları birbirine bağlanmak istenmiştir 1999 yılında TURNET’İN yerini TTNET almıştır (Çakır ve Topçu, 2005: 75).

1990’lı yıllarla birlikte hayatımıza giren internet, Web 2.0 teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla tarihte ilk kez mekânda karşı karşıya olmadan insanların birbirleriyle kesintisiz iletişim kurmalarını sağlamıştır. Sosyal medya araçlarının etkileşimselliğinden yararlanan kullanıcılar, Web tabanlı uygulamalarda içerik üreticisi konumuna geçmiş aynı zamanda markaların ve ticari kuruluşların tüketicisi hâline gelmişlerdir (Sayımer, 2014: 102-103). Bir içeriğin internet ortamına girmesi ve görüntülenmesine Web 1.0 denilmektedir. Web 2.0 cep telefonları, PDA’lar, dijital oyunlar ve oyun ortamları ise yeni medyayı oluşturmaktadır. Web 2.0’da genel olarak insanlar bir araya toplanarak paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu ortamlara Facebook, Twitter, Youtube ve benzeri örnek olarak gösterilebilir. Web 2.0’da içerik üretimi ve tüketimi kullanıcı tarafından gerçekleştirilmektedir (Taş, 2017:64). Yeni medyanın sunduğu olanaklarla bilginin üretimi, depolanması, dağıtılması ve tüketimi gibi süreçler yeni bir boyut kazanmıştır. Web 1.0 olarak adlandırılan 1990’lı yıllara bakıldığında içeriğe müdahale etme açısından kullanıcılar daha etkiliyken, Web 2.0 olarak adlandırılan 2000 sonrasında ise yeni medya tamamen kullanıcı merkezli ve katılımcı bir platform haline gelmiştir. Yeni medyanın içerik paylaşma ve geri bildirimde bulunma imkanlarının, hem geniş hem daha fazla olması üreticilerin ve kullanıcıların yeni medya teknolojilerini daha fazla tercih etmesini sağlamaktadır (Öztekin, 2015: 929). 2000’li yıllarda internet kullanımı yaşamın her alanına dağılmıştır. Evlerdeki bireysel bilgisayar ve internet kullanımında artış gözlenmiştir. Bilgisayar ve internet kullanımı sayesinde insanlar arasında bilgi ve belge paylaşımında kolaylıklar yaşanmaya başlanmıştır. İnternette sadece bilgi paylaşımı yapılmamıştır; e-ticaret, e- eğitim, e- bahis gibi yeni sektörler

ortaya çıkmıştır (Günlü, 2016: 24). Bilgisayar teknolojisinin çok hızlı gelişmesiyle birlikte internetin de keşfi ve gelişimi sonrasında bu iki teknoloji insan hayatında önemli bir konumda yer almaya başlamıştır. Evde, iş yerinde, okulda daha birçok alanda bilgisayar ve onun uzantısı olan internet kullanılmaktadır.

Yani birçok bilgisayar sistemini birbirine bağlayan, dünyada yaygın olan, sürekli gelişen ve etkisini artıran bir iletişim ağı olarak tanımlanmaktadır. Bu teknolojik gelişmeler yardımıyla bireyler bilgiyi alma, saklama , paylaşma imkanına uğraşmaktadırlar (Çalık ve Çınar, 2009: 84). İnternet orijinal olarak bilim adamları arasında hızlı iletişim ve bilgi paylaşımı sağlamak amacıyla tasarlanmış olsa da, daha sonra ticari ve diğer amaçlar için de kullanılmaya başlanmıştır. İnternete bağlı bilgisayarlar arasında her gün bilim, ticaret, eğitim, vs. Gibi konularla ilgili çok sayıda bilgi akışı gerçekleştirilmektedir. Bu gelişimiyle internet, bilgi toplumlarının öznesi haline gelmiş ve “siber uzay” ve “süper bilgi otoyolu” gibi adlarla hatırlanmaktadır (Acun,2000:10).

İnternet teknolojisinin özellikleri şu şekilde açıklanmaktadır (Aziz, 2016:72-73):

- İnternet iletişim teknolojilerinin derlemedir,
- Yazılı iletişim araçlarını, telefonları, kitle iletişim araçlarını, fotoğraf, ses, bilgi kaydetme ve depolama tekniklerini kullanmaktadır,
- İnternet tüm medya işlevlerini tazmin etmektedir,
- İnternet ticari şanslar oluşturmaktadır,
- İnternet interaktif olarak iletişim kurulmasını sağlamaktadır.

İnternet, güncel haber ve bilgi sağlama, zaman ve mekândan bağımsız iletişim sağlama, görsel ve işitsel öğelerle daha kaliteli iletişim imkanı sağlaması açısından bireylere faydalı gözükürken, bilgi kaynağının güvenilir olmaması, teknik altyapı gerektirmesi, duygu ve düşünceleri aktarmada yeterli gerçeklik oluşturamaması bakımından da bazı sınırlılıklar getirmektedir (Kuzu, 2011: 11). İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte verileri depolama ve saklama imkânı elde edilmiştir. Verileri depolamak ve her an her yerde ulaşılabilir olması için bir takım araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlara veri taşıma araçları denilmektedir. CD, DVD, Flash Bellek ve Diskler veri taşıma araçları olarak bilinmektedir. Ses bilgilerini kodlayan, dijital sinyali okumak için lazer cihazı kullanan “kompakt disk” CD olarak adlandırılmaktadır. 1980’lerde müzik sektörünün ana araçlarından plakların yerine

piyasaya çıkmıştır. CD'ler lazeri yansıtan ince bir buharlaştırılmış, alüminyum tabakasıyla kaplanmış 120 mm'lik polikarbonat plastik disklerle kaydedilmektedir. CD'ler 1982' nin sonlarında Japonya ve 1983 yılının ortalarında Amerika Birleşik Devletleri'nde piyasaya sürülmüştür. CD'ler hızlı ve daha ucuz bir şekilde üretilmektedir. (Monaco, 1999: 58).

DVD'ler yalnızca bir yüzey bilgi içerse bile birbirine bağlanmış 2 yarı kalınlıkta diskten yapılmıştır. Her bir yarım disk, yüzeyinden 0,6 mm uzaklıkta bilgi katmanında oluşmaktadır. DVD bir kez yazılabilen, kaydedilebilen ortama denilmektedir. Yeniden yazılabilen DVD'lerde bulunabilmektedir. Tüm kullanıcılar bir DVD'yi CD kadar kolay okuyamamaktadır (Crowley, 2006: 4). Flash bellek diğer adıyla USB bellek ise, içeriğinde kendi kapasitesi oranında veri depolanmakta ve bu verilerin taşınmasını sağlamaktadır. Bellek, elektrik gücü kesildiğinde bile veri saklamaya devam edebilmektedir. İçinde bulunan küçük bellek devresi sayesinde verileri depolanmakta ve saklamaktadır. USB bellek yaygın olarak 8-GB gibi depolama kapasitesine sahip olmaktadır. USB bellek kolayca bağlantı kurulabilen bir yapıya sahiptir yeniden yazılabilir özelliği de bulunmaktadır (<https://www.iienstitü.com>). Sabit diskler de dijital içeriklerin depolanması işlerine yaramaktadır. Diskler kişisel belgelerinizi, fotoğraflarınızı, video ve müziklerinizi depolama görevini üstlenmektedir. Sabit disk ve depolama tüm dosya boyutları ile ölçülmektedir. Sabit diskte tüm dosyalar megabayt, gigabayt ve terabayt şeklinde adlandırılmaktadır (<https://www.longline.com.tr>). İnternet ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi beraberinde yeni bir iletişim yapısını getirmiştir.

2.1.1. Yeni Medyanın Özellikleri ve İletişim Yapısı

Yeni medya teknolojilerinin sahip olduğu 3 temel özellik bulunmaktadır. Bunlar (Geray, 2003: 18):

1. Etkileşim: Medya içeriği ile kullanıcıyı daha da birbirine bağlayan medya kullanımını öznenleştiren, daha fazla kullanıcı ile iletişim seçeneği sunan güçlü bir yapıyı kapsamaktadır. Yeni medyanın elinde bulundurduğu etkileşim imkanı, bireyleri pasif bir alıcı olma durumundan çıkararak daha aktif bir konuma taşımıştır.

2. Kitlesizleştirme: Yeni medyanın bu kitlesizleştirme özelliği, önemli olan mesajların bizzat bireye gönderilmesini sağlamaktadır. Kullanıcı sadece kendi beklentilerini karşılayacak mesaj ve içerikleri alma hakkına sahip olmaktadır.

3. Eş Zamansız Olabilme: Yeni medya bilginin eş zamanlı olarak iletilmesi mecburiyetini ortadan kaldırmaktadır. İçeriği sunulduğu andan itibaren alma zorunluluğu olmayan kullanıcı, zaman anlamında da özgürleşmeye başlamıştır.

Yeni medyanın ortaya çıkması teknolojik, tarihsel, toplumsal ve hatta bireysel açılardan bakıldığında çağımızın bir gereği olarak düşünülmektedir. Devletler ve toplumlar bilgiye aç olduğu için geleneksel medya, bilgi ihtiyacını karşılamada yetersiz duruma gelmiştir. Teknolojinin her geçen gün hızla gelişmesi, geleneksel medyadan farklı olarak daha hızlı ve açık etkileşim özelliğine sahip olması, zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırması, bireysel medya platformlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır (Şeberoğlu, 2020:79). Geleneksel medyanın dönüşümü sonucunda yerini yeni medya bırakması, iletişimin farklı boyutlar kazanmasına sebep olmuştur. Eskiye nazaran etkileşimli ve interaktif bir iletişim ortamı sunulmaktadır. İletişimsel tüm paylaşımlar daha hızlı dolaşıma girmektedir (Esen ve Yengin, 2021: 161).Yeni medyayla birlikte Ana-akım iletişim modelindeki kaynak – mesaj- alıcı sistemi altüst olmuş yeni medyayla kaynak ve alıcının rolleri birbirine girmiştir. Medya- izleyici- okuyucu- dinleyici arasındaki ilişkide de köklü dönüşümler yaşanmıştır (Öztekin, 2015: 929).

Medya teknolojisindeki değişimlerle birlikte medya içeriklerinde de dönüşümler yaşanmaya başlamıştır. Medya içeriklerinin ulaştırıldığı okuyucularda da birtakım değişiklikler yaşanmaya başlanmıştır. Geleneksel medyaya göre bireyler izleyici, dinleyici, okuyucu veya tüketici olarak tanımlanırken günümüzde bu kavramların yerine kullanıcı, tüketici yerine ise üretici kavramı kullanılmaktadır. Yeni medya çağında izleyiciler, sadece verileri tüketen konumda yer almamaktadır. Yeni medyayla birlikte kullanıcılar daha aktif bir konuma yerleşmiştir. Kullanıcılar içerikleri seçme, içeriğe müdahale etme hakkına da kavuşmuşlardır (Ayman, Bayraktutan, vd. 2013: 18). Yeni medyanın beraberinde getirdiği yeni iletişim teknolojileri ile tek yönlü ileti akışı son bulmuştur. Haber sitelerinde yayınlanan haberler, kullanıcıların yorumlarına da açık olmaktadır. Kullanıcılar taşınabilir

cihazlar sayesinde içerikleri ve iletileri istedikleri zaman ve mekânda alımlayabilmektedir. (Özel, 2012: 38- 39). Yeni medyada içerik üreticisi çoğunlukla kullanıcıların kendisidir. Bu yapısıyla toplumun genelini temsil edebilmesi açısından geleneksel medyaya göre daha avantajlı olmaktadır. (Aytekin ve Sütçü, 2012, 4-5).

Yeni medyanın bir yeri, başka bir deyişle somut bir mekânı yoktur. Ancak diğer taraftan ürettiği ilişki ağı dolayısıyla bir mekân algısı oluşturmaktadır. Yeni medya bizim alışık olmadığımız başka bir mekân, zaman ve gerçeklik algısı üretmektedir. Bu sebeple yeni medyayı gerçeklikle ilişkisi bulunan, fakat gerçekliğin dışında kendine mahsus şekillerle yeni bir mekân, zaman ve gerçeklik üreten “başka bir yer” yani heterotopya olarak değerlendirmek gerekmektedir (Göker 2012: 171 – 172). Etkileşim ve çoklu ortam özelliklerine sahip olan yeni medya zaman ve mekandan bağımsız olarak mesaj veya verileri geniş kitlelere çok kısa bir sürede ulaştırabilmektedir. Yeni medya, geleneksel medyanın monolog yapısını ortadan kaldırarak süresiz ve kesintisiz iletişim imkanı sağlamaktadır. Diğer bir deyişle her an ve her yerden karşılıklı etkileşim imkanı sunan yeni medya, enformasyon akışının kesintisiz hâle gelmesini sağlarken bu yönüyle toplumsallaşma açısından da önemli bir araç haline gelmektedir (Çambay, 2015: 241 243). Yeni medya teknolojilerinin en güncel şekli olan ve bireylerin gündelik işlemlerini kolaylıkla ve kısa sürede halledebilmelerini sağlayan dokunmatik bilgisayar ortamları ise insanların sadece parmak uçlarını kullanarak çevresiyle iletişim kurmasını sağlamaktadır (Çizmeci, 2015). Bireylerin sosyal yaşamları bile yeni medyanın etkileri ile oluşmaktadır. Yemek siparişi, her türlü alışveriş, kitap okumak dahil birçok etkinlik burada gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal medya evlilik kurumunu da değiştirmiştir, insanlar sosyal medyada tanışıp evlenmeye başlamıştır. Yine dolandırıcılık, tehdit ve şantaj eylemleri de yeni medya ortamlarında sıkça görülmektedir. İntihar eden bir vatandaşın hâli, bir kız çocuğunun annesi gözleri önünde ölürken yardım etmek yerine görüntüye almayı seçen insanlar, iletişim ve

- Hız ve gerçek olmayan bilgiler iletişimin ve bilgilerin kalitesini düşürmektedir,
- İnternet ortamının dayattığı belirli kalıplar vardır ve bu kalıplar bireyin psikolojik olarak etkilemektedir,
- Yeni medya araçları bireylerde bağımlılık oluşmasına ve bireyin kendini sosyal dünyadan soyulmasına neden olmaktadır,
- Yeni medya araçları toplulukları bir araya getirirken aynı zamanda büyük kutuplaşmalara da neden olmaktadır (Kalleci, 2021: 14-15- 16).

2.2. Yeni Medya Araçları

Web 2.0 2004'te kullanılmaya başlayan bir sistemdir. Toplumsal iletişim sitelerini, iletişim araçlarını, vikileri, yani internet kullanıcılarının ortaklaşa yarattıkları düzeni ifade etmektedir. Kullanıcılar burada sadece kaynaktan gelen iletileri almayarak bu iletileri ziyaret edip etkileşime girmektedirler (Sarıaltın,2013:34). Web 2.0 günümüzde kullanılan sanal teknolojinin geldiği noktayı belirtmektedir. Web 2.0 teknolojisi ile hayatımıza giren teknolojik araçların özellikleri şöyledir ;

- Bireylerin sanal ortamda içerik paylaşabilmesi,
- Kullanıcı ve içeriklerin sanal olarak yer alabilmesi,
- Katılım imkanına erişilmesi,
- İçeriğin açık ve anlaşılır olmasını sağlaması,
- Kullanıcı merkezli olabilmesi,
- Çoklu ortamlarda iletişime açık olabilmesi (Ataizi, Sever, 2017: 55).

Geleneksel medyanın kitlesel olma özelliği bulunurken, yeni medyada ağırlıklı olarak, özelleştirilmiş fakat çok kullanıcı ve çok merkezli bir ortamın olduğu dikkat çekmektedir (Dumlu, 2019:55).Yeni medya akıllı telefon ve cihazlar sayesinde varlığını sürdürmekte ve etkinliğini artırmaktadır. Akıllı telefonlar sayesinde sürekli bağlantıda olma hâli sağlanmaktadır. Akıllı telefonlarla birlikte sosyal medya kullanımı da yaygın hâle gelmiştir. Kullanıcılar her zaman ve her

yerde çevrimiçi bulunabilmektedir (Özdemir, 2014: 4). Mobil cihazların kullanımının artması, internet sitelerinin mobil cihazlarla uyumlu hâle getirilmesi, yeni mobil uygulamaların ortaya çıkması, yeni medyanın çoklu ortam ve hipermedya gibi nitelikleri yeni medyanın aktif bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır (Zinderen, 2022: 217) Yeni medya araçları dünya gündemiyle ilgili de fikir sahibi olmamıza yardımcı olurken aynı zamanda dünyada neler olduğundan, ülkelerin gündemlerinden hızlı bir şekilde bilgi almamızı sağlamaktadır. Gelişen teknolojilerle gazeteler baskılarını dijital platformlara taşınmış, radyolar, internette Youtube üzerinden yayın hayatlarını sürdürmeye devam etmiştir (Kalleci, 2021: 13). Bilgiye ve habere erişim basın kuruluşlarının web sayfaları, web Tv'ler, internet üzerinden yayın yapan medya araçları ile sağlanırken, kişilerarası iletişimde ise sosyalleşme fonksiyonunu sosyal ağlar, sosyal paylaşım siteleri gerçekleştirmektedir.

Facebook, X, Instagram, Youtube gibi siteler bireylerin çevreleriyle iletişim kurmasına, kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamaktadır (Torun, 2015). Etkileşime fırsat veren yeni medya ortamlarında üçüncü bir iletişim kanalına ihtiyaç duyulmamaktadır. Kullanıcılar bir film, müzik ya da içerik yayınlayan web sitesine girerek kendisini isteğine ulaştıracak bağlantıya tıkladığı anda istediği içeriğe ulaşabilmekte, istediği müziği dinleyebilmektedir (Dumlu, 2019: 40).

Yaşanan gelişmelerle tek tek yönlü iletişim aracı kalmamıştır. Bir televizyonda yeri geldiğinde radyo dinlenebilmekte, internete girilebilmekte ve alışveriş yapılabilmektedir (Oçan, 2016: 16).

2.3. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya; Web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütününe denilmektedir. (Tarcan,2015:2-6). Sosyal medya, etkileşim ve iletişimi sağlayan ağ teknolojileri aracı olarak yapılan her türlü hizmet ve uygulamaya yönelik sistemlerin tümünü içermektedir. “Yeni medya veya dijital medya çağı olarak adlandırılan bu dönemle birlikte mesafe kavramı ortadan kaldırılarak “sosyal medya” adı altında yeni bir sanal dünya içerisinde buluşturularak toplumlar birbirine yakınlaştırılmıştır (Puluroğlu,2022:23). Sosyal

medya günümüzde birçok etkinlik, haber ve duyuruya ev sahipliği yapmakta, bunun yanında sosyal olayların merkezine konumlanarak olayların başlangıcından bitimine kadar etkin rol oynamaktadır. (Babacan, Haşlak ve Hira: 2011). Sosyal medyanın kendine has bir yayılım hızı ve doğası olduğundan bahsedilmektedir. Çoğu teknolojinin insanlar ve toplumlar için önemi kullanıcı hızındaki artışla doğru orantı göstermektedir. Bu durum beraberinde ilişkili teknolojinin yayılım öz yapısı, iletişim ve etkilerinin gücüyle de bağlantılı olmaktadır. Örneğin radyonun tüm dünyada 50.000.000 milyon kullanıcı sayısına ulaşması 38 yıl alırken televizyonda bu sürenin 13 yıl olduğu göze çarpmaktadır. Twitter ise tek başına 9 ayda 50.000.000 milyon kullanıcı sayısına ulaşmayı başarmıştır (Kara, 2013: 49). Bloglar, mikrobloglar, anında mesaj iletme programları, diyaloglar, forumlar vb. Benzeri bireylerin birbiriyle olan ilişkilerinin sağlamlaşmasını sağlarken sosyal medyanın oluşmasına da katkı sağlamaktadır (Öztürk ve Talas, 2015:108).

2.3.1 Sosyal Medyanın Özellikleri

Wikipedia, Myspace, Facebook, Friendster, Flickr, Twitter (X), Friendfeed ve Youtube gibi sosyal ağlar kullanıcıların o esnada ne yaptıklarını, ne hissettiklerini, ne düşündüklerini çektikleri fotoğraf ve videolarla ya da yazdıkları yazılarla belirtebilmelerini sağlayan platformlar olarak öne çıkmıştır. Bu platformlar kendi içeriklerini oluşturmaya başlamıştır. Günümüzde bloglara, sosyal ağlara, haber sitelerinin yorumlarını da kapsayan ortamlara sosyal medya denilmektedir (Büyüksener, 2009: 21- 22). Sosyal medya, sürekli güncellenmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşımına olanak tanınması vb. Açından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraf, video paylaşabilmekte, sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedir (Vural ve Bat, 2010:3349). Sosyal medya ortamları kullanıcılarına, kullanımı kolay ve oldukça basit ara yüzler sunmaktadır. Sosyal medya 7’den 70’e herkesin kolayca kullanabileceği kolay bir yazılımı da içermektedir. Kullanımının kolay olmasının beraberinde günümüzde mobil cihazların kullanımının artması ile birlikte iletişim her an her yerde muhtemel bir hâle gelmiştir. Tüm bunlar iletişimin verimini de yükseltmektedir (Göker, 2015: 402- 403). Sosyal medya dolayında medyada içerik oluşturmak sadece gazeteciler

ve yazılımcılar için değil orta derecede bilgisayar bilgisine sahip olan bütün bireyler için muhtemel hâle gelmiştir. Sosyal medyada üretilen içerikler günümüz geleneksel medyası için de son derece yardımcı alanlar haline dönüşmüştür. (Arık, 2013:103). Sosyal medyanın getirdiği iletişim modeli, geleneksel medya araçlarıyla sağlanan eski iletişim modelini de kapsamaktadır. Sosyal medya iletişimde dönüşen öğelerin başında iletişimin gerçekleştiği ortam yer almaktadır, Zaman ve mekândan bağımsız olarak internet vasıtasıyla iletişime geçen bireylere, gerçek yaşamda sahip oldukları statü ve kimliklerine dikkat edilmeden sosyal kimliği olmayan bireyler gözüyle bakılmaktadır. Sosyal ağlar iletişimi gerçekçi kılmak için bir takım özellikleri bünyesine katmaktadır. Yüz yüze iletişimdeki sözel ifadeleri etkili kılan jest ve mimikleri, emojilerle ya da görsellerle sosyal medyayı uyarlamaktadır. Ancak bu simgeler gerçekliği ve duyguları aktarmada yüzeysel ve yetersiz kalmaktadır. (Budak, 2018: 149 -150).

Ancak ortak bir alan paylaşımı olmaması, kişilerin birbirlerini daha önceden tanınamaması gibi bazı sebepler sosyal medya ortamlarındaki iletişimlerde hissedilen kaygı durumunu azaltarak iletişimde bulunan kişilerin daha rahat olmalarını sağlayabilmektedir (Aktan,2018:36). Sosyal medya yeni bir ilişkiler ağı ve iletişime özgü özel bir dil ortaya çıkarmıştır. Ödünç bir ismin arkasına gizlenmenin verdiği özgüvenle, bireyler sınırsız özgürlük kazanmıştır. Fakat bu özgürlük beraberinde mahremiyet duygusunu zayıflatmıştır (Oyman, 2016: 130). Sosyal medya ile bireyler çok kısa sürede bir fikir etrafında örgütlenebilmektedir.

Sosyal medya bir yandan fertleri merkeze yerleştirirken, öte yandan da gittikçe komplike hale gelen anlaşılabilir bir biçime dönüşen, devlete karşı bireylerin teşkilatlanmasına uygun ortam hazırlayan sivil toplumun büyümesini de çabuklaştırmaktadır. Ancak sosyal medyanın örgütlenen bu birimlerce kötüye kullanılma durumu da söz konusu olmaktadır (Aydın ve Eren, 2014: 198).

2.4 Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları bireylerin içerik profil ve fikirlerini paylaşmak için kullandıkları çevrimiçi araçların bütününe denilmektedir. Kullanıcıların sohbet

etmesine, bilgi içeriği paylaşılmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya araçlarının olumlu yönleri şunlardır (Şahin,2017:176):

- İnteraktif iletişim imkanı sağlamaları,
- Her kesimden insanın düşünce ve fikirlerini paylaşması,
- Bir haksızlığın tüm dünyayla anında paylaşılabilmesi,
- Kamuoyu oluşturulması,
- Araştırmacı ve uzmanlarla diyalog kurmaya imkan sağlaması,
- Engelli bireylerinde iletişim kurmasını sağlaması,
- Demokratik açıdan çok sesliliğe imkan vermesi.

Bu olumlu yönleri sebebiyle sosyal medya günümüzde popülerliğini arttırmakta ve gelişen teknolojilerle giderek yaygın hâle gelmektedir. Bu teknolojilerinin gelişimine ve ortaya çıkan sosyal ağlara kronolojik sıralama ile bakıldığında ise; Yeni medyada önce metinlere yer verilmiştir (bloglar- 1999), Sonra imaj kullanımı başlamıştır (Facebook 2004), Ardından video yaygınlaşmıştır (Youtube 2005), bir süre sonra gerçek zamanlı imaj yayını başlamıştır (Instagram 2010, Snapchat 2011), ve günümüzde ise gerçek zamanlı videolar ya da canlı yayınlar izleyiciden kullanıcıya geçişin başlangıcı olmuştur (Periscope 2015, YouNow 2015, Twitch 2014) (Şahin, Şahin, 2016: 54).

2.4.1 Bloglar

Blog, fikirlerin, düşüncelerin, olayların, fotoğrafların ya da diğer içeriklerin bir araya getirildiği bir konu hakkında yazma amacı olan ve bunu dünyanın da öğrenmesini isteyen kişiler tarafından tutulan, kişisel özellikli bir web sitesi olarak tanımlanmaktadır (Scott, 2008:158: Çetintaş, 2014: 94).

Blog kullanıcı için herhangi teknik bilgiyi gerektirmeyen, günlüğe benzeyen web sitelerine denilmektedir. Blogları oluşturmak ya da güncellemek herhangi bir teknik bilgi içermediğinden daha kolay içerik üretilmektedir. Blog kelimesi çıkışı bakımından ve Web ve Log kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur ve bu kavramı zamanla blog hâline gelmiştir. Bloglar haberlerden, beğenilen sitelerin ve içeriklerin paylaşıldığı, toplulukların fikirlerini paylaştıkları bir ortam sunduğu için esnek bir kullanıma sahip olmaktadır (Dilmen: 116 -117). Blog, İngilizce “ weblog” kavramının yaygınlaşmış halidir. Türkçede “açık günlük”, “ağ günlüğü” gibi bazı

isimler üretilirken henüz bu kavramın bir karşılığı bulunmamaktadır (Alikılıç ve Onat, 2007: 903-904). Bloglarda kullanım türü ve amacı bakımından dörde ayrılmaktadır. Bunlar (Bacon's 2005: Alikılıç ve Onat, 2007: 906):

1. Temasal Bloglar: Belirli bir temadan oluşan, konunun uzmanı ya da konuyla ilgili tecrübesi. olan kişilerin yazdığı bloglardır.

2. Yayıncıların Sponsor Olduğu Bloglar: Yayınevleri ve medya kuruluşları tarafından desteklenen blog türüdür.

3. Kurumsal Bloglar: Şirket yöneticileri ya da çalışanları tarafından oluşturulan hedef kitleye yönelik bilgiler için blog türüdür.

4. Mobil Bloglar: Herhangi bir yeterli donanımı olan, GPRS destekli telefonla giriş yapılmasını sağlayan fotoğraf, bilgi, haber ve içeriklerin paylaşıldığı, oluşturulduğu bloglardır.

Blogların birçok kullanım amacı bulunmaktadır. İlk zamanlarda günlük olarak kullanılan bloglar, artık eğitim amaçlı bile kullanılmaktadır.

Kişisel hobilerin paylaşıldığı bloglardan, kurumsal reklamların yapıldığı, sivil toplum kuruluşlarının kampanyalarına yer verilen bloglara kadar çok geniş bir alanda kullanılmaya başlanılmıştır (Özüdoğru, 2014: 42). Günümüzde bloglar hem sosyal yaşamda hem de çalışma yaşamında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Çalışma yaşamında mesleki konularda yazılan bloglar, blog sahiplerinin deneyimleri ve profesyonelliği neticesinde son derece basit ve anlaşılır olmaktadır. Bu durumda bloglar çalışma hayatında da çeşitli fikirlerin oluşturulması açısından oldukça yararlı olmaktadır. Günümüzde bloglar çalışma yaşamında giderek geniş bir alana yayılmakta ve büyük bir izleyici kitlesi oluşturmaktadır (Seçer, 2017: 761).

Bloglar karşılıklı iletişime ve özneliği fırsat veren yapısı sayesinde şirket yöneticilerinin şirketlerinin faaliyetlerini tanıtmada, siyasetçilerin kampanyalarını hedef kitleye ulaştırmasında, üreticilerin ürünleri hakkında bilgi vermesinde, yerel gazetecilerin haber yapmasında, öğretmenlerin ders notları paylaşmasında, ev hanımlarının yemek tarifleri ve temizlik ile ilgili püf noktaları paylaşmasında faydalı olmaktadır. Blogları internette bulunan diğer web

sayfalarından ayıran nokta da tüm bu işlevleri bir arada bulundurabilmesi olmaktadır (Çelebi, 2009: 59- 60). Blogların işlevi yeteri kadar keşfedilmesi de genel olarak bilgi paylaşımı, kendini ifade etmeyi öğrenme, pazarlama gibi alanlarda kullanılmaktadır (Karaçor, 2009:90). Mektupların ve tebrik kartlarının internet üstünde e- posta ve e- karta dönüşmeleri gibi günlükler de artık internet günlükleri hâline dönüşmüştür. Blogların ucuz maliyeti kullanımda ve ulaşım sağlamada kolaylıklar sunması özgür ve denetimden uzak olması kısa sürede yaygın hâle gelmesini sağlamıştır. Bloglar haberlerin derlendiği, farklı internet bağlantılarının yer aldığı, bireysel ya da birden fazla kişinin mesuliyetinde olan, sürekli aktüel tutulan bir web sitesi türü olarak tanımlanabilir. Bloglara ses kayıtları, resim, metin, video ve çeşitli bağlantılar yüklenebilmektedir (Sönmez, 2019: 188).

2.4.2 Forumlar

Forumlar, kullanıcıların fikir, bilgi, tecrübe ve önerilerini diğer kullanıcılar ile çevrimiçi bir şekilde paylaştıkları ortamdır. Eski bir sosyal medya aracı olan forumlar, mesaj panolarının sanal ortama uyarlanmış versiyonu olarak tanımlanmaktadır. İnternet ortamında ortaya çıkan ilk forum Tom Truscott ve Jim Ellis isimli 2 kişinin işbirliğine dayalı olan Usenet'dir.

Bu platform kullanıcılarına karşılıklı iletişim ortamı sunmaktadır (Koçer, 2012:72: Mutlu, 2021:37).Elektronik postanın bir diğer formu olan forumlar, belirli bir toplumsal meselenin internet ortamında kullanıcılar tarafından tartışılmasını, konuyla alakalı fikir alışverişi yapılmasını sağlayan ortamlardır. Tartışmaya katılım internet yapısı gereği herkese açık olmamaktadır. İnternet için yeterli ekipmanların olması tek başına yeterli olmamaktadır. İnterneti kullanmak için de belirli bir öğrenim sürecine sahip olunması gerekmektedir (Demircan, 2006: 38).

2.4.3 Wikiler

Son derece etkin bir görünüme sahip olan Wikiler sanal ortamdaki fikir alışverişlerinin yoğun olarak yaşandığı ortamlardan biri olmaktadır. İlk Wiki 1995 yılında Ward Cunningham tarafından oluşturulmuştur. Bir söylentiye göre Cunningham oluşturduğu siteye adını verirken Hawaii dilinde “hızlı” anlamına gelen “wiki wiki” kelimesinden ilham almıştır (Köse,2008:90). Wikiler, kullanıcıların istedikleri içerik ve dosyaları ekleyebildikleri, çıkarabildikleri ve

değiştirebildikleri web sitelerine verilen isimdir. Wikiler de bu devinimlerin hepsi birden fazla kişinin katılımıyla gerçekleşmektedir (Mart ve Özerbaş, 2017: 1554). Wikilerde işbirlikli yazarlık bulunmaktadır. En bilinen wiki örneği Wikipedia'dır (Baş ve keskin, 2015:55). Bilgi paylaşmak, gündem oluşturmak, ders içerikleri, kaynaklar hazırlamak, etkinlik ve kurs planları yapmak için, eğitimciler, araştırmacılar ortak çalışma grubunda bulunan herkesi içinde çeşitli kaynaklar yer alan bir wiki ortamında bulundurabilmektedir (Kinsey, 2010: Akkök, 2022: 23). Wikilerin temelini dayandığı düşünce kullanıcıların ortak içerik oluşturması, yorum ekleyebilmesi, gerekli düzenlemelerle paylaşabilmesidir. Wikiler karşılıksız şekilde ortaya konan verilerle, bir bilgi platformu oluşturmaktadır (Tuten ve Solomon, 2015: Demir, 2022:9). Vikipedi Türkçe, 2002 yılında faaliyete geçmiştir. Wikipedia projesinin bir koludur (<https://tr.m.wikipedia.org>). Wikiler birçok alanda kullanılmaktadır. İş alanlarında da wiki uygulamalarından faydalanılmaktadır. URL adresinde wiki kelimesi bulunan işletmelerin sayısı günden güne artış göstermektedir. Bu işletmelerin bir kısmı müşteri ile etkileşime girmek için bunu tercih ederken bir kısmı da sponsorluk düzeyinde barındırmaktadır (Aytekin, 2011:10).

2.4.4 Mikrobloglar

Mikrobloglar, blog uygulamasının gelişimi ile oluşmuştur. Mikroblog uygulamasıyla insanlar, blog gönderilerinden daha basit, yoğun, taşınabilir ve kişisel sürümlerine dönüşen gönderiler oluşturmaya başlamışlardır. Bu nedenle zamanla mikroblog uygulamaları geleneksel blogları geride bırakarak daha etkili hâle gelmiştir (Safko ve Brake 2009: Yayla, 2018:43). Mikrobloglar, mikro paylaşım olarak da adlandırılmaktadır.

İletişimin daha hızlı bir formatını temsil etmektedir. Mikrobloglar kullanıcıya daha kısa yazılar yazılabilme bunu çok kısa bir sürede gerçekleştirmekte imkanı vermektedir. Blog yayınlama süresini birkaç günden her ana indirgenmiştir. Mikrobloglar içinde en çok bilineni Twitter' dır. Mikrobloglar, bloglar ve anlık mesajlar arasındaki kullanımı ifade etmektedir. Anlık mesajlaşmalardan uzun, blog

iletilerinden kısa paylaşımlarda bulunmaktadır. Mobil cihazlarda mikroblog mecralarında içerik üretme daha kolay ve hızlı olmaktadır. Geniş kitlelere de anında ulaşılabilir. Mikrobloglar kısa sürede bireylerin örgütlenmesini de sağlamaktadır (Karaca, 2010: 44).

2.4.5 Mobil Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar kullanıcıların çevrimiçi ortamlarda bir araya getirmektedir. Önceleri insanların diğer insanlarla sosyalleşme adına çoğunlukla tercih ettikleri mekanlar, yerini sosyal ağlara bırakmıştır. Bireyler yemek yeme, barınma ve benzeri ihtiyaçları çerçevesinde diğer bireylerle iletişim kurarak sosyal bir gruba aidiyet hissetmektedir. Sosyal ağlar, tüketiciler tarafından oluşturulan ve kullanılan online bilginin hizmetler, markalar, kişiler ya da herhangi bir konu hakkında birbirleriyle paylaşımda bulunmasını sağlayan yeni bilgi kaynağının bir çeşidi olarak görülmektedir (Mangol ve Faulds, 2009: Mutlu, 2019:75). Kullanıcı dostu arayüzleri ve gizlilik özellikleri sebebiyle sosyal ağlarda kullanıcıların eğitim durumları gözetilmeksizin, birçok kullanıcıya hitap edilmektedir. Kolay bir biçimde Facebook ve Instagram gibi sosyal ortamlarda bireyler kendi ilgi alanlarını paylaşarak, arkadaşlarının görmesini sağlamaktadır. Ayrıca birkaç tıkla da kullanıcılar birbirlerine video, resim ya da yazı gönderebilmektedir (Gülbahar, Kalelioğlu & Madran, 2010:3). İnternetteki sosyal ağlar gerçek yaşamdakilerden daha geçirgendir.

Gerçek yaşamda grupların içine dahil olmak ve etki göstermek zor olurken, internet ortamında kişilerin sosyal ağlarına girmek daha kolay olmaktadır. Gerçek yaşamda sosyal ağlar sürekli görüşülen kişilerden oluşturulurken, internetteki sosyal ağ sitelerinde nadir görüşülen kişilerle aynı ağı paylaşma daha kolay olmaktadır (Kimberly, 2004: Alikılıç ve Onat, 2008: 1118). İnternet ve sosyal ağlar bireye potansiyel olarak anonimlik sağlamaktadır. Kişinin dış görünüşünü önemsiz kılmakta, bireyin kendi üzerinde baskı hissetmesine neden olan yüz yüze iletişimde “dikkatli olma” mesuliyetinden kurtarmaktadır (Caplan, 2002: Doğan ve Tosun, 2016: 103-104).

2.4.5.1 Facebook

Facebook, Mark Zuckerberg tarafından Harvard Üniversitesi'nde 2004 yılında kurulmuştur. Facebook kullanıcıların interaktif katılımıyla şekillenmesi açısından sürekli yeniden üretilen plural kamusal alanı belirtmektedir. Kullanıcılara yönelik çok yönlü fonksiyonlar tüketim odaklı bakış açısından ele alındığında, zihinsel doyumu üst seviyelere çıkarmaktadır. Facebook'un kullanıcılarına sunduğu geniş kullanım özellikleri sanal aidiyeti güçlendirmektedir (Elitaş ve Keskin, 2014: 178). Facebook geleneksel yüze iletişim kurma şekline yenilik getirmiştir. Çünkü bu sosyal ağ ile bireyler kolay bir şekilde paylaşım yapmakla bağlantılar kurabilmektedir. Facebook yalnızca kişileri değil toplumları da etkisi altına alabilmektedir (Lampe vd., 2007: Aktaş ve Bakırtaş, 2019: 1886). Facebook'un kullanılmaya başlandığı zamanlarda, kişilerin paylaşımlarını ana sayfada görülüp yorum ve beğeni yapılmaktaydı. Artık Facebook sayfasının sağ kenarında şerit halinde akan son haberler tarzında, başkalarının yaptığı yorum, beğeni ya da paylaşımları bildiren akışkan bir anlık fiiller sütunu görülmektedir. Bireyin paylaştığı gönderi söz konusu akışta göze çarpmakta, üstüne tıklanarak içerikler beğenilebilmektedir (Taylor,2015:1221). Facebook kullanımı amaçları arasında, Kullanım ve Doyumlar kuramının tanımladığı sahalardan, "başkalarını gözetleme/başkaları hakkında fikir sahibi olma" ile ilgili faktörler yer almaktadır. Bireyler böylelikle çevrimdışı bağlantı paylaştığı kişileri sanal ortama çevrimiçine taşıma olarak tanımlanan "sosyal arama" ile sanal ortamdan bağlantı kurup dış dünyaya yani çevrimdışı ortama taşıma "sosyal tarama" gibi Facebook kullanım amaçlarını gerçekleştirmektedir (Ay ve Torlak, 2014: 85).

2.4.5.2 Youtube

Chad Hurley, Steve Chen, San Mateo ve Javed Karim tarafından 2005 yılında Amerika'da kurulmuştur. Google tarafından 1.5 milyar dolar ödenerek satın alınmıştır. Youtube'da her gün 100 milyondan fazla görüntü izlenmektedir. (Nakilcioğlu, 2007: 4). Youtube kendini sürekli olarak yenileyen, kullanıcılarının kullanımı konusunda kolaylıklar sağlamayı hedefleyen çalışmalar yapan video paylaşım sitesi olarak tanımlanmaktadır. Youtube pek çok özelliği içinde barındırmaktadır. Facebook'ta paylaşılan videoların çoğunu Youtube videoları oluşturmaktadır.

Youtube dünyanın her yerinde düşünce ve davranış oluşturmada, insanlara meşhur ya da ifşa edebilmekte, kurumları yüceltip, yıkabilmekte, gerçekleri yaymakta ya da gizlemekte/ çarpırmaktadır (İç, 2017: 53-68). Videoların yüklenme tarihi, izlenme beğeni ve beğenilmeme sayıları videonun altında yer almaktadır. Global Youtube kurulduğu yıldan itibaren lokal olarak hizmet vermeye, hizmet verdiği ülkelerin dilinde gelişmeler yapmaya başlamıştır. Türkiye’de ise 2012 yılında Türkçe destekli hizmete başlamıştır. Bu tarihten önce de Türkiye’de yaygın olarak kullanılan Youtube, kullanıcıların videolar çekip, yayınlamasına ve platforma ilgi göstermesine bağlı olarak daha da popüler hâle gelmiştir (Gelebek, 2020:45).

Youtube’da yayın yapan kanallar, “hakkında” başlıklı bölümde ne tür içerikler paylaştığına ya da paylaşacağına dair açıklamalarda bulunabilmekte, paylaşılan videoların altına açıklamalar ekleyebilmekte, oynatma listeleri oluşturabilmektedir. Hiperlinkler ile de sosyal ağlar birbirine bağlanmakta, Youtube videoları istenilen sosyal medya platformlarında kolayca paylaşılabilir (Zinderen,2020: 421).

2.4.5.3 Instagram

Video ve fotoğraf paylaşım sitesi olarak adlandırılan Instagram, diğer insanlarla iletişime geçebilmeyi, güncel haber ve bilgilerden haberdar olabilmeyi sağlayan, boş zamanların değerlendirilebileceği bir eğlence aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Instagram anlık anlamına gelen ingilizce “instant” kelimesi ile telgraf anlamına gelen ingilizce “telegram” kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur. “İnsanların hayatlarını fotoğraflar sayesinde eğlenceli ve hızlı bir şekilde paylaşmalarını sağlayan bir araç olması,

Instagram’ın popülerliğini arttırmasına neden olmuştur. (Şimşek, 2019:13). Instagram diğer sosyal medya araçlarında olduğu gibi, kullanıcıların kendilerinin içerik üretmesine ve bu içerikleri diğer kullanıcılarla paylaşarak etkileşime girmesine olanak sağlayan önemli sosyal paylaşım ağlarından biri olmaktadır. (Aktan,2018:142).

Instagram bir fotoğraf ve video paylaşım platformu olmasının yanı sıra kullanıcıların akıllı telefon uygulaması yoluyla fotoğraflara dijital filtrelerden seçerek uygulamalarından sonra fotoğraflarını paylaşmasına ya da almasına olanak

tanıyan bir sosyal ağ sitesi olarak adlandırılmaktadır (Şimşek,2019:12-13). Instagram sosyal yapı, sosyal etiketleme ve medya paylaşımı gibi özelliklerin karışımından oluşmaktadır (Diker ve Gencer, 2019:159). Bireylerin belirli bir takipçi sayısına ve izleyici topluluğuna sahip olması, kendi içeriklerini üretmeleri ve takipçilerinin de aynı şekilde iletilerini yazarak bu içeriklerle karşılıklı iletişime girmeleri Instagram' ı kitlesel bir iletişim aracı haline dönüştürmektedir (Çakmak ve Baş,2017).

2.4.5.4 Twitter (X)

2006 yılından fikirlerin ve duyguların metin olarak kısa bir şekilde (140 karakter) iletilmesini sağlayan bir cep telefonu uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinde SMS olarak ortaya çıkan Twitter, basit ara yüzü, öz ve anlaşılır ifade özelliği ile kullanımı kolaylaştırmaktadır. 2006 yılında Jack Dorsey öncülüğünde 4 kişilik bir ekiple postcasting uygulaması yerine “durum konsepti” olarak tasarlanmış olan Twitter kullanıcı katılımını en iyi uygulayan sosyal ağ sitelerinden birisi olmuştur. Twitter, İngilizce ‘de “kuş cıvıltısı” anlamına gelmektedir. Anında mesaj aktarma olanağı sağlaması Twitter’ı daha da popüler ve yaygın hâle getirmektedir (Uluç ve Yağcı, 2017: 89). Twitter (X) internet şirketinin 2008 yılına kadar gelir elde etmesi amaçlanmamıştır. Ancak platform 2009 yılında reklam hizmeti almaya karar vermiştir. 2009 yılında Twitter (X) kullanıcılara İspanyolca, Fransızca, İtalyanca ve Almanca dil desteği sunmaya başlamıştır. Bu geliştirmelerin sonucunda kullanıcı sayısı 5 milyondan 71 milyona ulaşmıştır. Türkçe dil desteği ise 2011 yılında gelmiştir. 2015 yılında Twitter (X) internetteki en büyük sosyal ağlardan biri olmuştur.

Kasım 2017’de tweetler 140 karakterden 280 karaktere çıkarılmıştır. Bu durum görsel-işitsel içeriklerinin genişlemesine ve daha uzun mesajların atılmasına, metinlerin oluşturulmasına olanak vermiştir (Kara, 2023). Kullanılan kelimeleri içeriklerdeki akış sıklığına göre düzenleyen bir sistem olan Trend Topics günün belirli bir saat aralığında X kullanıcılarına en çok paylaşılan konuları listeler halinde ulaştırmaktadır (Güçdemir, 2012: 42). Twitter’ın genel amacı insanların gündelik yaşamında yaşadıkları, duydukları ve deneyimledikleri olaylardan paylaşılabilir bulduklarını bir web ortamında kısa cümlelerle başkaları ile paylaşabilmesini

sağlamaktır. Diğer bir deyişle Twitter internet erişimi olan herkese açık bir kamusal paylaşım ağı olarak tanımlanmaktadır (Altunay, 2010: 36).

Twitter bir yandan evrensel bir mesajlaşma sistemi iken öte yandan da bu özelliğinden uzaklaşmaksızın, bir çevresel arkadaş takip aracı olarak da tasarlanıp kullanılmıştır (Burgess, vd: 2016). Epstein ve arkadaşlarına göre, eski adıyla “Twitter” olan X platformu kurulduğu günden bu yana dünya genelinde en fazla ilgi çeken sosyal medya sitelerinden biri olmuştur. X’in diğer mikroblog sitelerine göre popülerliği daha fazladır. Bu da insanları etkileme potansiyelini arttırmaktadır (Epstein, vd., 2023: 2-3). Sosyal medya ve Twitter (X)’in kitlesel eylemlerin oluşum alanı olması, organize edilmesinde ve yürütülmesinde büyük rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. İran Yeşil Hareketi, Tunus’taki Yasemin Devrimi, Mısır’daki Facebook Devrimi, Libya’daki iç savaş, İran’da Mahsa Amini olayı gibi kitlesel eylem hareketlerinin sosyal medya ile yakından bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır (Chen, 2013:594). We Are Social tarafından yapılan Dıgital in 2024 araştırmasına göre aktif sosyal media kullanıcısı 57.50 milyondur. X %61’lik oranla en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları arasında dördüncü sırada yer almaktadır. (We are social, 2024).

İKİNCİ BÖLÜM

3. NEFRET SÖYLEMİ VE İSLAMOFOBİ

3.1. Nefret Söyleminin Kavramsal Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Nefret kavramı etimolojik olarak irdelendiğinde; Latince’de ‘odium’, İngilizce’de ‘hate / hatred’, Almanca’da ‘hassem’, Fransızca’da ‘haine’ şeklinde tanımlanmaktadır (Ataman, 2012: 50; Akgül, 2020: 59). Nefret söyleminin günümüzdeki anlamına yakın düzenlemeler İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki döneme denk gelmektedir. Irkçı propaganda ile savaş ve Holokost (Yahudilerin uğradığı soykırıma verilen isim) arasında var olan ilişki, Nazi deneyiminin reddedilmesi ve demokratik olmayan ideolojilerin yeniden canlanmasının önüne geçilmeye çalışılmasıyla neticelenmiştir (Özlü, 2015: 16). Nefret söylemleri konusunda Avrupa devletleriyle, Amerika Birleşik Devletleri arasındaki farklılaşmanın nedeni ikinci Dünya Savaşı sırasında yaşanan Holokost tecrübesi olmuştur. Avrupa Holokost’un ideolojik travmalarını yaşarken, Amerika Birleşik Devletleri’nde bu durumun etkileri ikinci planda kalmıştır (Özlü, 2015: 18). 1980’li yılların başına kadar nefret kavramı bir duruma, olaya, olguya, veya kavrama karşı geliştirilen hoşnut olmama, onaylamama, geri durma, kararsız kalma ve düşmanlık hisleri oluşturma olarak tanımlanırken, 1980’li yıllardan sonra ise bir bireyin diğerine ya da bir bireyin toplumun belirli bir kesimine veya diğer kesimlerine şeklinde oluşabilecek çeşitleri ile birey veya toplumlara yönelik cinsiyet, ırk, kimlik, inanç ve ten rengi unsurlarına yönelik besledikleri negatif duygular ve düşmanlık içeren hisler olarak tanımlanmaktadır (Akova ve Kantar: 2020:249).

Bir kavram olarak Nefret söylemi, ilk kez 1986 da New York’ta bir grup beyaz öğrenci tarafından Afro-Amerikalı gence yapılan fiziksel saldırıların medyaya yansımada ortaya çıkmıştır. Başlangıçta sadece ırka dine ve inanca yönelik ayrımcılığı kapsayan bir olgu olarak görülse de 1990’ ın başından itibaren cinsel kimlik, etnik köken ve engellilik durumu gibi birçok nefret söylemini içine alan bir kavrama dönüşmüştür (Evren, 2022: 5). Nefret söyleminin genelgeçer bir tanımı bulunmamaktadır.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin bir tavsiye kararında nefret söylemi “azınlıklara, gelişmelere veya göçmen kökenlilere karşı saldırgan milliyetçilik veya etnik merkezîyetçilik, ayrımcılık ve düşmanlık içerenler de dahil olmak üzere, yabancı düşmanlığı, ırkçı nefret antisemitizm veya hoşgörüsüzlük temelli diğer nefret biçimlerini yayan, tahrik ya da teşvik eden veya haklı gösteren her türlü ifade biçimi olarak tanımlanmaktadır (Türey, 2021: 152). Türk Dil Kurumu, nefreti bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu isteme olarak tanımlamaktadır (<https://www.tdk.org>). Nefret söyleminin tanımı yapılırken öne çıkan kavramlar önyargı, ırkçılık cinsiyetçilik ve homofobi olarak sıralanmaktadır. Nefret söylemi, farklı olana karşı tahammülsüzlüğün ve hoşgörüsüzlüğün bir tezahürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Nefret söylemi kendisinden olmayanın, haklarının elinden alınmasına neden olurken ,toplumsal olarak huzur ve barış ortamını tehdit eden bir atmosfer oluşturmaktadır. (Alp, 2016: 150).

Nefret söylemi sürecinde ‘söylem’ ideolojik bir altyapıdan destek almakta olup, ideolojilerin hem oluşumu hem de yeniden üretimi için etkili bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle söylem, bir yandan ideolojilere bağlı olarak şekil alırken, öte yandan da bireylerin ideolojilerinin şekillenmesinde temel araçlardan biri hâline gelmektedir (Van Dijk, 2003: Dondurucu, 2018: 1379). İnsanların topluluk halinde yaşamaya başladığı tarihten beri var olan “biz” ve “ötekiler” kavramları bir yandan insanlar arasında bir bütünlük oluşmasını sağlarken diğer tarafta korunma içgüdüsünün etkisiyle “ötekilerden” uzaklaşmaya, korkmaya en sonunda ise nefrete evrilmektedir. Öncesinde söylem olarak işlenen nefretin suça dönüşmesi de ince bir sınırın geçilmesiyle mümkün hale gelmektedir (Vardal, 2015: 135). Nefret söylemi, ideolojik bakış, ayrımcılık ve düşmanlık içeren ifadeleri kapsamaktadır. Bu çerçevede kişi ya da gruba yönelik ırk, din, cinsiyet, cinsel yönelim, etnisite gibi özellikler nedeniyle önyargılardan beslenen ayrımcı tutumları temel alan nefret söylemi toplumda “size yer yok “mesajıyla tahammülsüzlüğü dışa yansıtmaktadır (İnceoğlu, 2013: Aliyazıcıoğlu ve Uçar, 2021: 56). Nefret söylemleri yalnızca negatif ifadelerden ibaret olmayan güçlü bir yapıya sahiplik yapmaktadır.

Bu söylemler aynı zamanda içinde şiddet barındıran, şiddete yönelten, nefret suçlarına yol açan sürecin ilk adımları olmaktadır (Öztürk, 2021:145). Nefret söylemindeki asıl sorun sadece söylem olarak kalmaması, aksiyon üretmesi ve

nefret suçlarının ortaya çıkarıyor olmasıdır. Yani teşvik tahrik ve provokasyon içeren nefret söylemi tehlikeli olmaktadır.

Nefret söyleminde bulunan taraf, militanlaşıp nefret suçuna yönelmektedir (Dalkılıç ve Yardım, 2018: 93). Nefret söyleminin üç temel özelliği bulunmaktadır. İlki nefret söylemi belirli veya kolayca tanımlanabilir bir bireye veya daha yaygın olarak herkesçe kabul edilen görüşe ve belirli özelliğine dayanarak bir grup bireye yönelik olmaktadır. İkinci olarak nefret söylemi hedef grubu örtülü veya açık bir şekilde damgalamaktadır. Üçüncü ve son olarak olumsuz özellikleri sebebiyle hedef grup, istenmeyen bir varlık ve legal bir düşmanlık objesi olarak görülmektedir (Sert ve Turhan, 2019: 537). Toplumdan dışlanan bir gruba, grup kimlikleri nedeniyle yönlendirilmiş bir nefret söz konusu olmaktadır. Bazı olaylarda suç unsuru taşıyan bir fiilin sahibinin kimliğine gereksiz vurgu yapılmaktadır. Ötekileştirilen bir gruba, grubun kimliği nedeniyle yönlendirilmiş direkt nefrette toplumsal yargılar baskındır; medya aracılığıyla bu yargılar sürekli yeniden üretilmektedir.

Ülkemizde Ermenilere, Kürtlere, eşcinsellere ya da son zamanlarda Suriyeli göçmenlere yönlendirilen nefret bunlara örnektir. İkinci yöntem dolaylı yoldur. Aşırı görüşler taşımayan normal bireyin üzerinde ilkinden daha etkili olmaktadır. Satır aralarına yerleştirilen notlarla onaylama, okuyucuyunun ya da izleyicinin inisiyatifine bırakılmış gibidir. Bir hırsızın etnik kökeninin altının çizilmesi, bir cinayet haberinde mağdur ya da failin cinsel tercihlerinin vurgulanması buna örnek olarak verilebilir (Vardal, 2015:138). Nefret söyleminin günümüz de ortaya çıkış ve yayılma süreçleri yeni bir evreye girmeye başlamıştır. Bazı uzmanlar yeni medyanın gelişen türleriyle birlikte, medyanın nefret söylemlerini geçmiştekenden daha fazla arttırdığını öne sürmüşlerdir. İnternetteki nefret söylemleri yeni değildir fakat geleneksel medyaya göre daha fazla göze çarpmaktadır (Karaman ve Işıklı, 2016: 140). Nefret söylemi hedef alınan bireylerin gerek özel yaşantısında gerekse toplum yaşamında önemli boyutta yıkıcı etkilere sebep olabilmektedir. Nefret söylemi dışlanma, küçük düşürülme, aşağılanma, hedef gösterilme basitleştirme, sindirme gibi kişileri duygusal açıdan etkileyecek saldırıları içermektedir (Yıldız, 108: 765). Nefret söylemi bireylerin daha özgür, daha etkileşime açık, gerçek kimliği belli olmadan rahatlıkla dolaşabildiği yeni medya ortamlarında kolayca yayılma imkanına sahip olmaktadır. Bu da nefret suçunun oluşmasını sağlayacak

tezgen bir dilin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. (Dondurucu, Kılıç & Uran, 2018: 159).

İnternetin teknolojisiyle nefret söyleminin üretilmesi ve yayılması arasında açık bir bağlantı olduğu görülmektedir. İnternetteki nefret söylemleri elbette yeni değildir fakat geleneksel medyaya göre daha fazla görünürlük kazanmış, daha fazla yaygınlaşmıştır. (Karaman ve Işıklı, 2016:140). Nefret söylemi günlük hayat içerisinde de bireylere önemli zararlar vermekte olup ciddi sonuçlara yol açabilmektedir.

Dışlanan, pasif hale getirilen, küçük görülen ve hedef haline getirilen bireyler ya da topluluklar psikolojik bir takım problemlerin yanında, fiziksel ve maddi açıdan da çeşitli zararlar görebilmektedir. Nefret söylemi, nefret suçuna giden sürecin başlangıç noktasıdır ve farklılıklara gösterilen hoşgörünün azalmasına bağlı olarak tahammülsüzlük oluşturma potansiyeline sahip olmaktadır. (İnceoğlu ve Sözeri, 2012:24).

Nefret söyleminin küresel düzeyde büyük bir problem hâline dönüşmesi belirli önlemler alınmasını gerektirmiştir. Nefret söylemi ile ilgili çözümler bulunabilmesi için öncelikle kavramın herkes tarafından bilinmesi gerekmektedir. Bu konuda Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Avrupa Konseyi çeşitli tanımlamalarda bulunmuş ve nefret söylemiyle ilgili düzenlemeler yapmışlardır.

3.2 Uluslararası Düzlemde Nefret Söylemi Tanımları ve Düzenlemeleri

3.2.1 Birleşmiş Milletler

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 20 Kasım 1963' te 1904 sayılı kararıyla kabul edilen bildiride “İrkçı Propaganda ve Faaliyetlerin Yasaklanması “ başlığı altında yer alan 4. Madde ırk üstünlüğüne dayanan, ırk ayrımcılığını teşvik eden fikirlerin yayılmasının suç olduğundan bahsederken, ırk ayrımcılığını kışkırtan örgütlerin ve propagandaların yasaklandığını vurgulamaktadır. Bildirinin son maddesinde ise ulusal ve yerel kamu kurum ve kuruluşlarının da ırk ayrımı teşvik etmelerine izin verilmeyeceğinden bahsedilmektedir (<https://inhak.adalet.gov.tr>).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 16 Aralık 1966 yılında 2200 A sayılı kararıyla kabul edilmiş olan Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası

Sözleşme 53 madde içermektedir. Sözleşmenin 19. ve 20. maddeleri nefret söyleminin engellenmesine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. 19. maddenin genel teması, herkesin istediği düşünceye sahip olabileceği ve bu düşünceleri açıklama konusunda da özgür olduğu yönündedir.

20. madde ise her türlü savaş propagandasını suç görmekte, ulusal, ırksal ya da dinsel nefretin düşmanlık şekline gelip suça dönüşmesini yasalarla yasaklamaktadır (<https://www.5.tbmm.gov.tr>).

3.2.2 Avrupa Konseyi

Ulusal Azınlıkların Korunması İçin Çerçeve Sözleşme 1 Şubat 1995'te kabul edilmiştir. Sözleşmenin 5.2. , 6.1., 6.2., maddeleri azınlıklara yönelik nefret söylemine ilişkin önleyici ifadeler içermektedir. 5. madde, ulusal azınlıkların kendi kültürlerini yaşatmalarını, geliştirmelerini ve bunları korumak için gerekli koşulları sağlamayı garanti etmektedir. Ülkede uygulanan politikalarda azınlıklara yönelik asimilasyon sağlayan uygulamalardan da kaçınılması amaçlanmaktadır. 6. madde bir ülkede yaşayan ulusal halk ve azınlık diğer insanların hoşgörü içinde yaşamasını birbirleriyle saygı ve anlayış içerisinde ilişkiler kurmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu maddede tarafların din, dil,ırk nedeniyle herhangi bir tehditle ya da saldırıyla karşılaşmamalarını sağlayacak önlemler alınması gerektiği vurgulanmaktadır .

Nefret söylemi bakımından da bir tanım bulunmamasına rağmen Uluslararası alanda yapılmış tek tanım Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından kabul edilen 1997 tarihli R(97) 20 sayılı tavsiye kararında yer alan tanım olmaktadır. Avrupa Konseyi'nin nefret söylemini içeren sözleşmeleri bulunmaktadır. Bunlardan biri Avrupa İnsan Hakları Sözleşme'sidir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, nefret söylemini ifade özgürlüğü ya da hakkın kötüye kullanılması kapsamında incelemektedir. Buna göre 10. madde de herkesin ifade özgürlüğü hakkına sahip olduğundan söz edilirken buna kamu kurum ve kuruluşlarının müdahalesi olamayacağının altı çizilmektedir. Yine ifade özgürlüğü hakkı kullanılırken toprak bütünlüğü, milli güvenlik, yargı organlarının bağımsızlığı gibi konularda da gerekli yaptırımlar ve normlar oluşturulması gerektiği vurgulanmaktadır. 17. madde de ise verilen bu hakların kötüye kullanılıp suistimal edilmesinin önüne geçmek amaçlanmaktadır (<https://www.yargitay.gov.tr>).

2.2.3 Avrupa Birliği

Avrupa Birliği, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra devletler arasında yapılmış sözleşmelere dayanmaktadır. Buna göre 7-8 aralık tarihinde toplanan Nice zirvesinde kabul edilen Avrupa Birliği Temel Şartı 54 maddeden oluşmaktadır. Temel şartların 21. Maddesi, ayrımcılık yasağa başlığı altında tanımların nefret içerikli kullanımını suç olarak öngören ifadeler içermektedir. Ayrımcılık yasağı bağlamında 21. Maddenin diğer yasa metinlerinden farkı, ayrımcılığa maruz kalan kesimlerin daha geniş bir açıdan ele alınmasıdır. 21. Madde de cinsiyet, din, dil, ırk, etnik ve sosyal köken, siyasi düşünce, azınlık üyesi olma gibi nedenlerle ayrımcılık yapılmasının yasak olduğundan bahsedilmektedir.

3.3 Hrant Dink Vakfı Kategorileri

Nefret söyleminde kapsamda çalışmalar gerçekleştiren Uluslararası Hrant Dink Vakfı'nın nefret söylemine ilişkin Türkiye'ye özgü dil ve kültür farklılıklarını da göz önüne alarak belirlemiş olduğ u nefret kategorileri şunlardır (Vardal,2015: 136):

- Abartma /yükleme /çarpıtma
- Küfür/ hakaret /aşağılama
- Düşmanlık/savaş söylemi
- Doğal kimlik ögesini nefret aşağılama unsuru olarak kullanma /Simgeleştirme.

1.Abartma / Yükleme/ Çarpıtma: Olay veya olgular hakkında söylemlerin abartarak verilmesi, olay ve olguların gerçek kavramlarından uzaklaştırılarak başka biçimlerde ifade edilmesidir (Sabahçı. 2018:192).

2.Küfür/ Hakaret/ Aşağılama: Küçük düşürücü, aşağılayıcı ifadelerle bireyle alay edilmesi, bireye hakaret edilmesidir.

3. Düşmanlık/ Savaş Söylemi: Bir toplum hakkında savaşı çağrıştıran, kin içeren ifadelerin yer aldığ ı söylem çeşididir.

4. Doğal Kimlik Ögesini Nefret- Aşağılama Unsuru Olarak Kullanma/ Simgeleştirme: Doğal bir kimlik ögesinin nefret ve aşağılama unsuru kullanılarak simgeleştirildiği söylemlerdir. Bireylerin ırkları yüzünden karşılaştıkları nefret söylemleri buna örnek olabilir.

3.4 Türkiye’de Nefret Söylemine İlişkin Düzenlemeler

Türk Ceza Kanunu’nun 125. Maddesinde, Şerefe Karşı Suçlar – Hakaret başlığı altında nefret söylemini cezalandırıcı düzenlemeler bulunmaktadır. Hakaret başlığı altında kamu görevlisine görevi yüzünden hakaretle, mensup olunan dine yönelik edilen hakaretin cezasının alt sınırının bir yıldan az olamayacağından, hakaretin kasten işlenmesi durumunda ise cezanın altı da bir oranında arttırılacağından söz edilmektedir (<https://www.mevzuat.gov.tr>).

Türk Ceza hukuku sistemimizde nefret söylemi olarak adlandırabileceğimiz düzenleme 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nun 216. maddesinin birinci fıkrasında düzenlenmiştir. Halkı kin ve düşmanlığa tahrik ve aşağılama başlıklı madde de halkın din,dil, ırk, mezhep ve bölge bakımından farklı bir kesimini, diğer kesim aleyhine kışkırtan, düşmanlığa sevkeden kişi ve kuruluşlar bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmaktadır. Halkın bir kesimini din, dil, ırk ve mezhep farkı yüzünden aşağılayan bir kimse ise altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmaktadır. Yine halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri alaya alan hedef gösteren kişiler altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılmaktadır. Nefret ve ayrımcılık başlıklı 122. Madde ise bir kimsenin din, dil, ırk, etnik köken, sosyal sınıf ve mezhebi yüzünden sosyal, ekonomik, siyasi açıdan doğan haklarının engellenmesine neden olan kimselerin bir yıldan üç yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılacağından bahsetmektedir.

3.5 Nefret Söylemini Oluşturan Unsurlar

3.5.1 Ön Yargı

İngilizce’de “prejudice” ya da “bias” kelimeleriyle ifade edilmektedir. Predujice kelimesi Latince’de haksızlık ve adaletsizlik anlamı taşıyan “prejudicium”, “praejudicium” kelimelerinden türetilmiştir (Ataman, 2012: Öksüz ve Yaşar, 2020: 1388).Ön yargılar, bir gruba ya da grup üyelerine yönelik olumsuz düşüncelerin

yanı sıra, hoşlanmama ,hor görme, kaçınma ve nefret etmeye kadar uzanan olumsuz duyguları içeren tutumlara da yol açmaktadır(Göregenli, 2012: Doğan, 2015:42).

3.5.2 Ayrımcılık

Ayrımcılık, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesi tarafından, bütün hak ve özgürlüklerinin herkes tarafından eşit biçimde tanınması ve kullanılmasını engelleme veya tanınması ve kullanılmasına hükümsüz kılma amacını taşıyan veya bu etkiye sahip ırk , renk, cinsiyet, dil din, siyasi veya diğer görüşler ulusal ya da toplumsal köken, milliyet, doğum veya diğer statülere dayalı olarak gerçekleştirilen ayırma, dışlama, kısıtlama ve tercih olarak tanımlanmaktadır(Sekman, 2015:5). Ayrımcılık adil olmayan davranışlar anlamına gelmektedir. Ayrımcılığın en eski görünümlerinden biri ırkçılık, diğeri ise yabancı düşmanlığıdır. İnsanlık tarihi boyunca kölecilik, soykırım, katliam, zorunlu göç ettirme, eziyet etme gibi farklı şiddet uygulamaları ile ayrımcılık faaliyetleri sürdürülmüştür (Sönmez, 2015:50).

3.5.3 Kalıp yargı

Kalıp yargı, (stereotip): bir grubun üyelerine yönelik sabit, aşırı basitleştirilmiş, aşırı genellenmiş, genellikle ön yargılı bir düşünce, bir grubun paylaştığı olumlu, olumsuz özellikleri taşıyan bir bilişsel bir taslaktır (Koç& Tutkun, 2008: Özcan, 2017:25). Kalıp yargı ve ön yargı birbirinden farklı olmakla birlikte birbirlerini tanımlayan iki farklı kavramdır. Sosyal gerçekliği kabaca resmetmeye yarayan bu iki terim bireylerin gerçekliğe dair zihinsel ve sosyal temsillerini şekillendirme işlevi görmektedir. Göregenli kalıp yargıları belirli bir nesneye ya da gruba ilişkin boşlukları tamamlayan, bunlar hakkında karar vermeyi basite indirgeyen önceden hazırlanmış birtakım izlenimler, atıflar bütünü olarak zihnimize oluşturduğumuz izlenimlerdir (Göregenli, 2012: Karaçay, 2018: 58).

3.6. Nefret Söylemi Türleri

Nefret söylemi yöneldiği gruplar açısından 6 kategoride sınıflandırılmaktadır (Çomu ve Binark 2012: Çalman, 2022:47):

1. **Siyasal Nefret Söylemi:** Belirli bir ideolojiyi siyasal oluşumu veya partiyi hedef alan söylem türüdür.
2. **Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi:** Kadınları geri planda tutan zayıf gören, Ataerkil toplumlarda ortaya çıkan nefret söylemidir.
3. **Yabancılar ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi:** Yabancıları ve göçmenleri düşman gibi görerek hedef gösteren nefret söylemidir. Ülkemize sığınan Suriyeli -Afgan mülteciler bu tarz söylemlere sıklıkla maruz kalmaktadır.
4. **Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi:** Cinsiyetçi ifadelerden oluşan, LGBT+ grupları hedef gösteren nefret söylemi türüdür.
5. **Engelli ve Çeşitli Hastalıklara Yönelik Nefret Söylemi:** Bireylere fiziksel ve zihinsel özellikleri üzerinden yöneltlen söylemlerin tümünü içermektedir. Tüm dünyada yer alan nefret söylemi türü olsa da diğer nefret söylemlerinden daha az görülmektedir.
6. **İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi:** Kişilere ya da dini inançlara yönelik saldırılar içeren söylem türüdür. Tek dinli toplumlarda bu nefret söylemi türü ile sıklıkla karşılaşılmaktadır

3.7 Nefret Piramidi

Nefret piramidi olarak tanımlanan önyargılı tutumlardan başlayıp ön yargı, ayrımcılık, şiddet ve en sonunda soykırıma kadar giden bir süreç olarak



tanımlanmaktadır. Nefret; öfke, korku, çoğu zaman tanınmayan, bilinmeyen ancak kendisine benzemediği, kendisinden farklı olduğu için diğer olanlara yönelik ortaya çıkan bir ruh hali olarak tanımlanmaktadır (Karadeniz,2012:1). Disiplinde “nefret piramidi” olarak tanımlanan süreçte nefret, ön yargıların oluşmasıyla başlamakta, ardından nefret söylemi olarak ifade edilebilecek söz ve davranışlara yansımakta, daha sonrasında ayrımcılık yapmaya ve en sonunda nefret suçu işlemeye kadar varmaktadır (Şahinkaya,25-26).

Tablo 3.7.1:Nefret Piramidi <https://images.app.goo.gl/iCauARxGsDZxJcF68>

3.8 İslamofobi Kavramı ve Ortaya Çıkış Süreci

İslamofobi olarak tanımlanan bu İslam karşıtlığı, İslam kelimesine phobia kelimesinin eklenmesiyle ortaya çıkmıştır. Yunan mitolojisinde dehşet ve korku tanrısı olarak bilinen “phobos” kelimesinden türetilen fobi (phobia) genel olarak korkuyu ifade etmektedir. Korku düzeyinin kişinin kontrolünden çıkarak rahatsızlık vermesi ve endişeye dönüşmesi fobileri oluşturmaktadır (Aktaş,2014: 35 -36). İslam korkusu olarak da tanımlanan İslamofobi genel olarak İslam’a ve Müslümanlara karşı duyulan korku, nefret, öfke, düşmanlık gibi düşünce ve davranışları içermektedir. İslamofobi, ayrımcılık, dışlama, önyargı, şiddet ve benzeri kavramlarla tanımlanmaktadır. İslamofobi sıkça kullanılan ancak anlam dünyası çok da belirgin olmayan bir kısım entelektüel ve siyasi elitin tıpkı antisemitizm gibi, ısrarla kullanmak isteyip büyük kısmının da ideolojik kaygılarla kullanmaktan kaçındığı kavramlardan biri olmaktadır. (Ataman ve Er, 2008:755). İslamofobi, Müslümanlara yönelik olumsuz tutumlar, ayrımcılık, fiziksel rahatsızlık ve medyadaki iftiralar sözlü ve fiziksel saldırganlık davranışları ile ifade edilmektedir. İslamofobi kavramı daha çok Avrupa ve Amerika’da İslam korkusu ve bunun neden olduğu Müslümanlara yönelik düşmanlık ve saldırganlık davranışlarıyla bağdaştırılmaktadır (Karşlı,2013: 81-82).

İslamofobi, “Batı” toplumları tarafından İslam’ı bilmeyen kişilere İslam korkusunun yüklenmesi, bu korkunun beslenmesi ve İslam’a yönelik nefret, ayrımcılık ve kinin ileri boyutlara çıkması sonucunda ortaya çıkmış bir kavramdır. İdeolojik aygıtlar vasıtasıyla ötekileştirip, damgaladıkları her Müslüman kendi

inanç ve toplumlarını bir arada tutabilmeleri için oluşturdıkları düşmanlardan biri olmaktadır (Taner, 2018:303). İslamofobinin tarihi kökleri İspanya’da Endülüs’ün İslam tarafından fethedilmesine kadar gitmektedir. Kilise mensuplarının yaptığı propagandalar ile düşünce zemini Hristiyanlara ve Hristiyanlığa karşı tehdit ve tehlike üzerine kurulu olan “İslamofobi”, İslam ile Hristiyanlar arasında ilişkilerin artması ile yüzyıllar içerisinde azalmaya başlasa da, yaklaşık son yıllarda yeniden yaygınlık kazanmıştır (Aydın ve Yardım, 2008: 8).Modern dönemde İslamofobi kavramının kullanımı 1918 yılında Etienne Dinet’in Fransızca kaleme almış olduğu kitapta geçse de, bugünkü anlamıyla kullanımı Soğuk Savaş’ın bitimi 90’lı yıllardan sonra gelmektedir (Sajid, A; 2003: Hıdır, 2017: 28-29).

İslam ve Müslümanları başta terör örgütü olmak üzere neredeyse akla gelebilecek bütün olumsuzluklar da özdeşleştiren ve Batı toplumlarının sahip olduklarını, düşündükleri bütün olumlu birikimler açısından da tehdit olarak gösteren İslamofobi kavramını üretmenin Postmodern ve Soğuk Savaş sonrası dönemin koşullarıyla bağlantılı iki nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki, dönemin ekonomik ve politik amaçları doğrultusunda, oryantalist mantığın devam ettirilmesi isterken, ikincisi her türlü olumsuzluk ve engellemelere rağmen oyunu Batı’nın kurallarına göre oynayarak zemin kazanan Müslümanların, durdurulması olmuştur (Samur, 2016: 67).

Edwar Said, 1970’lerin sonunda yaptığı çalışmasında Batı’nın İslam’a yönelik olumsuz kalıplaşmış ve akıl dışı duygusal tepkilerine dayanan önyargılarını oryantalizm kavramsallaştırmasıyla ortaya koymaktadır. 1990’lara geldiğinde ise oryantalizm kavramı yerini İslamofobi ’ye bırakmıştır (Karabulut, 2022: 126). İslamofobi kavram olarak ilk defa 1997 yılında bir İngiliz düşünce kuruluşu olan Runnymede Trust tarafından yayınlanan raporda ortaya çıkmıştır. (The Runnymede Trust 2016: Aslan, Kayacı & Ünal, 2016: 453). Trust’un yaptığı çalışmada İslam’a yönelik temelsiz düşmanlık olarak tarif edilen, İslamofobi kavramının Müslümanları politik ve sosyal hayattan uzaklaştıracak adaletsiz bir ayrımcılığa da denk geldiğinin üzerinde durulmaktadır (Bayraklı ve Yerlikaya, 2017: 53). Aynı raporda İslamofobik kapsamda ölçümlendirilecek dört esas alan belirlenmiştir. Bunlar (The Runnymede Trust 2016 ; Aslan, Kayacı & Ünal, 2016: 453):

1. **Dışlanma, dışlanmışlık (exclusion):** Siyasete ve yönetime katılmaktan uzaklaştırılma, yetki verme aşamasından dışlanma.
2. **Ayrımcılığa tabi tutulma (discrimination):** Çalışma ortamında ayrımcılık eğitim ve sağlık hizmeti hizmetlerinde ayrımcılık.
3. **Şiddet (violence):** Fiziksel saldırılar, sözlü tacizler, hakaretler.
4. **Önyargı (predujice):** Medyada ve gündelik hayatta önyargıyla karşılaşmak.

İlgili literatür içinde akademisyenler tarafından kaleme alınan kitap ve makale gibi bilimsel yayınlarla, araştırma merkezleri ve enstitüler tarafından akademisyenlere ya da uzmanlara hazırlatılan raporlar incelendiğinde, İslamofobinin daha çok ön yargı, ayrımcılık, dışlanma ve şiddet gibi kavramlara dayanarak tanımlandığı görülmektedir.

“Ön yargı” (predujice) ile Batı medyasında ve Batılıların gündelik yaşamlarında Müslümanlar aleyhine sergilenen davranışlar belirtilmektedir. “Ayrımcılık (discrimination) kavramı Müslümanların iş ve çalışma yaşamında, eğitim ve sağlık hizmetlerine ulaşmada karşılaştıkları farklı uygulamaları ve zorlukları ifade etmektedir. “Dışlanma” (exclusion) ifadesi ise Müslümanların yönetim mekanizmalarında söz sahibi olamamalarını, siyasi ve demokratik haklarını kullanmamalarını göstermektedir. Müslümanlar tarafından uygulanan sözlü ve fiziki saldırılarda “şiddet” (violence) kavramı içerisinde değerlendirilmektedir (Kirman, 2010:22).

Bu rapor sadece İslamofobi kavramı olarak gündeme taşımakla kalmamış, bununla birlikte İslamofobi kavramını açıklamaya çalışmış, İslamofobik sayılabilecek tutumları sıralamıştır. Bunlar (Runnymede Trust, 1997: 4: Samur, 2016: 299 -300):

- İslam tek bir bütündür, statiktir ve değişime açık değildir,
- İslam ayrı ve “öteki” olarak görülür, başka kültürlerle ortak değerleri yoktur. Diğer kültürleri etkilemez ve onlardan etkilenmez,
- İslam batıya göre değersiz görülür. Barbar, akıl dışı, ilkel ve cinsiyetçidir,

- İslam; Zorba, tehditkâr, terör destekçisi, saldırgan ve “medeniyetler çatışmasına” bağlı olarak görülür,
- İslam siyasi bir ideolojidir; Siyasi ve askeri çıkarlar için kullanılır,
- İslam tarafından yapılan Batı eleştirileri asla kabul edilmez,
- İslam’a düşmanlık, Müslümanlara yönelik ayrımcı uygulamaları gerekçelendirme ve onları toplumdan dışlama için kullanılır,
- Müslümanlara düşmanlık normal görülür.

İslamofobi kavramının geçmişi çok eskilere dayansa da 11 Eylül saldırıları ve 2004 yılında Madrid’de ardından 2005 yılında Londra metrosunda patlayan bombalar bu kavramın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Öncelikle El Kaide (Radikal İslam ve Selefi Silahlı Örgüt) daha sonra IŞİD (Irak Şam İslam Devleti) tarafından yapılan terör eylemleri de bu algıları güçlendirmiştir (Günay:6).

2001 yılında Amerika’daki ikiz kulelerin yıkılmasından iki ay sonra PEW (2001) Araştırma Merkezi’nin yaptığı araştırmanın sonuçları Amerikalıların %59’unun Müslümanlar hakkında olumsuz düşündüğünü ortaya çıkarmıştır.

Zamanla fiziki saldırılarda başlamış, 11 Eylül saldırıları sonrası Amerika’da 3 ay içinde 93 İslamofobik saldırı yaşanmıştır. 2002 yılında Federal Soruşturma Bürosu (FBI) tarafından yayınlanan raporda Müslümanlara karşı işlenen nefret suçlarının %1600 oranında arttığı gözlemlenmiştir. 2004 yılına gelindiğinde ise Amerikalıların sadece %25’i İslam hakkında olumlu görüşlerde bulunmuştur (Çuhadar ve Gölcü, 2018: 77 -78). İslamofobi kavramının toplumda hızla yayılmasını sağlayan ve insanları etkileyen sanal ve gerçek ortamlar bulunmaktadır. Burada yapılan eylemler ve bulunulan söylemler İslam düşmanlığının oluşmasında etkili olmaktadır.

3.8.1 İslamofobinin Nedenleri

- **Kültürel ve Tarihsel Nedenler:** Batı medeniyetinin çok kültürlülüğe, farklılıklara açık olmayan tek tipçi yapısı, yabancı düşmanlığı ve İslamofobi'ye sebep olmaktadır.

Yakın geçmişte Sırp ve Hırvatların Bosna Hersek'te, Boşnak Müslümanlara yönelik soykırında bulunmaları, cami, köprü gibi tarihi eserlere zarar vermeleri, bilinç altlarında İslam korkusu ve kininin devamlılığını göstermektedir (Karşlı, 2013:82). Batı, İslam dünyasında köktendinci, İran tarzı bir rejimin dünyaya ihraç edilmesinden korkmaktadır. Bu yüzden İslam ve Müslümanlar tehdit ve düşman olarak görülmektedir (Esposito, 1999: 106; Safi, 2019: 740).

- **Siyasi Nedenler:** Avrupa Birliği'ne olan göçlerle Avrupa ve Amerika'daki Türk nüfusun hızla artması Hristiyanlarda azınlık duruma düşme korkusu yaratarak, İslam düşmanlığına yönlendirmiştir (Moreno, 2010: Karşlı, 2013:83).

Yine İslamofobinin oluşmasında kimi terör unsurlarının yaptığı eylemlerde motivasyon unsuru olarak ve yaptıklarına bahane olarak İslami inanış ve söylemleri kullanmaları etkili olmuştur. Gerçekleştirilen terör eylemleri sonrasında getirilen tekbirler, Batıda terörist İslam'ın mottosu olarak ilişkilendirilmektedir ve İslam terörizmle bağdaştırılmaktadır (Sayar, 2014: 62).

- **Ekonomik Nedenler:** Avrupa'da yabancı işçi ihtiyacının azalması, işsizlik oranlarının artması nedeniyle aralarında Müslümanların da olduğu azınlıklara yönelik ırkçı, nefret ve saldırganlık barındıran olaylar görülmeye başlamıştır (Karşlı, 2013:83). Batı kendi ülkelerindeki sosyo- ekonomik sorunları çözmek için çareyi mültecileri ülkeden göndermekte bulmuştur. Mülteciler arasında tercih yaptıklarında ise kalabalık olan Müslüman mültecileri seçmişlerdir (Safi, 2019: 740).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA YER ALAN İSLAMOFOBİK NEFRET SÖYLEMİ ÖRNEKLERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İslamofobi kavramının tanımı eskilere dayansa da sosyal medyanın yaygınlık kazanmasına kadar somut anlamda etkileri görülememektedir. Sosyal medya bireylerin karşılıklı olarak etkileşime girmesine, herhangi bir konuda fikir belirtmesine imkân sağlamaktadır. Sosyal ağ sitelerinde bireyler bir olay ya da olguyla ilgili görüşlerini eş zamanlı olarak belirtebilmektedir. Olumlu görüşlerin yanı sıra olumsuz söylemler de dolaşımda yerini almaktadır. Bunlara genel olarak nefret söylemi denilmektedir. Nefret söylemi de kendi içinde 6 kategoride incelenmektedir. Bu çalışmada İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi üzerinde

durulmaktadır. Dünyada ve ülkemizde gittikçe artan islamofobinin sosyal medyadaki izlerini sürmek çalışmanın temel amaçları arasında yer almaktadır. İnanç ve mezhep temelli nefret söyleminin çağımızın büyük sorunlarından biri olduğu da göze çarpmaktadır. Bu çalışmada nefret söyleminden etkilenen bireyler değil, nefret söylemini oluşturan bireylerin sosyal medya gönderileri incelenerek nefret söyleminin sonucunda ortaya çıkan faktörlerin ortaya sunulması amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak, X üzerinden İslamofobik gönderiler incelenmiştir. X daha geniş kitlelere daha hızlı bir şekilde ulaşma ve hemen gündem oluşturma gibi özellikleri sebebiyle çalışmada tercih edilmiştir. X'teki nefret içerikli paylaşımların seçilmesi hem daha fazla veriye ulaşmak hem de din, dil, ırk, yaş ve cinsiyet olarak daha fazla kişiye ulaşılmasını sağlaması açısından önem kazanmaktadır. Nitekim sosyal medya birçok kavramı etkileyip değiştirdiği gibi nefret söylemini de, ortaya çıkış şeklini de etkilemiştir. Sosyal medyada nefret söyleminin ortaya çıkma süreci ve nefret söyleminin insanlardaki etkisi araştırmanın ilgi alanına girmektedir.

Bu çalışmayla birlikte literatüre güncel olarak inanç ve mezhep temelli nefret söylemiyle ilgili somut bir veri kazanımı daha olması amaçlanmaktadır. Günümüzde artan İslamofobik saldırıların çalışmada konu seçerken etkili olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Literatüre bakıldığında İslamofobik Nefret Söylemi üzerine Türkiye'de yapılan çalışma sayısının az olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak çalışmanın Türkiye üzerine ilerlemesi hedeflenmiştir. Çalışmanın literatüre bu açıdan katkı sağlaması hedeflenmektedir.

4.2. Evren Ve Örneklem

X'te İslamofobik unsurlar içeren gönderilerin Runnymede Trust kategorilerine uygun olanları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yoluyla islamofobik unsurları içerdiği tespit edilen gönderi çalışmada analiz edilmek için seçilmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme evreni temsil etme gücüne sahip olan bir örnek seçilirken araştırmacı örnek birimleri öznel olarak seçmektedir. Belirli bir örnek birimin seçilme şansı,

araştırmacının bireysel kanısına bağlı olmaktadır (Nachimas ve Nachimas, 1996: Yıldız, 2017:431). Amaçlı örnekleme araştırması yapan kişi bilgisine ve şartlara dayanarak kişileri veya olguları seçerek, doğru ve uygun maliyetli bir örneklem oluşturabilmektedir. Akıner ve Mencet'in (2016) 1910'dan 2014'e kadar yayımlanmış 35 bin karikatürü Roland Barthes'in post yapısalcı göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle incelediği çalışmalarında Müslümanlar için çizilen karikatürlerde terör ve canavarlaştırma ağır basarken, yobazlık, gericilik, medeniyet düşmanlığı gibi klişeler yüzyıllardır müslümanlarla özdeşleştirilmiştir. (Akıner ve Mencet: 2016). Bu çalışmada da #yobaz, #gerici, #medeniyetdüşmanı anahtar kelimeleri X'te aratılarak analiz edilmeye çalışılmıştır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırmalarda genellikle 3 tip bilgi elde edilmektedir. Bunlar: çevresel bilgi, süreçle ilgili bilgi ve algılanan bilgidir. Çevresel bilgiler araştırmanın uygulandığı sosyal, psikolojik, demografik ve fiziksel özelliklerle ilişkilidir. Süreçle ilgili bilgiler, araştırma sürecinde yaşananlar ve bunların sonuçlarının araştırma gruplarını nasıl etkilediğine ilişkindir. Algılar ise araştırma grubunun, araştırma hakkındaki düşüncelerini ortaya koymaktadır (Le Compte ve Goetz, 1984: Yıldırım, 1999:10).

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden, betimsel içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz, görüşme ve gözlem sonucu elde edilen bilgilerin düzenlenip, yorumlanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Veriler daha önceden saptanmış temalara göre ayrılıp, değerlendirilmektedir. Bulgular arasında sebep-sonuç ilişkisi kurulmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008:224). Betimsel içerik analizinin kullanıldığı çalışmalarda elde edilen bilgilerin doğru ve sistemli bir şekilde ortaya konulması, analize tabi tutulması, yorumlanması ve sonuçlarının açık bir şekilde belirtilmesi gerekir (Akyurt, Ültay ve Ültay,2021:130). Araştırmada X üzerinden arama yapmak için hashtagler oluşturulmuştur. #yobaz, #gerici, #medeniyetdüşmanı anahtar kelimeleriyle 1 Ağustos ve 28 Kasım 2024 tarihine kadar yapılan taramalarda konuyla alakalı 42 gönderi bulunmuştur.

4.4. Araştırmanın Kapsamı Ve Soruları

Bu çalışmada sosyal medyada yer alan İslamofobik nefret söylemi örnekleri üzerinden bir analiz yapılması hedeflenmiştir. Nefret söyleminin sosyal medyadaki izleri üzerinde durulmuştur. X'te İslamofobik Nefret Söylemi içeren gönderilerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla çalışmada şu sorulara cevap aranacaktır:

- Nefret söylemi oluşmasında X'in etkisi var mıdır?
- X'te inanç ve mezhep temelli nefret söylemi nasıl üretilmektedir?
- Nefret söyleminin üretiminde sosyal medya araçlarının etkisi nasıl olmaktadır? Bu sorular araştırma sonucunda cevaplanmıştır.

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada 1 Ağustos- 28 Kasım 2024 tarihleri arasında X'te belirlenen #yobaz, #gerici, #medeniyetdüşmanı anahtar kelimeleriyle İslamofobi içeren gönderiler betimsel içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir

5. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde veri toplama yöntemleri ile elde edilen bilgilerin analizi sonucu elde edilen bulgulardan bahsedilmektedir. X üzerinden üretilen nefret söylemlerinin İslamofobi içermesi ölçüt alınmıştır.

Çalışmada Runnymede Trust'un ortaya attığı kategoriler üzerinden inceleme yapılmıştır. Bunlar: Dışlanma, Ayrımcılığa Tabi Tutulma, Şiddet ve Ön yargı' dır.

Bulgular bölümünde 42 gönderi, araştırmanın amacı için hazırlanan inanç ve mezhep temelli nefret söylemi kategorilerine göre sınıflandırılmıştır. Sonrasında her bir kategoriden 3 gönderi, analiz edilmek için seçilmiştir. Gönderinin nefret söylemi kategorilerine göre dağılımı Tablo 5.1'deki gibidir:

Tablo 5.1. Gönderilerin Kategorilere Göre Dağılımı

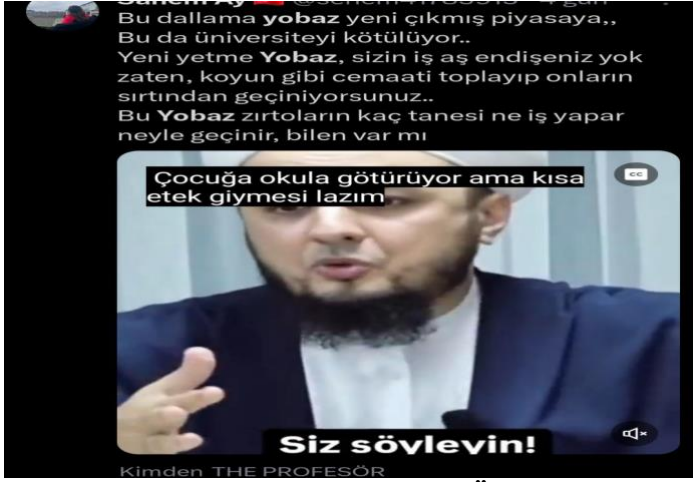
Kategoriler	Gönderi	Yüzde
Dışlanma (Siyasetten-	-	-

Yetkiden Uzak Tutma)		
Ayrımcılığa Tabi Tutulma (Çalışma Ortamında, Sağlık Hizmetlerinde Ayrımcılık)	-	
Şiddet (Fiziksel Saldırı, Hakaret, Sözlü Tacizler)	20	
Ön Yargı (Medyada, Günlük Hayatta Ön Yargıyla Yaklaşmak)	22	

Tablo 5.1.'e göre seçilen 42 gönderinin 20'sinde Şiddet (Fiziksel Saldırı, Hakaret, Sözlü Tacizler), 22'sinde Ön yargı (Medyada, Günlük Hayatta Ön Yargıyla Yaklaşmak) amacıyla kullanma tespit edilirken, Ayrımcılığa Tabi Tutulma (Çalışma Ortamında ve Sağlık Hizmetlerinde Ayrımcılık) ve Dışlanma (Siyasetten-Yetkiden Uzak Tutma) kategorileriyle ilişkili zaman sınırlaması sebebiyle gönderi bulunamamıştır. Çalışmanın devamında kategorilerin her birinden 3 örnek seçilerek analiz yapılmıştır.

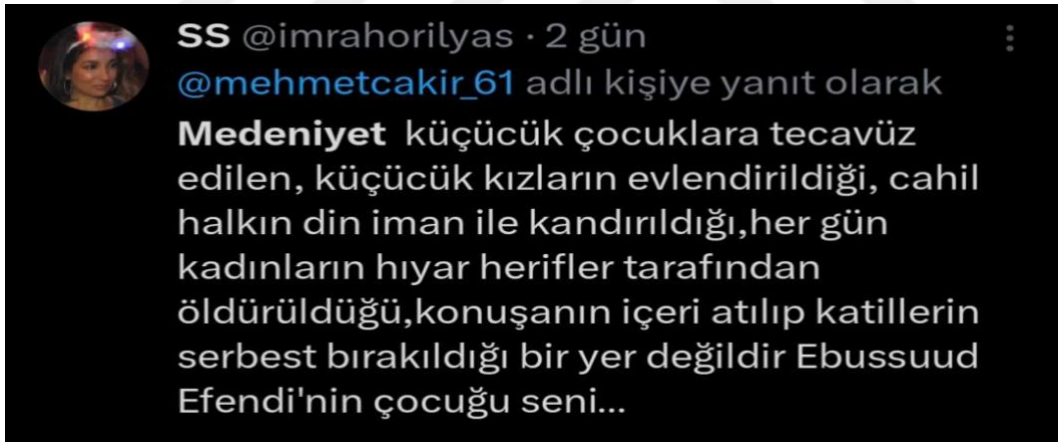
5.2. Şiddet (Fiziksel Saldırı, Hakaret. Sözlü Tacizler) Gönderi Örnekleri

Çalışmanın bu kısmında Şiddet (Fiziksel Saldırı, Hakaret, Sözlü Tacizler) kategorisinden seçilen gönderiler analiz edilmiştir.



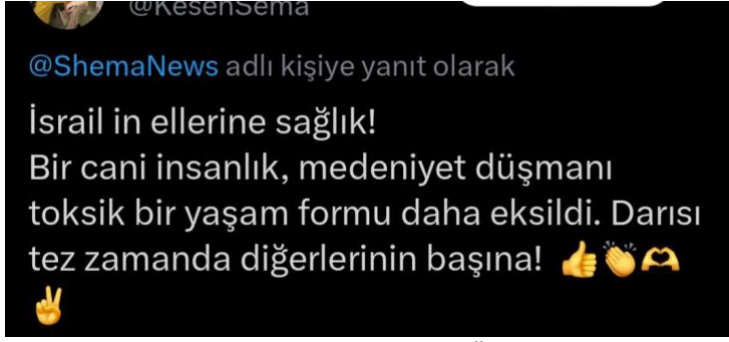
Görsel 5.2.1. Şiddet Gönderi Örneği

Görsel 5.2.'de kullanıcı dini görevliye hakaret içeren sözlerden oluşan bir gönderi paylaşmıştır. Video içeriğini bilmeyen ya da izlemek için vakti olmayan biri bu gönderiyi gördüğünde ve yazıyı okuduğunda hem dini açıdan hem de dini görevlerde bulunan kişilere karşı nefret duyguları ve düşmanca hisler beslemeye başlamakta, yorumlarda bulunarak Hakaret zincirinin bir parçası haline gelmektedir.



Görsel 5.2.2. Şiddet Gönderi Örneği

Görsel 5.2.2.'de kullanıcı İslamiyet'e inanan insanların vahşi ve insan dışı olduklarından bahsetmektedir. İslam'ın medeniyet düşmanı bir din olduğundan İslam'a inanan insanların da medeniyet dışı davranışlar sergilediğinden, dine bağlı insanların cahil olduğundan söz etmektedir. Burada insanlık dışı davranışlar ve yüz kızartıcı suçlar sadece okumamış dine bağlı kişiler tarafından işleniyormuş imajı yaratılmak istenmiştir.



Görsel 5.2.3. Şiddet Gönderi Örneği

Görsel 5.2.3.'te kullanıcı İsrail'in Gazze'ye yönelik saldırılarını öven Gazze'yi ve Müslümanları hedef gösteren bir paylaşımda bulunmuştur. İslamiyet'i ve İslam'a inanan insanları canı, medeniyet düşmanı olarak etiketlemiştir. Ve başlarına gelen bu elim olayı hakketiklerini ifade edip devamını dilerken nefret söylemi üretmiştir.

5.3. Ön Yargı (Medyada, Günlük Hayatta Ön Yargıyla Yaklaşmak) Gönderi Örnekleri

Çalışmanın devamında Ön Yargı(Medyada, Günlük Hayatta Ön Yargıyla Yaklaşmak) kategorisinden seçilen gönderiler analiz edilmiştir.



Görsel 5.3.1. Ön Yargı Gönderi Örneği

Görsel 5.3.1.'de kullanıcı sarıklı bir adamın kadınlara yönelik söylemlerinden bahsetmektedir. Bir kişinin yaptığı bir davranışı genele çekerek ön yargılı bir tutum sergilemektedir. Videoya bakarak, yazınsal içeriği okuyarak binlerce insan etki altına girebilmektedir. Ve Medyada ön yargılı tutumlar geliştirebilmektedir.



Görsel 5.3.2. Ön Yargı Gönderi Örneği

Görsel 5.3.2.'de kullanıcı türbanlı bir kadının çocuğun oynamasına kızmasından bahsetmektedir. Medeniyet düşmanı, yobaz, ucube, örümcek beyinli gibi hakaret içeren söylemlerde gönderide yer almaktadır. Türbanlı olduğu için olayın sebebine bile bakmadan medeniyet düşmanı olarak kodlanıp ön yargıyla yaklaşılmıştır.



Görsel 5.3.3. Ön Yargı Gönderi Örneği

Görsel 5.3.3'te kullanıcı din adamlarının yobaz olduğunu beyan etmektedir. Dini yasaların din adamları tarafından belirlendiğini ve din adamlarının bu yasaları kendi çıkarları için kullandıklarını iddia etmektedir. Somut bir delile dayanmayan bu gönderiye bakarak insanlar İslam ve İslamiyet'e karşı ön yargı içeren tutumlara bürünmektedir.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Nefret söylemleri insanları ve toplumu belirli bir gruba ya da insana karşı olguya karşı bazen ön yargılı bazen de saldırgan davranışlar sergilemeye yönlendirmektedir. Bireylerin kimi zaman temel hak ve hürriyetlerinden mahrum bırakılması durumu, nefret söyleminin ciddi sonuçları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada nefret söyleminin dini açıdan toplumdaki etkilerine ışık tutmak, ön yargı, şiddet gibi altta yatan temel nedenleri incelemek amaçlanmıştır. Nefret söylemi, gerçek hayatta da görülebiliyor olsa da genel olarak sosyal medyada daha geniş kitlelere ulaşabilmekte, anında etki gösterebilmektedir.

Nefret söylemi küresel ölçekte ses getiren bir kavram olduğu için Uluslararası kuruluşlar da çeşitli tanımlamalar ve düzenlemelerde bulunmaya başlamıştır. Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Avrupa Konseyi gibi kuruluşlar temelde nefret söyleminden bahsederken ifade özgürlüğü, azınlıklar, ırkçı propagandalar ve ayrımcılıkla ilgili konulara değinmektedir. Nefret söyleminin sınırları oluşturulurken sadece Uluslararası kuruluşlar değil Türkiye’de bazı düzenlemelerde bulunmuştur. Türk Ceza Kanunu’nda yer alan maddelerde nefret, ayrımcılık, düşmanlığa yönlendirme gibi kavramlar üzerinde durularak, nefret söyleminin sınırları belirtilmiştir. Sadece Ulusal ya da Uluslararası kuruluşlar değil sosyal medyada da nefret söylemine karşı farkındalık oluşturmak için çeşitli faaliyetler yürütülmektedir. Her ülke kendi etik değerleri ve kültürel kodları içerisinde nefret söylemiyle mücadele etmektedir. Bunun sosyal medya araçları ve kitle iletişim araçları ile yapmaktadır. Ancak etkili ve yeterli önlemler alınmadığında nefret söylemi, nefret suçuna dönüşmektedir. Nefret söylemine maruz kalan bireyler ise öteki olarak adlandırılmaktadır. Nefret söyleminin bir sonucu olarak dışlanmakta, bazı faaliyetlerden ve haklardan mahrum kalmaktadır. Nefret söylemi bir tek kişi tarafından üretilebileceği gibi bir topluluk tarafından da üretilebilmektedir.

Bu çalışmada Twitter’den elde edilen bulguların, kategorilere dönüştürülmesi sonucunda sosyal medyada en yüksek orana sahip kategorilerin başında önyargı (medyada ve günlük hayatta ön yargı ile yaklaşmak)ve şiddet(fiziksel saldırı, hakaret, sözlü tacizler) gelmektedir. Yapılan analizlerde tweetlerin genel temasının nefret olduğu görülmüştür.

Kendisine herhangi bir zararı olmamasına rağmen bir davranışa sinirlenen birey, sosyal medyada bireysel ya da kavramsal olarak sözlü saldırılarda bulunmaktadır. Sözlü saldırının ileri boyutu ise toplum tarafından başlatılan linç hareketi olmakta, nefret söylemi nefret suçuna dönüşmektedir. Kimi zaman ön yargıyla kimi zaman fiziksel ve sözlü saldırılarla bireyler kabul etmedikleri değerleri uygulayan insanlara karşı nefret duygusu içeren tavır ve davranışlarda bulunmaktadır.

Nefret söyleminde bireyler sosyal medyanın anonimliğinden, herkese açık olmasından, hızından faydalanarak nefret ve ayrımcılık içeren mesajları kolaylıkla dolaşıma sokabilmektedir. Genel olarak bakıldığında bir kişinin yaptığı yanlış bir davranış bir topluluğun geneline yüklenmektedir. Genellemeler ve nefret duygusu bireylerde bilinçaltında etkisi uzun süren, nefret suçuna varacak boyutta tehlikelere yol açmaktadır.

İlgili literatüre bakıldığında genel olarak İslamofobi ile ilgili ele alınan tezlerde İslamofobinin Uluslararası boyuttaki etkileri üzerinde durulmaktadır. Karen Armstrong, 18. yüzyıla kadar İslam hakkındaki Batı literatürünün çoğunun İslam'ı şiddeti ve barbarlığı teşvik eden bir din olarak betimlediğinden bahsetmektedir (Armstrong, 1991: Tonga, 2023: 263). Yine Araplar ve Müslümanlık ilişkilendirilerek hem de ırka hem de dine karşı nefret söylemi geliştirilmektedir. Oysa ki ABD'de yaşayan Arapların çoğu Müslüman değil Hristiyandır. 2001 yılında yapılan Zagby'nin yaptığı araştırma sonuçlarına göre ABD'deki Arapların %77'si Müslüman değildir; sadece %23'ü Müslümandır. Geriye kalan %42'si Katolik, %23'ü Ortodoks ve %12'si ise Protestan'dır. Yine dünyada yaşayan Müslümanların da yaklaşık %12'si Arap'tır (Rachel, 2005:9; Övet, 2016:124). Sajid (2005)'den aktaran Balcı ve Karadeniz (2021)'e göre geçmişten günümüze İslamofobinin aktarılmasında ve etkisini giderek artırmasında bir dizi faktörler büyük oranda etkili olmaktadır. Bunlardan ilki sığınmacıların sığınma talebi ve sığınmacıların çoğunun Müslüman olması yer almaktadır. Mültecilerin düşman olarak görülmesi, şeytan olarak kodlanması saldırıları ortaya çıkarmıştır.

İkinci faktör, başta sol- medya olmak üzere medyada ifade edilen dine yönelik belirsiz, şüpheli ve laik yaklaşım olmaktadır, bu bakış tüm dinlere aynı şekilde olsa da Müslümanlar en fazla zarar gören topluluklardan biri olmaktadır. Üçüncü bağlamsal faktör ise Birleşik Krallık ve Avrupa ülkelerinin çeşitli olaylara yönelik uyguladığı dış politikası olmuştur Birleşik Krallık “Müslüman” ve “terörist” terimlerini eş anlamlı olarak kabul etmektedir. Bu da Batıda yaşanan İslamofobik nefret suçlarının sebebi olarak gösterilmek istenmektedir. Bu çalışmada cevap aranan sorular ise şunlardır: Nefret söylemi oluşmasında X'in etkisi var mıdır? , X'te inanç ve mezhep temelli nefret söylemi nasıl üretilmektedir?, Nefret söyleminin üretiminde sosyal medya araçlarının etkisi nasıl olmaktadır? Bu sorular araştırma sonucunda cevaplanmıştır. Nefret söylemi oluşmasında X'inde etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. X'te inanç ve mezhep temelli nefret söylemi genellemeler yapılarak ve belirli olumsuz etiketler # hashtagler oluşturularak gerçekleştirilmektedir.

Nefret söyleminin oluşumunda sosyal medya araçları büyük rol oynamaktadır. Bir gönderi saatler içinde milyonlarca kişiye ulaşmaktadır. Dolaşıma sokulan gönderi olumlu ya da olumsuz feedbacklere neden olmaktadır. Nefret söylemlerinin etkisi her zaman negatif yönde olmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, dini Arapların kültürleriyle bağdaştırarak ya da bireysel veya ahlaki olmayan bir davranışta bir suçla ilişkilendirilerek belirli ön yargılar oluşturulmaktadır.

Bu ön yargılarla zamanla yerini şiddete bırakmaktadır. İlk başlarda sözlü ve yazılı şiddet olarak görülen nefret söylemleri önüne geçilemediğinde ise yerini nefret suçlarına bırakmaktadır. Sonuç olarak nefret söylemleri ayrımcılığı, öfkeyi ve ön yargıları beslemektedir. Sosyal medyada ortaya atılan bir tweet kartopu misali giderek büyüyerek geniş bir alanda nefret söylemlerinin yaygınlaşmasına ve artmasına neden olmaktadır. Yine yaşanan coğrafya, giyim kuşam, fiziksel özellikler gibi çeşitli kriterlerle insanların belirli bir konuda ön yargıyla yaklaşması nefret söyleminin oluşmasını sağlamaktadır. Bunun önüne geçilebilmesi için yanlış bilgi içeren paylaşımların dolaşımdan çıkarılması, bireyleri ve toplumu yanlış bilgilendiren, nefret kültürü oluşturmak isteyen bireylerin belirli yaptırımlara tabi

olması gerekmektedir. Bu çalışmada betimsel içerik analizi tekniği tercih edilmiştir. Araştırma nefret söyleminin nicel boyutlarını ortaya çıkarırken “nasıl” sorusunun cevabını almak için nitel bir araştırma yapılabilir. Araştırmanın nitel boyutunu ortaya çıkarmak için ise göstergebilimsel içerik analizi tekniği kullanılabilir. Araştırmanın belirli aralıklarla farklı değişkenlerle tekrarlanması, araştırma sonuçlarının genelleme gücünü artırmaktadır. Nefret söyleminin üretiminde sosyal medya araçlarının etkisi büyük olduğu için tüm insanların anlama yetilerinin olduğu yaşlardan itibaren medya okur yazarlığı üzerine eğitim alması, sosyal medya kullanımında daha bilinçli olunmasını sağlayabilir.



KAYNAKLAR

(Bu tez çalışmasında APA 6/İSNAD 2 atıf sistemi kullanılmıştır.)

Acun, R. (2000). İnternet ve Telif Hakları, Bilgi Dünyası, 1(1): 5-25.

Akçay, T., Ersoy, M., Erol, O., Dönmez, İ., F., Gürüç, S., Odabaşı, F., H., Mısırlı, Ö., Şom, S., Tımar, Ş., T. (2012). Eğitim İçin Yeni Bir Ortam Twitter, Anadolu Journal of Educational Sciences International, (1): 89-103

Akdağmadeni, M., Akgül, M. (2017). Türkiye’de Yeni Medya Eğitimi Üzerine Niceliksel Bir Betimleme, Erciyes İletişim Dergisi, 5(1): 210-220.

Akgül, M. (2020). Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük’te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 51: 58-78

Akgün, Ö. E., Büyüköztürk, Ş., Demirel F, Çakmak, K., E., Karadeniz, Ş. (2012). Örneklem Yöntemleri, s. 1-49.

Akner, N., Mencet, M. S. (2016). Türkiye’de İslamofobi: Mizah Dergileri’nde İslam’ın Temsili, Akademik İncelemeler Dergisi, 11(2).

Akkök, C., İ. (2022). Sosyal Medya Bağımlılığı İle Sosyal Medya Haberlerine Güven Arasındaki İlişki Cinsiyetin Düzenleyici Rolü, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

Aktan, E. (2018). Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim, 11(2): 35-53.

Aktaş, M. (2014). Avrupa’da Yükselen İslamofobi ve Medeniyetler Çatışması Tezi, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 13(1): 31-54.

Akova, S., Kantar, G. (2020). Kültürlerarası İletişim Bağlamında Nefret Söylemi ve Christchurch Kenti Cami Saldırıları Örneklemi Üzerinden Bir Söylem Analizi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 20(1): 245- 260.

Akyurt, H., Ültay, E., Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi, IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (10), s. 188-201.

Alikılıç, A., Ö., Onat, F. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi, Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 3(9): 1111-1143.

Alikılıç, Ö., Onat, F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar, Journal of Yaşar University, 8(2): 899-927

Altunay, A. (2012). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Görüntü Yüzeyi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (27): 34-44.

Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya, Selçuk İletişim, 9(1): 410-428

Altunay, C., M. (2010). Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi: 31-56.

Alp, H. (2016). Çingenelere Yönelik Nefret Söyleminin Ekşi Sözlük’te Yeniden Üretilmesi, İlef Dergisi, 3(2): 143-172.

Arık, E. (2013). Sıradan İnsanın Yükselişi, Sosyal Medya Şöhretleri, İletişim ve Diplomasi: 97-112.

Arslan, G., Ebrin, E. (2021). Yeni Medya ve Siyasal İletişim, Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi, 6(1), 1-8.

Arslan, H., Topal, A., Gürel D., G. (2020). Türkiye’de Geleneksel Medya ve Yeni Medyada Kadın Kimliği Üzerinden Üretilen Haberlere Eleştirel Bakış, Dördüncü Kuvvet, Uluslararası Hakemli Dergi, 3(1), 21-38.

Aslan, S., Kayacı, M., Ünal, R., R. (2016). İslamofobi ve Batı Dünyasındaki Yansımaları, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, 8(16): 451-463.

Ataman, K., Er, T. (2008). İslamofobi ve Avrupa’da Birlikte Yaşama Tecrübesi Üzerine, Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 17(2): 747- 770

Ataizi, M., Seven, S. N. (2017). Yeni Medya Ortam ve Araçlarının Bireylerin Yeni Yerler Öğrenmeleri ve Deneyimlemelerine Katkıları Üzerine Öneriler, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 25(1): 51-64.

Aydın, Z., Yardım, M. (2008). Belçika’da İslamofobi ve Müslümanlara Yönelik Ayrımcılık, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 12(1): 7-32.

Aydın, A., Eren, V. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16(Özel Sayı 1): 197-205.

Aydoğan, F.& Kırık, A., M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (18): 58-69.

Ayman, Y., Bayraktutan, G., Binark, M., F , Birsen, N., İspir, B., Öztürk, C., Yılmaz, A. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya, Anadolu Üniversitesi 1. Baskı, 2-170.

Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi, AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 2(5): 7-17.

Ay, U., Torlak, Ö. (2014). Facebook'ta Bulunma Amacı ve Facebook Reklamlarına Duyulan İlgi Arasındaki İlişki, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(4):83-94.

Aziz, A. (2016). İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, 2016, İstanbul.

Babacan,M.,E., Haşlak, İ.&Hira,İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı, Akademik İncelemeler Dergisi. 34: 255-278.

Babacan, M., E. (2015). Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni İnsanın Karakter Analizi, Folklor/ Edebiyat, 21(83), 295-307.

Bağ, M. S., Nazlı, S., R. (2020). Yeni Medya ve Sağlık İlişkisi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 5(9): 82-95.

Balcı, Ş. ve Karadeniz, B. (2021). Nefret Söylemi Pratiği Olarak İslamofobi: Fransa'da Yükselen İslamofobik Söylemlerin Türk Yazılı Basınında Yansıtılma Biçimleri, Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD), 4(1):s.5-31.

Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm, 15. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri, s.: 775-784.

Baş, M., Keskin, S.(2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(3): 51-69.

Bayraklı, E., Yerlikaya, T. (2017). Müslüman Toplumlarda İslamofobi: Türkiye Örneği, Ombudsman Akademik, 4(7): 51-70.

Bostancı , M. (2010). Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Bozkurt, M. (2021). Fantazmagorik Bir Mekân Olarak Twitter ve Simülatik Flâneurlar, FSM İlmi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, 17: 456-480.

Budak, H. (2018). Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 7(1): 146-170.

Burgess, J., Burns, A., Mahrt, M., Weller, K.. (2016). Twitter ve Toplum, Epsilon Yayıncılık.

Büyüksener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış, 14. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri: 19-23.

Chen, Y. (2013) Research on Social Media Network amd National Security. In Du, W. (Eds.) Informatics and Management Science 2. Lecture Notes in Electricial Engineering, vd 205. Lond: Springer, 593-599.

Çalman, İ. (2022) Yeni Medya Platformlarında LGBT+ Temelli Nefret Söylemi Analizi: Ekşi Sözlük Örneği, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Çambay, O., S., (2015) Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2): 238- 247.

Çambay, O.,S., (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 5(2): 238 -247.

Çakmak, V.&Baş,Ü. (2017). Benlik Sunum Aracı Olarak Instagram Kullanımı: Öğrenciler Üzerine Nitel Bir Araştırma, Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 17:96-118.

Çakır, H., Topçu, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet, Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, 19: 71-96.

Çalık, D., Çınar, P. Ö. (2009). Geçmişten Günümüze Bilgi Yaklaşımları Bilgi Toplumu ve İnternet , Bilgi Üniversitesi 14. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirilerin, 12(13): 77-88.

Çelebi, P. (2009). Türkiye’de İnternet Ortamında Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu: Bloglar, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla ilişkiler Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 1-143. <https://scholar.google.com>

Çetintaş, B., H. (2014). Bir Kurumsal İletişim Stratejisi Olarak Kurumsal Bloglar, Selçuk İletişim, 8(3): 92-121.

Çizmeci, E. (2015) Yeni Medya ve Serbest Zaman, İletişim Çalışmaları İçinde, 81-99, edt. Filiz Aydoğan, İstanbul: Derin Yayınları.

Çıkık, Y. Gülaçtı, F., Özen, Y. (2004). Eğitim Bilimleri ve İnternet, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları: 52-56.

Çınar, M. (2013). Habercilik ve Nefret Söylemi, Medya ve Nefret Söylemi Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar (Editör: Mahmut Çınar), Hrant Dink Vakfı Yayınları: 137-153.

Çuhadar, M., Gölcü, A. (2018). Batı Toplumlarında İslamofobi'nin Üretilmesinde Medyanın Rolü, Ombudsman Akademik, 4(7): 71-99.

Crowley, P. (2006). CD and DVD Forensics.

Dalkılıç, M., M., Yardım, M. (2018). Nefret Söylemi ve İfade Özgürlüğü Tartışmaları Çerçevesinde İslamofoby: L'Express Dergisi Örneği, Medyada, 1(1): 89-109.

Demir, A. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Demircan, B. (2006). İnternet ve Kamusal Alan: Kamusal Tartışma Zemini Olarak Çevrimiçi Forumlar, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla ilişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 1-123. <https://scholar.google.com>

Dilmen, N., E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri, Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, Marmara İletişim Dergisi, Şubat (12): 113- 122.

Doğan, E. (2015). Televizyon Haberlerinde Nefret Söylemi: Suriyeli Sığınmacılar Örnek Olayı, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Doğan, V., Tosun, İ., N. (2016). Lise Öğrencilerinde Problemli Akıllı Telefon Kullanımının Sosyal Kaygı ve Sosyal Ağların Kullanımına Aracılık Etkisi, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(22): 100-128.

Dondurucu B. Z., Uluçay P.A. (2015) Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemleri İçeren Videoların İncelenmesi, International Journal of Social Sciences and Education Research, 1(3) s:876-902.

Dondurucu, B., Z. (2017). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: İslam Karşıtlığı Bağlamında Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi, 8(30): 155-187.

Dondurucu, B. Z. (2018). Yeni Medyada Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi: İnci Sözlük Örneği, e- GİFDER, 6(2): 1377-1405.

Dumlu, K., Ş. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Annelerin ve Çocukların Yeni Medya Araçlarını Kullanımı Ve İletişim Düzeylerine Etkisi, İstanbul Arel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 1-159. <https://tez.yok.gov.tr>.

Elitaş, T, Keskin, S. (2014), Sanal Aidiyet Bağlamında Zihinsel Diaspora: Facebook Örneği, Atatürk İletişim Dergisi 7: 161-187.

Epstein, Robert, Christina Tygai and Hongyuwang 2023, “ What Would Happen if Twitter Sent Consoquential Mescapes to only Strategically Important Subset of Users? A Quantification of The Targeted Messagins Effect (TME). “ Plos One 18(7): e0284495.

Erdoğan, D. (2018). Yerel Medyada Nefret Söylemi: Suriyeli Sığınmacıların Kilis Yerel Basınında Temsili, Ankara Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Ergin, Y., İ. (2015). İfade Özgürlüğü ve Nefret Söylemi, Melikgazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Esen, R.& Yengin, D. (2021). Yeni Medya Bağımlılığında Photolurking Sonucu Ortaya Çıkan Dijital Şiddet Üzerine Bir İnceleme, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(2): 156-171.

Evren, B., F.(2022). Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Türkiye’deki Futbol Kültürü, Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(1): 2-22.

Gelberi, B. (2021). Yeni Bir Benlik Sunum Aracı Olarak Twitter: Türkiye’de Çalışan Gazetecilerin Twitter Profil Bilgileri Üzerine Bir İnceleme, Akdeniz İletişim Fakültesi Dergisi, 36: 144-158.

Gelebek, E. (2020). Gündelik Kültür Oluşturmada Yeni Medya Araçlarının Rolü: Youtube Örneği, Maltepe Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, 1-116. <https://tez.yok.gov.tr>.

Gelecek, E. (2020). Gündelik Kültür Oluşturmada Yeni Medyanın Rolü: Youtube Örneği, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi. <https://tez.yok.gov.tr>.

Geray, Haluk (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya.

Göker, G.(2015). İletişimin MCDONALD’S LAŞMASI: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme, Turkish Studies, 10(2): 389-410.

Göker, G. (2017). Dijital Heterotopyalar: “Başka “ Bir Bağlamda Yeni Medya, Selçuk İletişim, 9(4): 164-188.

Gündemin, Y. (2012). Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi, İstanbul, Derin Yayınları.

Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., M., O. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı, 15. Türkiye’de İnternet Konferansı, 2(4): 128.

Günay,Z.,N., Avrupa'daki İslamofobi Söylemler Üzerinden Nasıl İnşa Ediliyor?, Gazi Üniversitesi, Uluslararası İlişkilerde Söylem Analizi, 1-28. www.academia.edu.

Günlü, A. (2016). Ergenlerde İnternet ve Problemli İnternet Kullanım Davranışının İncelenmesi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi: 1-105.

Işıklı, Ş., Karaman H., (2016) Twitter'daki Dini ve Etnik Temelli Nefret Söylemlerinin Analizi, Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 7(25), s:138-151.

İç, C. (2017) . Video İçerik Üretimi Sağlayan Sosyal Ağ Sitelerinde Video Üretimi: Youtube Türkiye'de Video Üretimi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans tezi.

İnceoğlu, Y. ve Sözeri, C. (2012) “ Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: Ya Sev Ya Terket Ya Da”, Yasemin İnceoğlu (Ed.), Nefret Söylemi ve Nefret Suçları İçinde, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kalleci, N. D. (2021). İletişimde Yeni Medya Araçlarının Sanatsal Algılamaya Etkisi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kara, Tomris, (2023). “ Twitter'ın Tarihi: Bir Sosyal Medyanın Doğuşu ve Gelişimi”.

Karabulut, B. (2022). İslamofobi, Zenofobi ve Irkçılığın İnsan Hakları Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analizi.

Karaca, P. (2019). Sosyal Medya ve Demokratik Katılım İlişkisi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasında Sosyal Medya Kullanımı, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi..

Karaçay, E. (2018). Yeni Medya Ortamında Kadına Yönelik Haberlerde Nefret Söylemi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Karaçor, S. (2009). Halkla İlişkilerde İletişim Aracı Olarak Bloglar, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2(2): 87-99.

Karadeniz, S. (2012). Nefret Söylemi Kapsamında Halkı Kin ve Düşmanlığa Tahrik Suçu, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Karaman, H., Işıklı, Ş. (2016). Twitter'daki Dini ve Etnik Temelli Nefret Söylemlerinin Analizi, AJIT-e 7 (25): 138-150.

Kara,T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi, Beta Yayınları, İstanbul, 1. Baskı, 11-204.

Karslı, N. (2013) . İslamofobinin Psikolojik İncelenmesi, Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi 13(1): 75-100.

Kırık, M., A. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu, GİFDER, 5(1): 231-261.

Kirman, A., M. (2010). İslamofobinin Kökenleri: Batılı mı Doğulu mu?, Journal of Islamic Research, 21(1): 21-39.

Konuk,N.(2019). Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri İle Araştırma, EUJMR 3(4): 1-26.

Köse , H.(2008). İnternette “Açık” ve Demokratik Yayıncılık: “Sanal Ortam Günlükleri” ve Wikiler, Marmara İletişim Dergisi, 13(13): 83-93.

Kuş, Ş. (2929). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Anayasa Mahkemesi Kararlarında Nefret Söylemi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kuzu, A. (2011). İnternet ve Aile, Anadolu Üniversitesi, Aile ve Toplum: Eğitim- Kültür ve Araştırma Dergisi: 9-31.

Manovich, L., The Language of New Media, MIT Press: Cambridge, Mass,(2001).

Mart, A., Ö., Özerbaş, A. M. (2017). İngilizce Öğretmen Adaylarının Web 2.0 Kullanımına İlişkin Görüş ve Kullanım Düzeyleri, KEFAD, 18(3): 1152-1167.

Monaco,J.(1999). The Dictionary of New Media, New York SagHarbor Harbor Electronic Publishing.

Muşkara, Ü. (2018). Yeni Medyanın Kültürel Miras Konulu Uygulamaları, ERDEM, (73): 89-110.

Mutlu,T. (2021). Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişilik İlişkisi: Sosyal Medya Üzerinde Bir Uygulama, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Mutlu, Y. (2019). Sosyal Medya Kimlik ve Mahremiyet: Genç Ergen Grupların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Elazığ Örneğinde İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi.

Nakilcioğlu, H., İ. (2007). İletişimden Bilişime: İnternet Kültüründen Kesitler, Akademik Bilişim, 1(3): 2-9.

Oçan,H. (2016). Post- Modern Özenin Yeni Medya Araçlarındaki Görünüşü ve Bir Örnek Gösterim: Bir Kahramanın Ölümü, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu, 1-135. <https://tez.yok.gov.tr>.

- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı, KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi, (28): 125-167.
- Öksüz, O., Yaşa, H. (2020). Nefret Söyleminin İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği, Erciyes İletişim Dergisi, 7(2): 1383-1408.
- Örsal, T., A. (2019). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Uygulamasında Nefret Söylemi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi .
- Övet , T. (2016). Terörizm, İslamofobi ve Nefret Suçu İlişkisi, Güvenlik Bilimleri Dergisi, 5(1), s. 109-140.
- Özcan, Ş. (2017). İnternet Gazeteciliğinde Nefret Söylemi: EnSonHaber Örneği, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Özdemir, Y. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Akıllı Telefonlar Üzerine Düşünmek, İNET: 2-7.
- Özel, S. (2012). “ Yeni Medya” nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma, AJ8IT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 3(7): 30-45.
- Özkök, Ö. (2019). Sosyal Medyada Sanal Kimlikler: Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi.
- Özlü, E., C. (2015). ABD Yüksek Mahkemesi ve İHAM Kararları Işığında İfade Özgürlüğü ve Nefret Söylemi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Öztekin, H. (2015). Yeni Medya Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(38): 925-936.
- Öztürk, M., F., ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi, Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/ Journal of International Scientific Researches, 3(1), 64-72.
- Öztürk, T. ,A.(2020). Yeni Medyanın Farklı Kullanım Pratikleri Açısından Değerlendirilmesi: Bir Literatür Taraması, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2): 33-50.
- Öztürk E. F. (2021), Salgınla Yayılan Nefret: Twitter’da 65 Yaş Üstü Bireylere Yönelik Nefret Söylemi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yeni Düşünceler Hakemli E- Dergisi, (15) s:143-159.
- Öztürk, E., F. (2022). Çevrimiçi Okur Yorumlarında Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Nefret Söylemi: Altındağ Örneği, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(4): 508-530.
- Özüdoğru, Ş.(2014). Bir Web 2.0 Uygulaması Olarak Bloglar: Blogların Dinamikleri ve Blog Alemi, TOJDAC , 4(1): 36-50.

Puluroğlu,T.(2022) Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Bakış: Sosyal İkilem(Social Dilemma) Netflix Belgesel Filminin Analizi.

Sabahçı, B. (2018). Spor Haberlerinde Nefret ve Ayrımcı Söylemler: www.fotomac.com.tr , www.fanatik.com.tr. Ve www.fotospor.com Haber Sitesi Örneği, Global Media Journal TR Edition, 8(16): 185-203.

Safi, İ. (2019). İslamofobinin Tarihsel Kökenleri ve Nedenleri Üzerine Düşünceler, Turkish Studies, 14(2):733-744.

Samur, H. (2016). Avrupa'daki İslamofobinin "Avrupalıların Sebepleri", Mukaddime, 7(2): 295-319.

Samur, H. (2017). Avrupa'nın Önyargılarının ve Çelişkilerinin Bir Sonucu Olarak İslamofobi, Yönetim Bilimleri Dergisi, 15(29): 147-173.

Sarıaltın, E. (2013). Geleneksel Basılı Medya ve Yeni Medya Araçlarının Üniversite Öğrencilerinin Demokrasi Algıları Etkilerinin Katılımcı Grup Üzerinde Değerlendirilmesi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Sayar, K.M. (2014). Avrupa Birliği Ülkelerinde İslamofobi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 1-113. <https://yok.gov.tr>.

Saymer, İ. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyleri, EJOIR, 2: 97-112.

Seçer, Ş., H.(2017). İnsan Kaynakları Alanına Bloglar Üzerinden Bakmak Nitel Bir İnceleme, Yönetim ve Ekonomi, 24(3): 759-782.

Sekman, E. (2015). Nefret Söyleminin Ortaya Çıkmasında Medyanın Etkisi.

Sert. Y. N., Turhan, B., Ş. (2019). Türkiye'de Romanlara Yöneltilen Nefret Söyleminin Romanlar Tarafından Algılanma Biçimi: Roman Üniversite Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Çalışma, CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 17(3): 536-559.

Sezgin, A., A. (2017). Çevrimiçi Gazetelerin Okur Yorumlarında Nefret Söylemi: Reina Saldırısı Örneği, Online Academic Journal of Information Technology, 8(30), 108-130.

Sönmez, G. (2015) Seçim kampanyalarında Nefret Söylemi: 2014 Yılı Parti Liderlerinin Açık Hava Konuşmaları, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Sönmez, Ş., H. (2019). Dijital Ortamda Yapılan Halkla İlişkilerin Bir Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: 2019 Yılı Türkiye'nin En Değerli 25 Markası Üzerine Bir İnceleme, KİLAD: 185-207.

Şahinkaya, Yalçın, Uluslararası İnsan Hakları Hukukunda Nefret Söylemi ve Karşılaştırmalı Nefret Suçları, Ankara, 2016.

Şahin, Y. (2017). Sosyal Medya Araçlarının Sivil İtaatsizlik Bağlamında Değerlendirilmesi, Sosyal ve Kültürel Araştırmaları Dergisi, 3(5): 171-187.

Şeberoğlu, A., (2020). Yeni Medya ve Etkileşimli Yeni Sinema, Yeni Medya Hakemli E-Dergi (8): 78- 85.

Şimşek, T. (2019). Sosyal Medyada Mahremiyetin İnşası “Instagram Örneği”, Sosyolojik Düşün, 4(1): 10-24. <https://scholar.google.com>.

Tam, S. (2020). Sosyal Medya Kullanımı Motivasyonlarının , Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Üzerine Etkisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Tamer, Ş. (2018). İslamofobi Endüstrisi Kitap Değerlendirmesi, MEDİAD 1(2): 303-305.

Tarcan, B. (2015). Gençlerin Facebook Kullanımları: Almanya ve Türkiye Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erişim: 04 Ocak 2023, <https://scholar.google.com>.

Taş, E. (2017). Yeni Medyada Nefret Söylemi, Yeni Medya Elektronik Dergi 1(1): 60-71.

Taylor, H., I. (2015). Facebook ve Beğenilen Gündüsü, International Journal of Social Sciences and Education Research, IJSER, 1(4): 1217-1227.

Türk, D., G. (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri, 18. Türkiye’de İnternet Konferansı, İNETD: 55-60.

Tonga, H. (2023). Nefret Söylemi Ve İslamofobi: Fransa Basını Örneği, Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2) s. 261-276.

Torun, A. (2015). “ ÖTEKİ “ ile “ BİZ “ İlişkisinde Yeni Medya, Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar: Kuram ve Uygulamalar, Uluslararası Sempozyumu.

Uluç, G., Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (52): 88-102.

Ünal, V., Yoğurtçu, G. (2020). Türkiye’de Sosyal Medya Alanında Yapılan Araştırmaların Eğilimleri, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(34): 353-379.

Vardal, Z. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya, Maltepe Üniversitesi- İletişim Fakültesi Dergisi, 2(1): 132- 156.

Vural,Z., ve Bat,M.(2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yaşar Univeristy, 20(5): 3348-3382.

Yayla, M. H. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği, Selçuk İletişim, 111(1): 40-65.

Yeniceler, İ. (2020). Sosyal Medyada Veri Sömürgeciliğinin Facebook Uygulaması Üzerinden İncelenmesi, TOJDAC, 10(1): 45-57.

Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri Ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri Ve Önemi, Eğitim ve Bilim, 23(112). s. 7-17.

Yıldırım, A.& Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (12, Baskı) Ankara Seçkin Yayıncılık.

Yıldız,E. (2018). Twitter’da ve Çevrimiçi Gazetede Yer Alan Nefret Söylemlerinin Karşılaştırılması: Suriyeli Mülteciler Örneği, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 9(16): 762-793.

Yıldız, S. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Sorunu: Nicel ve Nitel Paradigmalarından Örnekleme Kuramına Bütüncül Bir Bakış, Kesit Akademi Dergisi, 3(11),s. 421-442.

Yurdigül, Y., Zinderen, E., İ. (2012). Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırması). TOJDAC, 2(3): 81-91.

Zinderen, E., A. (2020). Yeni Medyada Kimlik İnşası: Youtuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme, Erciyes İletişim Dergisi, 7(1): 415-434.

Zinderen, E., İ., (2020). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde Youtube: Türkiye Örneği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1): 215-232.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.iienstitü.com>

<https://www.longline.com.tr>

<https://www.5.tbmm.gov.tr>

<https://inhak.adalet.gov.tr>

<https://www.https://www.yargitay.gov.tr>

<https://www.mevzuat.gov.tr>

<https://images.app.goo.gl/iCauARxGsDZxJcF68>

<https://tez.yok.gov.tr>



EKLER

EK 1 Analizde Kullanılan Paylaşımlara Görseller



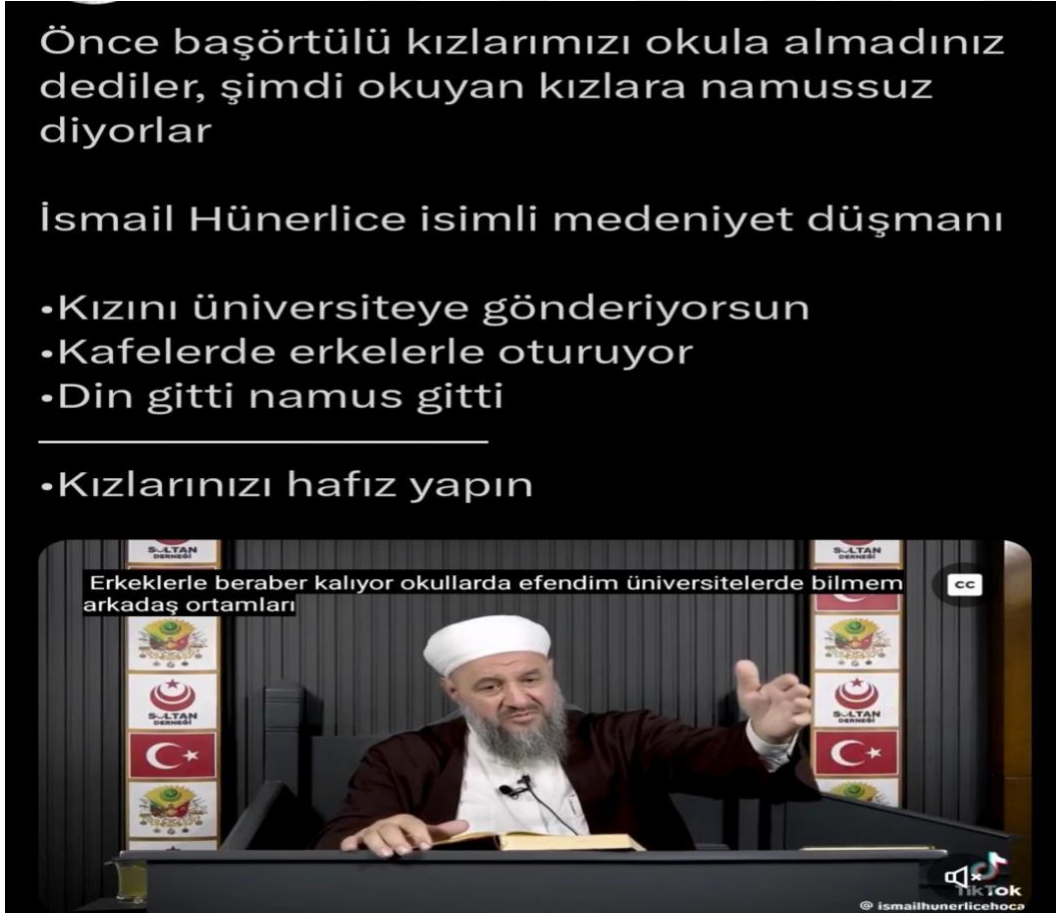
Görsel 1



Görsel 2



Görsel 3



Görsel 4

Bunlar kadar mutluluk ve medeniyet düşmanı insanlar görmedim. Hayır bi de size ne yani, niye engellemeye çalışıyorsunuz herkes sizin gibi olmak zorunda mı?

no context yıldız @nocontext... · 12 Ara 24

CANLI | Ağacın süslenmesini istemeyen İslamcı grup ile öğrenciler karşı karşıya geldi. Polis ve güvenlik ağacın etrafında barikat kurdu. Öğrenciler ağacı uzaktan süslemeye başladılar.



Görsel 5

"Türkiye'nin en büyük problemi din adamlarının etkin olmasıdır. Osmanlının problemi de buydu.

Dindarlar medeniyet düşmanıdır. Çünkü medeniyet ve bilimin olduğu yerde din adamının etkisi azalır.

Solcular Stalin'in Türkiye'yi işgale kalkmasını unutturmak istiyor."

Besim Tibuk

yüzyılda Osmanlı'yı kurtarmıştır, 45'ten sonra da Türkiye Cumhuriyeti'ni kurtarmıştır.



Osmanlı ve Türkiye'nin Batı ile ilişkilerinin önemi Nedir, ilişkiler hangi noktada seyretm... Fatih Sultan Mehmet'in Osmanlı'yı Güçlendiren ve Zayıflatan Hamileri Neydi?

Görsel 6

1960 Yılı Ankara, bu günden 100 yıl ileride; Videoda bir tek, Sarıklı, Cübbeli, Çarşafli, Afgan, Suriyeli, göçmen,yobaz kılıklı insan göremezsiniz.

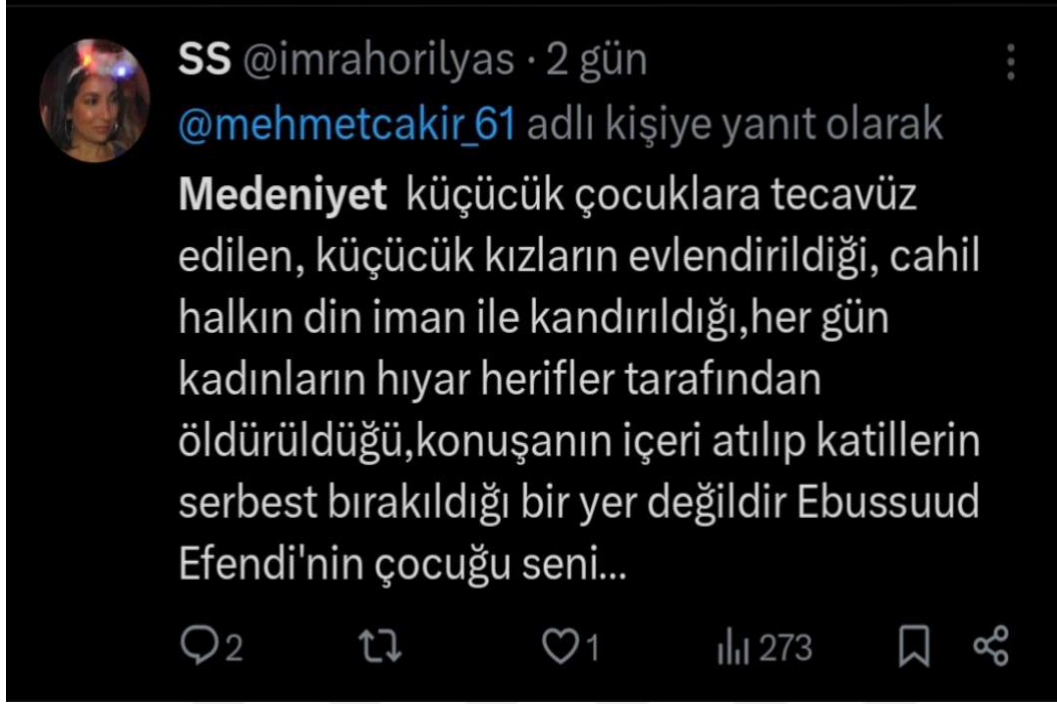


Görsel 7

Yobazın dini yasaları,yobaz için geçerli değildir.



Görsel 8



Görsel 9



Görsel 10

Yobazlarla Holiganlar dövüşürse elbette
holiganlar tarafında oluruz; medeniyet
düşmanı maymunlar...

Görsel 11

İsrail in ellerine sağlık!
Bir cani insanlık, medeniyet düşmanı
toksik bir yaşam formu daha eksildi. Darısı
tez zamanda diğerlerinin başına! 🍌🍌🍌
✌️

02:51 · 18 Eki 24 saatinde · **2.737** Görüntüleme

Görsel 12

yanıt olarak
amacımız hakimiyet sağlamak ve
müslümanlar gibi zalim olmak değil.
amacımız medeniyete katılmak. Atatürkün
hedef gösterdiği gibi. müslümanlar
medeniyet düşmanı. müslümanların
amacı araplığı yaymak ve kendileri de
araplaşmış. arap olmuşlar. biz Türküz.
sizler araplarsınız.

Görsel 13

Son bir yılda radikal İslam kendisinin ne kadar medeniyet ve insanlık düşmanı olduğunu göstererek batılının gözlerini açmasına vesile oldu. Avrupa Birliği'nde Patriot partiler birer birer iktidara geliyor, gelecekle .

Ana tema ; Radikal İslam ,düzensiz göç ve öz ekonomi.

Trump'da böyle kazandı. 🏆

Görsel 14

Alman polisi Müslüman bir kadını itiyor, kendisine "pislik" deyip derdest ediyor ve tekmeliyor.



Görsel 15

Arap hain, kalles medeniyet ve insanlık düşmanı bir topluluktur....

17:52 · 05 Eki 24 saatinde · 103B Görüntüleme

Görsel 16



Görsel 17



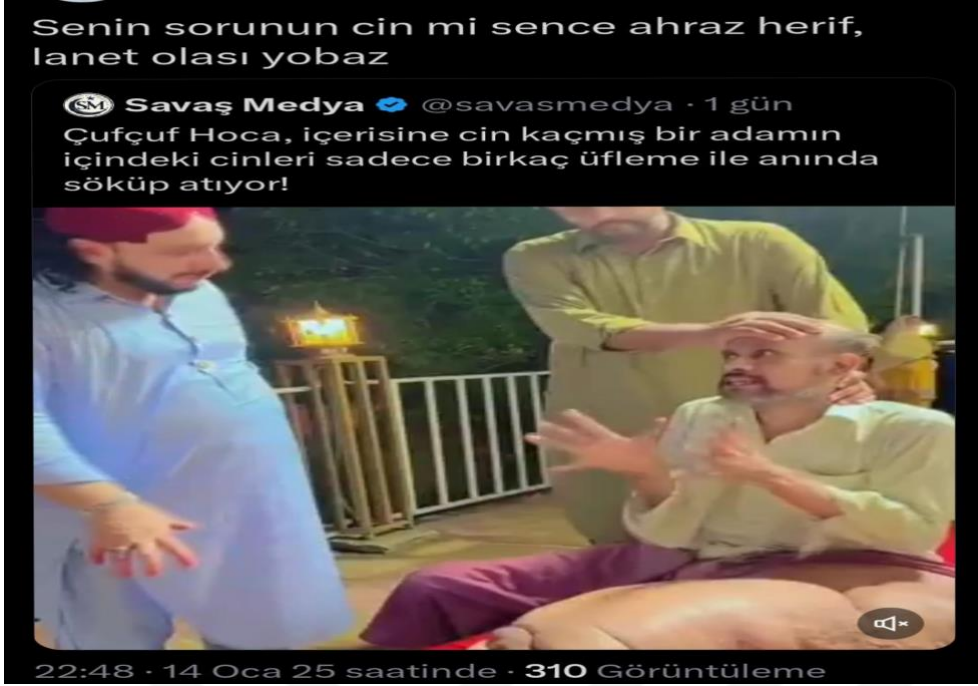
Görsel 18



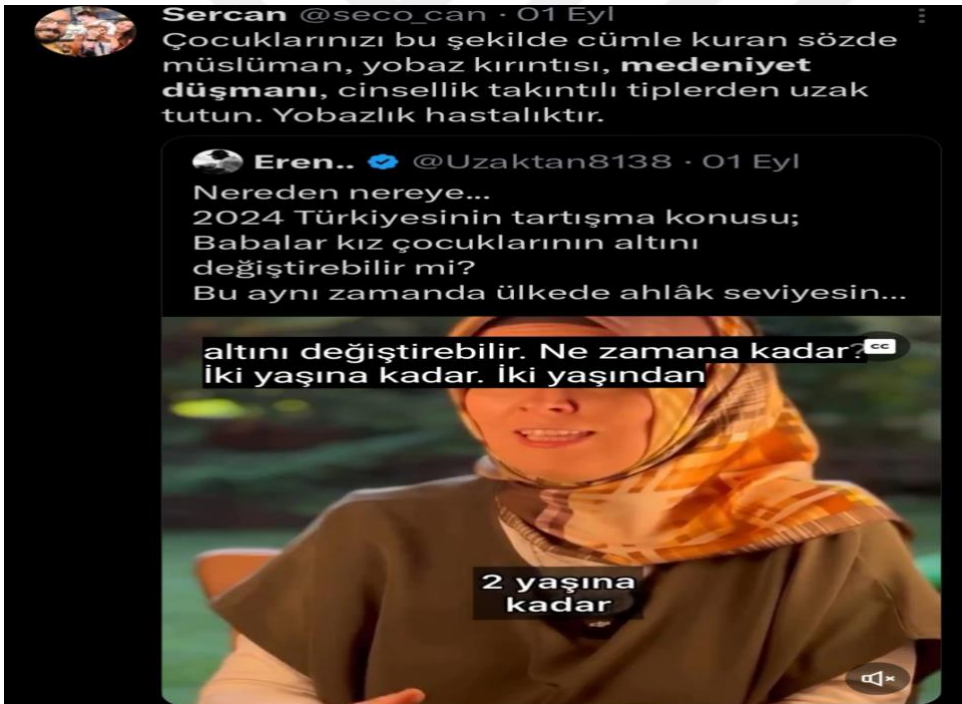
Görsel 19



Görsel 20



Görsel 21



Görsel 22