

SOSYAL MEDYADAKİ NEFRET SÖYLEMLERİ: X PLATFORMUNDA BEŞİKTAŞ SPOR KULÜBÜNE YAPILAN NEFRET SÖYLEMLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
HATE SPEECH ON SOCIAL MEDIA: A SEARCH FOR HATE SPEECH TO THE SPORTS CLUB AT BEŞİKTAŞ ON PLATFORM X

Havva Nur SÖNMEZ

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

ORCID ID: 0009-0001-1986-7996, nurhavasnmz@gmail.com

ÖZET

Özellikle 2000'li yıllardan sonra yaygınlaşmaya başlayan internet, insan hayatını büyük ölçüde etkileyen bir kavram olmuştur. İlk başlarda kullanıcıların sadece izleyici ve pasif olduğu internet son yıllarda kullanıcıların içerik üreticisi olduğu ve istediği her içeriği, paylaşımı ve yorumu yapabildiği bir ortama dönüşmüştür. İnternetin uzantılarından birisi olan sosyal medyayla birlikte kullanıcıların iletişimi, etkileşimi ve örgütlenmesi de hızlanmış oldu. Sosyal medya; kullanıcıların diğer kullanıcılarla mesajlaşabildiği, fotoğraf, video paylaşabildiği, paylaşımlar hakkında düşünce ve tutumlarını paylaştığı ve diğer kullanıcılarla ortak gruplar içinde olabildiği internet araçlarından oluşur. Son 10 yılda internet kullanıcıların sayısının artmasıyla doğru orantılı olarak sosyal medya da gelişmiş oldu ve kullanıcı sayısı da gün geçtikçe artmaya devam etmektedir. Sosyal medya platformlarında kullanıcılar istedikleri her şeyi paylaşma özgürlüğünde oldukları için nefret ve aşağılama söylemleri de sıkça karşımıza çıkmaktadır. Nefret, bir kişinin başka bir kişi veya gruba karşı öfke duygusuyla söylemiş olduğu söylemler veya yapmış olduğu davranışlardır. Sosyal medya platformlarından olan X, eski adıyla Twitter, 2011 yılından beri Türkçe olarak kullanılabilir. Bu çalışmada X platformundaki nefret söylemleri içerik analizi yöntemi ile irdelenerek örnek paylaşımlar incelenecek olup elde edilen sonuçlara yer verilecektir. Bu çalışmanın sonucunda kullanıcıların gerçek hayatta rahat bir şekilde gerçekleştiremediği kin ve nefret söylemini sosyal medyanın olanaklarını kullanarak daha rahat ve hızlı bir şekilde gerçekleştirdiği ve çok fazla kişiye ulaşabildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal medya, Nefret, Paylaşım, X platformu

ABSTRACT

The internet, which has become widespread especially after 2000s, has been a concept that greatly affects human life. At first, the internet, where users are only viewers and passive, has recently turned into an environment where users are content producers and can share and comment on any content they want. With social media, one of the extensions of the Internet, the communication, interaction and organization of users has also accelerated. Social media consists of internet tools where users can exchange messages with other users, share photos, videos, share their thoughts and attitudes about posts and be in common groups with other users. Social media has developed in direct proportion to the increase in the number of internet users in the last 10 years and the number of users continues to increase day by day. Since users are free to share anything they want on social media platforms, hate and insult discourse is also common. Hate is the rhetoric or behavior of one person against another person or group with a feeling of anger. One of the social media platforms, X, formerly Twitter, has been available in Turkish since 2011. In this study, hate speech on Platform X will be examined by content analysis method and sample posts will be examined and the results obtained will be included. As a result of this study, it has been observed that users can carry out hate speech, which they cannot easily do in real life, more easily and quickly by using the possibilities of social media and can reach many people.

Keywords: Internet, Social media, Hate, Sharing, X platform

GİRİŞ

Nefret söylemi, ırk, kültürel yapı, millet, dini inançlar, cinsel tercihler ve bedensel ve ya zihinsel engellilikleri sebebiyle bir insanı ve ya bir grup insanı aşağılamak, korkutmak, hakaret etmek, küfür etmek, sözlü baskıya maruz bırakmak, tahrik etmek veya karşı tarafa yönelik ön yargı oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen söylemleri ifade eden bir kavramdır. Nefret söylemi sözlü gerçekleşebileceği gibi yazılı olarak da gerçekleşebilir (Demirbaş, 2017, s. 2963). Türk Dil Kurumu sözlüğü nefret kelimesini 'Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu olarak' tanımlamaktadır (sozluk.gov.tr). İletişimin çok yüksek seviyelerde yaşandığı günümüzde insan ilişkileri ve iletişimi sınırsız boyutlara gelmiştir. İletişim teknolojilerinin bu kadar gelişmesi dünyadaki tüm sınırları ortadan kaldırmıştır.

Nefret söylemlerinin günümüzde giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Bunun sebebini ise kişilerin sahip olduğu ön yargılar ve insanların zihinlerindeki kalıplaşmış fikirler olarak belirleyebiliriz. Kişilerin kendisi ile benzerlik göstermeyen diğer kişileri ötekileştirme, dışlama ruh hali ile ortaya çıkan ön yargıdan beslenerek öfke, kin ve nefret olarak dışa vurmaktadır. İnternet ve iletişim teknolojilerinin bu kadar gelişmesi bireylere kendi düşünceleri ile hayatları hakkında paylaşımlar yapma imkanı sağlamaktadır. Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak çok hızlı ve aynı zamanda sınırları olmayan bir ortamdır. Sosyal medya, kullanıcıların birbirleriyle, görüş, bilgi, mesaj, fotoğraf, video ve ilgi alanlarına ait paylaşımlar yaparak etkileşim halinde olmaları için imkan sağlayan çevrimiçi uygulamalar ve platformlardan oluşmaktadır. Sosyal medyanın sağladığı iletişim imkanları sivil toplum kuruluşlarının, diğer topluluk ve grupların ulaşmakta zorluk çektikleri hedef kitlelere ulaşmalarını, kolay harekete geçebilmelerini ve mesajlarını kolay ve hızlıca ulaştırabilmelerini olanak sağlamaktadır. Sosyal medyanın uygulamalarından olan sosyal paylaşım uygulamaları, kişisel iletişimleri devam ettirmenin alanı olmaktan ziyade, internetin yeni bir kamusal alanı olma özelliğini de taşımaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015, s. 255). Günümüzde ise sosyal medyanın oldukça gelişmesi ve çok fazla kullanıcıya sahip olması da nefret söylemlerinin bu denli hızlı yayılmasına bir sebep olarak gösterilebilir. Geleneksel medyada

ve kitle iletişim araçlarında genellikle dolaylı yoldan abartma, ima, kinaye gibi dolaylı şekilde yapılan kin ve nefret içerikli söylemleri; kullanıcıların aktif ve rahat bir şekilde içerik üretebildikleri sosyal medya gibi çift yönlü iletişimin olduğu platformlarda hakaret, aşağılama, küfür, dalga geçme gibi doğrudan kavramlarla yer almaya başlamıştır. Bu anlayışın yayılmasına doğrudan paralel olarak Türkiye'de ve dünya genelinde farklı gruplara ve farklı bireylere karşı nefret söylemlerinin sosyal medyanın kolay ve hızlı yayılma özelliğini kullanarak kolay ulaşım olanağının olması, kontrolsüz bir şekilde yayılıma etkili olduğu söylenebilir. Sosyal medya araçlarında kullanıcılara takdim edilen özgürlük ortamı, kişi ve grupların hedef aldığı diğer kişi ya da gruplara karşı nefret içerikli, kin ve nefret söylemlerini ve öfkelerini kontrolsüz bir biçimde çoğaltmasını sağlayarak erişime sundukları bir ortama dönüşmüştür.

Artık yüzbinlerce grup ve topluluk çeşitli nedenlerle bir araya gelerek örgütlenebilmektedirler. Bu örgütlenmeler içerisinde milliyetçi, ırkçı, ayrımcı, cinsiyetçi homofobik nefret söylemi üreten çeşitli örgütlenmeler de bulunmaktadır (Yaşa ve Öksüz, 2020, s. 1385). Gerçek hayatta bir kişinin yüzüne nefret söylemlerinde bulunmak oldukça zor bir süreçtir, oysaki sosyal medyada klavye başında sahte bir hesaptan nefret söylemlerinde bulunmak oldukça kolaydır. Bireyler sosyal medyanın gücünü kullanarak çoğu zaman sahte hesaplardan nefret söylemlerinde bulunmaktadırlar. Sosyal medya kullanıcıları öfke duygusu besledikleri kişi, nesne veya bir gruba yönelik nefret paylaşımlarında ya da bir yorumda bulunabilmektedir. Kullanıcıların sosyal medyada yaptığı bir paylaşım çok kolay, hızlı ve çok fazla kullanıcıya anında ulaşabilmektedir.

Yapılan bu araştırmanın amacı sosyal medya araçlarından birisi olan X platformu ile nefret içerikli paylaşımların ilişkisini incelemektir. Bu doğrultuda nefret söylemlerinin üretildiği ve sıkça kullanılan X platformunda Beşiktaş Spor Kulübü'ne yönelik yapılmış nefret içerikli paylaşımlar araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Bu çalışmada özellikle bir futbol kulübü seçilmiştir çünkü, futbol Türkiye'de ve dünyada spor branşları içerisinde sosyal medyada en fazla etkileşim alan ve paylaşım yapılan branştır. Futbol özellikle Türkiye'de çok fazla taraftara sahip olan bir spor dalıdır. Taraftarlar destekledikleri takımları koşulsuz

şartsız destekler ve savunurlar. Kendi takımlarını desteklerken de bazen diğer takımlara ve takımların taraftarlarına nefret besledikleri görülmektedir. Bu nefrette sosyal medyada açığa çıkmaktadır. Paylaşımlarda nefret kendini küfür, aşağılama, hakaret içerikli cümleler, dalga geçme duygusu ve öfke duygusu şeklinde göstermektedir. Kullanıcılar bazen kendi kişisel hesaplarından bazen ise sahte/anonim hesaplar üzerinden paylaşım yapmaktadırlar. Kullanıcılar nefret içerikli paylaşım yaparken odak noktaları karşı tarafı aşağılama, dalga geçme olmaktadır. Kullanıcılar içlerinde karşı tarafa duyulan ön yargılı söylemleri göstermek için nefret içerikli paylaşımlar yapmayı tercih etmektedirler. Sosyal medya ortamı kullanıcılara çok hızlı bilgi akışı ortamı sağlamaktadır. Sosyal medya platformları sayesinde kullanıcılar tek bir paylaşım ile binlerce insana saniyeler içerisinde ulaşma imkanı bulmaktadırlar. Sosyal medya, kullanıcılar için nefret söylemlerini gerçekleştirebilecekleri ortamlar ve araçlar sunmaktadır. X eski adı ile Twitter bu platformlardan birisidir. X, 2011 yılından beri Türkçe olarak Türkiye’de hizmet veren bir sosyal medya platformudur. X kullanıcıların güncel haberleri ve olayları takip edip yorum yapma ve paylaşım yapma, kendi fikirlerini sunma imkanı sunmaktadır. Kullanıcılar X platformunda kendi düşünce ve eserlerini paylaşabildikleri gibi hedef aldıkları kişi, grup veya bir olaya karşı kin ve nefret paylaşımları da yapabilmektedirler. Kin ve nefret paylaşımları; küfür, öfke, aşağılama, dalga geçme, hakaret unsurları barındıran paylaşımlardan oluşmaktadır.

1. NEFRET SÖYLEMİ

Türk Dil Kurumu sözlüğü nefret kelimesini ‘Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu olarak’ tanımlamaktadır (sozluk.gov.tr). Nefret söylemi, bir grubu ya da kişiyi ırk, cinsel yönelim, ulus, din, siyasi görüş ve sosyal sınıf gibi ayrımlarla aşağılamak veya tehdit etmek şeklinde tanımlanmaktadır (Özsoy ve Yıldız, 2013, s. 47). Nefret, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından 1997 yılında aldığı tavsiye kararında şu şekilde tanımlanır: nefret; Irkçı, yabancı düşmanlığı, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlüğe dayalı diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her tür ifade şeklindedir (Avşar ve Varış, 2022, s. 350-351). Nefret, bir kişiye yönelik olumsuz duyguları, ifade etmektir.

Nefret söylemi tahammülsüzlüğün ve hoşgörüsüzlüğün dışı vurumu olarak yansımaktadır.

Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı’nın (AGİT) tanımlamasına göre nefret suçuna yönelik tanımlaması ise şöyledir: Nefret suçu, mağdur, mülk ya da suçun hedefi bir grupla gerçek ya da edinilmiş bağlantısı, ilgisi, ilişkisi, destekçisi ya da üyesi olduğu için seçilerek, mala ya da kişiye karşı işlenen herhangi bir suçu kapsamaktadır (Vardal, 2015, s. 135)

Aşağıda, bu konularda çalışmalar ve araştırmalar gerçekleştiren Uluslararası Hrant Dink Vakfı’nın kin ve nefret söylemlerine ilişkin Türkiye’deki dil ve kültür farklılıklarını ve etkilerini de dikkate alarak oluşturdukları nefret kategorileri yer almaktadır;

1. Abartma / Çarpıtma
2. Hakaret / Aşağılama / Küfür
3. Düşmanlık / Savaş Söylemi
4. Doğal kimlik ögesini nefret aşağılama amacıyla olarak kullanma / Simgeleştirme (Vardal, 2015, s. 136).

Yukarıdaki kategoriler incelendiğinde tüm kategorilerin temeli negatifik ve olumsuz duygulara dayanmaktadır. Bu kavramlar ışığında nefret, bireylerin diğer bireylere karşı negatifik, olumsuzluk ve öfke içeren kin tutmak niyetiyle, sevgiyi yok sayarak kötülüğü ve olumsuzluğu araması anlamına gelen duygusal bir kelimedir. Nefret tamamen doğal bir duygu ve his belirtisi olduğundan dolayı farklı insanlarda farklı şekillerde kendini gösterdiği görülmektedir. Nefret duygusu genellikle hayal kırıklığı, beklenmedik kitlenme ve kabul etme isteksizliği tarafından tetiklenir; gerçekten bir güçsüzlük duygusuna hapsolarak kendini daha da küçük düşürdüğü ve hissettiği bir senaryolar devamıdır (Irak, 2022, s. 3).

Nefret ve nefret söylemi arasında da fark bulunmaktadır. Nefret; öfke, korku, çoğu zaman tanınmayan, bilinmeyen ancak kendisine benzemediği, kendisinden farklı olduğu için “diğer” olanlara yönelik ortaya çıkan bir ruh hâlidir. Nefret söylemi ise her türlü hoşgörüsüzlükten kaynaklanan ve ön yargılardan beslenen nefreti yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı çıkarıcı ifade şeklindedir (Avşar ve Varış, 2022, s. 351).

Nefret söylemlerinde dikkat edilmesi gereken etken önyargı içeren ve şiddet içeren aksiyonlardır. Nefret

söyleminin hoşgörüsüzlük, aşağılama ve sözlü şiddet içerdiği görülmektedir ve bu duygular nefret suçu işlemenin ilk adımıdır. Nefret söylemi her zaman sadece bir bireyi hedef alınarak yapılmaz bazen bir grubu bazen de bir nesne veya olguyu hedef alınarak yapılmaktadır. Kişiler genelde kendisine benzemeyen kendisinden farklı olan bireylere karşı ötekileştirme duygusuyla nefret söylemi içeren sözcükler kullanmaktadırlar. Nefret içerikli söylemlere bakıldığında genelde öfke duygusunun çok yoğun bir şekilde var olduğu görülmektedir. Nefret piramidi olarak oluşturulmuş piramitte en alt kısımda ön yargılı tutumlar bulunur ikinci olarak ön yargı üçüncü sırada ayrımcılık dördüncü sırada şiddet ve beşinci sırada en sonda en yukarı kısım olan soykırıma kadar ulaşan bir oluşum görülmektedir. Bu oluşumda nefret, kişilerin ön yargılarının oluşmasıyla başlamakta, arkasından nefret söylemi olarak söylenebilecek söz, davranış ve tutumlara yansımakta, daha sonrasında ayrımcılık yapılması ve en son olarak nefret suçu işlemeye kadar ulaşmaktadır (Kurt, 2019, s. 4). Anti Defamation League'nin hazırladığı nefret piramidinde ilk iki adımı ön yargı oluşturmaktadır. Bu sebeple ön yargı önemsiz bir konu değildir. Ön yargı, bir birey ya da bir gruba karşı mesafe koymaya yol açan negatif ve olumsuz düşünceler veya davranışlardır. Bir birey ya da topluluğa karşı karşı ön yargılı olmak veya ön yargı beslemek, o birey ya da topluluğa karşı oluşturulan kalıplaşmış yargılarla veya davranışlarla çok yakından ilişkili olabildiği görülmektedir. Dışlanan bir birey ya da bir grupla oluşturulan ilişkiler kalıplaşmış davranış veya tutumlarla olduğundan, birein ve ya grubun tamamına karşı genellemeler şiddetlendirilir ve zaman içinde özümser.

Yöneldiği kişi ve gruplar açısından bakıldığında nefret söylemi, altı ana başlık altında incelenebilir (Öztek, 2015, s. 927):

Siyasal nefret söylemi: Siyasal bir düşünce veya tutumu ve bu düşünce veya tutumu destekleyen birey veya grupları hedef edinen nefret söylemidir. Bazen bir düşünce tarzının bütününe, bazen yalnızca bir bazen de birkaç siyasi partiyi, bazen ise çok daha küçük grup veya toplulukları hedef almaktadır.

Kadınlara yönelik nefret söylemi: Kökeninde cinsiyetçi söylemlerin kullanılmasıdır. Küçük düşürme ve yeme amaçlı bu söylemlerde kadının konumunun

ötekileştirilmesi ve kadının toplumdaki yerinin arka planda kalmasına yönelik bir ifade oluşturulmaktadır.

Yabancılara ve göçmenlere yönelik nefret söylemi: Yabancılara ve göçmenleri hedef almaktadır. Türkiye'de ve Dünyada ekonomik sebeplerle üretilmiş örneklerine sıklıkla rastlanmaktadır. Üstelik nefret söylemleri ırkçılıktan da çok fazla beslenmektedir. Farklı etnik grupları ve ya yabancılara toplumda endişe, korku ve kaygı esas olarak gösterilmekte ve düşman olarak gösterilmektedir.

Cinsel kimlik temelli nefret söylemi: Heteroseksüel cinsel yönelim dışındaki cinsel yönelimlere sahip kişileri odak haline getiren nefret söylemidir. Genel olarak geyleri, lezbiyenleri, biseksüelleri, travesti ve transseksüelleri odak noktası haline getirerek, bu cinsel yönelimleri sapkın, sapık, tiksindirici olarak adlandırmakta ve toplumdan dışlamaktadır.

İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi: Farklı dinlere ve mezhep ilgilerine yönelik yapılmaktadır. Türkiye'de Müslümanlık haricindeki dinlerin yanı sıra, hâkim konumlandırılmış Sünni mezhebi haricindeki tüm mezheplere, başta Aleviliğe yönelik yapılmaktadır.

Engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemi: Zihinsel veya fiziksel engeli olan ya da bazı hastalıklara sahip bireylere karşı gerçekleştirilen nefret söylemidir. Türkiye'de görülme yoğunluğu gün geçtikçe artmaktadır. Kaynağı, sosyal veya ekonomik olabildiği gibi bunlardan bütünüyle tarafsız sebeplerde olabilmektedir.

Nefret söylemi, kişilerdeki tahammülsüzlüğün ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumudur. Hedef alınan bireylerin yaşantısında son derece kötü sonuçlar doğurmaktadır. Hedef alınan bireyler, aşağılanma, küçük düşürülme, dışlanma gibi duygusal saldırılara maruz kalmaktadırlar. Nefret söyleminin oluşmasında, sözlere dökülmesinde belli bir artış görülmektedir ve burada aşırılaşan önyargılar rol oynamaktadır. Nefret söylemleri genel bir alanda incelendiğinde olumsuz ve negatif bir durum olarak ifade edilmektedir. Bu ifade değişken olabilir, çünkü nefretten etkilenerek nefreti özendirmekte, suistimale, yermeye, hakarete, kuşfür etmeye ve dalga geçmeye dayanan sözler ve biçimlerden oluşan, diğer bir yandan da aşırı önyargılara bağımlı olan bir ifade biçimidir.

Nefret söylemi özellikle ırk ve cinsiyet temelinde; kin, nefret, tahammülsüzlük, karşı taraf duyulan öfke ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumu olarak nitelendirilebilir. Bu tahammülsüzlük ve hoşnutsuzluk adaletsizliklere, başkalarının haklarının gasp edilmesi gibi durumlara neden olabilmektedir (Özsoy ve Yıldız, 2013, s. 48).

Nefret söylemi, her zaman doğrudan anlaşılabilir. İlk bakışta mantıklı veya normal görünebilecek ifadeler nefret söylemini içinde saklayabilir. Nefret söylemi; ırkçılık ve yabancı düşmanlığını körüklediği, kişi veya grupları aşağıladığı, küçük düşürdüğü ve onları tehdit ettiği için insan haysiyet ve şerefine doğrudan bir saldırı olarak görülmelidir. Diğer bir ifade ile nefret söylemi, tek başına bir suç olmaktan ziyade başka suçların da doğmasına sebebiyet veren bir davranıştır. Nefret söylemi doğası gereği kışkırtıcı olduğu için başkalarını da harekete geçirme ve şiddet içeren olumsuz eylemler yaptırabilme potansiyeline sahiptir (Yıldız, 2020, s. 230).

2. SOSYAL MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ

İletişim teknolojilerindeki yeni gelişmelerle birlikte geleneksel medyanın (radyo, televizyon, sinema, basın) yanı sıra yeni medya, dijital medya, İnternet, sosyal medya gibi kavramlar da medya literatüründe kullanılmaya başlanmıştır. Bu yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkışı ise bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle mümkün olmuştur. Bilhassa sosyal medyanın gelişimi için 2000'li yıllardan itibaren Web 2.0'ın kullanılmaya başlaması kırılma noktasıdır (Aydos ve Aydos, 2019, s. 11). Sosyal medya; yeni nesil internet araçlarının (Web 2.0) sunduğu çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşım olanağı sonrası ortaya çıkan yeni internet alt yapısına sahip sosyal medya araçlarına verilen isimdir. Sosyal medya, belli bir kitlenin elinde olan tek taraflı iletişimin olduğu geleneksel medyada içerik üretmeyen, üretilen içeriğe yorum yapamayan ve paylaşım yapamayan pasif izleyicinin yerini üreten, yorumlayan, paylaşabilen aktif izleyici almıştır. Farklı bir söylemle sosyal medya, internete ulaşım sağlayabilen her kullanıcıyı potansiyel bir içerik üreticisine evrilleştiren olguya verilen adıdır.

Geleneksel ve ana akım medyanın tekdüze ve tek yönlü bilgi akışının olduğu içeriği başka bir seçenek olarak sosyal medyanın içerik paylaşım ve geri bildirim imkanlarının daha büyük bir alanda ve hızlı

olması da içerik üreticilerin ve kullanıcıların yeni medya ortamlarını ve sosyal medyayı daha fazla tercih etmelerine neden olmaktadır (Öztekin, 2015, s. 929).

Teknoloji ve sosyal medyanın bu kadar gelişmesiyle birlikte demokratik katılım ve ifade özgürlüğü kavramlarının da oldukça yaygınlaştığı görülmektedir. Bunların olumlu yanları olduğu kadar olumsuz yanlarının da olduğu görülmektedir. Kişiler ifade özgürlüğü adı altında istedikleri her şeyi söyleyip paylaşmaktadırlar, bu durumda bazen başka kişilerin hak ve özgürlüklerini kısıtlamaktadır. Kişilerin her şeyi sınırsızca paylaşabiliyor olması tehdit risk taşımaktadır. İnternet ve sosyal medya bireylerin görüntü, ses, mesaj ve video paylaşmasına izin veren dijital topluluklardır. X (Twitter) gibi açık ve geniş bir yelpazede ulaşılabilir internet teknolojileri ve sosyal medya dünyadaki olaylara tepki olarak içerik üretmek ve yaşanan olaylara karşı tepki vermek için gün geçtikçe daha fazla kullanılmaktadır. İnternet ağları kişilerin görüşlerinin ve fikirlerinin hızlı ve geniş bir kitleye yayılmasını sağlamaktadır. Bu fikirler bazen hayırseverlik, yardım gibi destek mekanizmaları ve başarı hikâyeleri şeklinde kendini gösterirken, bazen de bir kişi, grup veya topluluk hakkında yanlış, aşağılayıcı ve önyargılı duyguları/gerginlikleri doğrulayan düşmanca ifadeler eşliğinde yayınlanabilmektedir. Özellikle sosyal ağların ortaya çıkışıyla beraber, azınlık grupları hedef alan ve nefret söylemi ile ortaya çıkan aşırı anlatıların yayılması kolaylaşmıştır (Taşdelen, 2020, s. 565). Nefret söylemi, internetin bir getirisi olan sosyal medya ile yeni bir basamağa evrilmiştir. Sosyal medyanın kin ve nefret ifadesine en önemli etkenlerinden birisi nefret ifadesinin çok büyük bir hızla yaygınlaşmasına olanak sağlamasıdır. Yeni medya araçlarıyla nefret söyleminin üretilmesi ve yaygınlaştırılması arasında çok güçlü bir etkileşim vardır. Sosyal medyadaki kin ve nefret içerikli paylaşımlar elbette yeni değildir ama geleneksel medyaya göre daha fazla belirginlik kazanmış, daha çok ve hızlı yayılmıştır. Geleneksel medyanın nefret söylemini üretim biçimiyle internet ve sosyal medyadaki nefret söyleminin üretim biçimi arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. İletişim alanında son yıllarda yaşanan gelişmeler internetin yaygınlaşarak hayatımızın bir parçası haline gelmesini kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır (Yaşa ve Öksüz, 2020, s. 1392).

Zaman ve mekân sınırlaması olmadan tek taraflı bilgi akışının çift yönlü bilgi akışına evrildiği sosyal medya

araçları internet ağına bağlı olduğundan kaynaklı üretilen bir mesaja, paylaşılan bir paylaşıma veya yoruma anında tüm dünyadaki kullanıcılar tarafından görülme ihtimali vardır. Günümüzde artık internet ve sosyal medya kullanıcısı olan her birey potansiyel bir şekilde kin ve nefret ifadelerinin üretimine dâhil olabilmektedir, zaman ve mekân kavramlarını yok sayarak sosyal medya platformlarında hızlı ve kolay dağılımına vasıta olabilmektedir. Sosyal medyada kullanıcıların zaman ve mekân algısı olmadan kendi olumlu ve ya olumsuz tutumlarını kolay ve hızlı bir biçimde paylaşabilmeleri yönünden kontrol edilmesi gittikçe zor bir boyuta ulaşmıştır. Bu etmenlere ilave olarak kin ve nefret söyleminin gün geçtikçe daha çok kullanıcı sayısına ulaşmasında sosyal medyanın sağladığı diğer etkenler de sahte, anonim profil ve kesintisiz ulaşılabilirlik olanaklarıdır. Bireylerin anonim olma hali ister istemez nefret içerikli paylaşım yapma isteğini de tetiklemektedir.

Kullanıcıların bu mecralarda tereddüt etmeden yorumlar yapması denetimsizlikten anonim profil kurabilmekten ileri gelmektedir. Böylece nefret söylemleri virüs gibi hızlı bir şekilde yayılmakta ve suç unsuruna doğru dönüşmektedir (Harranoğlu ve Yengin, 2022, s. 233).

Geleneksel medya platformlarından yapılan paylaşımların sahibi çok kolay bir şekilde tespit edilebilmekte ve cezalar caydırıcı biçimde hızlıca uygulanabilmektedir. Bu yönleriyle geleneksel medyanın bu gibi faydaları bulunmaktadır. Lakin internet data tabanlı yeni medya uygulamalarında bir kaç saniye içinde üretilen bir içerik, tüm dünyadaki milyonlarca kullanıcıya erişebildiği halde kontrolünün yapılması epeyce zor bazen de imkansız olabiliyor.

Özellikle radikal gruplar kendi ötekilerini bu mecralarda aşağılamak ve nefret söylemlerini sosyal medyada hızlıca kurdukları çoğunlukla sahte ya da sözde kurumsal profillerinde inşa etmektedirler. Bu yönüyle internet, doğasındaki demokratik avantajının negatif bir yansımasını, global nefret akışının odağı olarak hizmet ederek ortaya koymaktadır (Bilge, 2016, s. 8).

Nefret söylemi, abartma, çarpıtma, ima ya da kinaye şeklinde geleneksel medyada da karşımıza çıkabilmektedir. Fakat sosyal medyada kullanıcıların kendi içeriklerini kendisinin ürettiği, istedikleri

paylaşımları yapıp istedikleri yorumları yaptıkları sosyal medya platformlarında küfür, aşağılama, hakaret, dışlama ve ötekileştirme gibi çok daha açık biçimlerde görülmektedir. Sosyal medyada paylaşılan bir paylaşımın paylaşıldığı andan itibaren yorumlanabilir olması ve çok fazla kişiye çok kısa bir sürede ulaşabiliyor olması nefretin çok hızlı bir şekilde büyümesine yol açmaktadır. Sosyal medyada nefret söyleminin bu denli artması ve rahat bir şekilde yapılmasının başka bir nedeni de kullanıcıların anonim olabilmeleridir. Kullanıcılar bazen kendi profillerinden yapamayacakları bir paylaşımı ya da yorumu sahte bir sosyal medya hesabından yapabilmektedirler. Sahte hesapların olması kişide bir cesaret hissi oluşturur ve özgürce nefret söylemi gerçekleştirme eyleminde bulunmaktadır. Nefret söylemi farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Nefret söylemi, paylaşılan bir görselle, videoyla, başka bir paylaşımın altına yapılan bir yorumla, paylaşılan bir yazıyla hatta nefret söylemi içeren bir paylaşımı beğenerek bile nefret söylemi gerçekleşmektedir.

3. ARAŞTIRMA

Teknolojinin gelişimiyle birlikte sosyal medya uygulamaları da son 10 yılda büyük bir gelişim göstererek iletişimi oldukça fazla etkilediği görülmektedir. Sosyal medyanın şu an da ki kullanıcı sayısına ve sosyal medyada geçirilen süreye bakıldığında iletişim yönünden etkisi göz ardı edilemez. Kullanıcılar sosyal medyayı, kendilerine yakın kişileri takip etmek, fikir ve görüşlerini belirtmek, içerik paylaşmak ve başka paylaşımları beğenmek ve yorum yapmak için kullanmaktadırlar. Kullanıcılar sosyal medyada istedikleri gibi fikirlerini paylaştıkları için istedikleri gibi kin ve nefret içeren paylaşımda yapabilmektedirler. Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlaması olmadığı için kullanıcılar bu konuda rahat olmaktadır. Bu noktadan hareketle bu çalışma kullanıcıların X platformu üzerinde yaptıkları nefret içerikli paylaşımları incelemeye odaklanmaktadır.

3.1. Türkiye'deki X Kullanıcılarının Nefret Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma

Sosyal medya araçlarından olan X eski adıyla Twitter 2006 yılında kurulmuş, 2011 yılında ise uygulama Türkçe olarak kullanılabilir hale getirilmiştir. 2023 yılında ise Twitter'ın adı değişmiş yeni adı X olmuştur.

X platformunda kullanıcılar metin, fotoğraf ve video paylaşabilirler. Kullanıcılar gönderi paylaşabilir, beğenebilir, yeniden paylaşabilir ve diğer kullanıcılara mesaj atabilirler.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada kullanıcıların sosyal medya araçlarından olan X platformunda Beşiktaş futbol kulübü hakkında nefret içerikli paylaşımlar paylaşıp paylaşmadıkları ve nefret içerikli paylaşımları beğenip beğenmediklerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu araştırmada sözlü, yazılı ve diğer gereçlerin nesnel bir biçimde incelenmesine imkân sağlayan bilimsel bir yaklaşım olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi; nesnel, ölçülebilir, bilgilere ulaşabilmek için metin, yazılı evraklar gibi farklı gereçleri kodlama veya kategori cetveli oluşturularak analiz etmeyi amaçlayan araştırma tekniklerinden birisidir. İçerik analizi yöntemi tarafsız ve sistematik bilgi sunmayı amaçlayan bilimsel bir araştırma yöntemidir (Metin ve Ünal, 2022, s.273-275). Bu araştırmada içerik analizi yönteminin kullanılmasının temel amacı; içerik analizinin resim, medya, metin, video gibi farklı medya araçlarıyla kullanıcılara iletilen mesajların analiz etmeye ve yorumlamaya imkan sağlamasıdır.

3.4. Araştırmanın Örneklemi ve Sınırlılıkları

Araştırmada sosyal medya platformu olarak kullanıcı sayısının çok fazla olması, bilgi alışverişinin çok hızlı ve güncel olduğu, kullanıcıların güncel konularda daha fazla paylaşım yaptığı ve fikirlerini belirttiği bir sosyal medya platformu olan X seçilmiştir. X önceki adı ile Twitter kullanıcıların düşüncelerini özgürce paylaşabilmelerine ve başka paylaşımlara yorum yapabileceğine olanağı sunmaktadır. Kullanıcılar bu özgürlüklerini bazen nefret içerikli paylaşım ya da yorum yapmaktan yana kullanabilmektedirler. Araştırmanın örneklemi 1 Nisan-31 Mayıs tarihleri arasında Beşiktaş kulübü ile ilgili nefret içerikli paylaşım yapan 80 kullanıcı oluşturmaktadır. Bu araştırma 1 Nisan-31 Mayıs 2024 tarihleri arasında Beşiktaş Spor Kulübü ile ilgili nefret içerikli paylaşımlar ile sınırlandırılmıştır.

Aşağıdaki tablolarda incelenen hesapların genel bilgilerine ait yüzdeler yer almaktadır.

Tablo 1. Kullanıcıların Hesap Bilgileri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Sahte hesap	41	51,2	51,2
Gerçek hesap	24	30,0	30,0
Taraftar hesabı	15	18,8	18,8
Toplam	80	100,0	100,0

Tablo 1'deki sonuçlara göre Beşiktaş kulübü hakkında nefret paylaşımları yapan hesaplarının %51,2'sinin sahte hesap %30'unun gerçek hesap ve %18,8'inin taraftar hesabı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre kullanıcılar daha rahat nefret söylemleri yapabilmek için sahte/anonim hesapları tercih etmektedirler. Elde edilen bu sonuçlara göre kullanıcılar nefret içerikli bir paylaşım yaparken daha rahat ve endişe duymamak adına sahte hesap kullanmayı daha çok tercih ettiği görülmüştür.

Tablo 2. Kullanıcıların Takipçi Sayıları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Yüksek takipçi (1000 takipçi üzeri)	23	28,7	28,7
Düşük takipçi (1000 takipçi altı)	57	71,3	71,3
Toplam	80	100,0	100,0

Tablo 2'deki sonuçlara göre incelenen X hesaplarının %71,3'ü düşük takipçiye sahipken %28,7'si yüksek takipçiye sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre nefret içerikli paylaşımlar daha çok takipçisi düşük kullanıcılar tarafından yapılmaktadır. Takipçi sayısı yüksek hesaplar paylaşım yaparken daha temkinli olmayı tercih etmektedirler. Çünkü sosyal medya platformlarında paylaşımlar çok fazla kullanıcıya çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. İncelenen hesaplarda takipçi sayısı düşük olan kullanıcıların paylaşım yaparken biraz daha fazla cesur davrandığı ve ona göre paylaşım yaptığı görülmüştür.

Tablo 3. Kullanıcıların Paylaşım Sayıları

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Yüksek paylaşım (1000 üstü)	63	78,8	78,8
Düşük paylaşım (1000 altı)	17	21,3	21,3
Toplam	80	100,0	100,0

Tablo 3'teki sonuçlara göre X platformunda Beşiktaş kulübü hakkında nefret içerikli paylaşım yapan kullanıcıların %78,8'inin 1000 üzerinde paylaşım yaptığı ve yüksek paylaşım sayısına sahip olduğu görülmektedir. Nefret içerikli paylaşım yapan kullanıcıların X platformundaki hesapları ve paylaşımları incelendiğinde uygulamayı aktif bir biçimde kullandıkları ve sürekli paylaşım yaptıkları sonucuna varılmıştır.

Aşağıdaki tablolarda ise sosyal medya ve nefret söylemine ilişkin X platformunda Beşiktaş kulübü ile ilgili yapılan paylaşımların biçimsel unsurlarına ait tablolar yer almaktadır.

Tablo 4. Paylaşımlarda Görsel Kullanımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	6	7,5	7,5
Yok	74	92,5	92,5
Total	80	100,0	100,0

Tablo 4'deki sonuçlara göre X platformunda Beşiktaş kulübü ile ilgili nefret paylaşımı yapan hesaplar incelendiğinde yapılan paylaşımların %92,5'inde görsel kullanımı bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Paylaşımların %92,5'inde yalnızca metin paylaşımı yapıldığı görülmektedir. X platformu yapısı gereği genelde kullanıcıların metin kullanımı daha fazladır. Nefret içerikli paylaşımlar ve yorumlar incelendiğinde de bu durumu desteklemektedir.

Tablo 5. Paylaşımlarda Etiket Kullanımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	36	45,0	45,0
Yok	44	55,0	55,0
Total	80	100,0	100,0

Tablo 5'teki sonuçlar incelendiğinde yapılan paylaşımların %45'inde etiket kullanımı olduğu, %55'inde ise etiket kullanımı olmadığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre neredeyse kullanıcıların yarısı paylaşım yaparken daha fazla kullanıcıya ulaşmak için etiket kullanımı yapmayı tercih etmektedirler. Etiket kullanımıyla birlikte daha fazla kullanıcıya ulaşmak mümkündür. Bir paylaşımı o konuyla alakalı açılmış bir etiketle birlikte paylaşmak çok kısa bir sürede çok fazla etkileşim alabilmek demektir.

Tablo 6. Paylaşımlarda Video Kullanımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	9	11,3	11,3
Yok	71	88,8	88,8
Total	80	100,0	100,0

Tablo 6'daki sonuçlar incelendiğinde yapılan nefret içerikli paylaşımların %88,8'inde video paylaşımı görülmediği, %11,3'ünde ise video paylaşımı görüldüğü sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre kullanıcılar genelde metin paylaşımı yapmayı tercih ettikleri görülmüştür. X platformu genel olarak daha fazla metin paylaşımı yapılan bir platform olduğu için video kullanımı çok tercih edilmemektedir.

Aşağıdaki tablolarda ise sosyal medya ve nefret söylemine ilişkin X platformunda Beşiktaş kulübü ile ilgili yapılan paylaşımların içeriksel unsurlarına ait tablolar yer almaktadır.

Tablo 7. Paylaşımlarda Küfür Kullanımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	40	50,0	50,0
Yok	40	50,0	50,0
Total	80	100,0	100,0

Tablo 7'deki sonuçlara bakıldığında incelenen nefret içerikli paylaşımların %50'sinde küfür kullanımının olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre yapılan her iki paylaşımından birisinde küfür kullanımı olduğu görülmektedir. Beşiktaş Spor Kulübü'ne karşı yapılan nefret içerikli paylaşımlar incelendiğinde paylaşımların yarısında küfür kullanımı olduğu ve kullanıcıların küfür içerikli cümleleri tercih ettiği görülmektedir.

Resim 1. Paylaşım Örneği

Kaynak: <https://x.com/moltisanti00/status/1787175829207757182?s=46>, erişim tarihi: 22.06.2024

Resim 2. Paylaşım Örneği

Kaynak: <https://x.com/ek353/status/1784260559988216089?s=46>, erişim tarihi: 22.06.2024

Resim 1 ve Resim 2'de çalışma kapsamında incelenen paylaşımlar yer almaktadır, bu paylaşımlarda da görüldüğü üzere nefret içerikli paylaşımlarda sıklıkla küfür kullanımına rastlanmaktadır. Kin ve nefret söylemlerinde genellikle aşağılama, hakaret, dalga geçme, yerme ve sıklıkla küfür kullanımı olduğu görülmektedir. Nefret içerikli paylaşımlar incelendiğinde kullanıcıların içindeki nefreti göstermek için küfür ve kötü söze başvurduğu ve karşı

tarafa duyulan öfke ve nefreti bu şekilde paylaşımlarına yansıttığı saptanmıştır. Kullanıcıların sosyal medyada kendilerini rahat hissetmeleri ve klavye başında olmaları etkenleriyle küfür kullanımı gerçekleştirirken daha rahat oldukları görülmektedir. Bu yüzden nefret içerikli paylaşımlarda sıklıkla küfür kullanımına rastlanmaktadır.

Tablo 8. Paylaşımlarda Dalga Geçme

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	47	58,8	58,8
Yok	33	41,3	41,3
Total	80	100,0	100,0

Tablo 8'deki sonuçlara göre nefret içerikli paylaşımların %58,8'inde dalga geçme unsurları gözlemlenmiş, %41,3'ünde ise dalga geçme unsurları görülmemiştir. Elde edilen sonuçlara göre yapılan paylaşımlarda nefret aracı olarak dalga geçme unsuruna da sıklıkla başvurulduğu görülmüştür. Kullanıcıların yaptığı nefret içerikli paylaşımlarda küfür kullanımını çok sık gördüğümüz gibi dalga geçme unsurlarına da çok sık rastlanmaktadır. Bazı kullanıcılar küfür kullanımından çekinmeleri sebebiyle dalga geçme unsuruna başvurmaktadır. Böylelikle kullanıcılar dalga geçen ifadelerle hem içlerindeki kin ve nefreti dışa vurmayı başarmış hemde küfür kullanımı yapmayarak vicdanlarını rahatlatmışlardır.

Resim 3. Paylaşım Örneği

Kaynak: <https://x.com/genctborg/status/1784293472318419208?s=46>, erişim tarihi: 20.06.2024

Resim 3'te çalışma kapsamında incelenen paylaşımlardan birisi yer almaktadır. Bu paylaşımda Beşiktaş kulübünün simgesi haline gelmiş kartal kullanılmış ancak tüyleri dökülmüş, bitkin halde olan bir kartal resmi kullanılmıştır, bu resim tamamen dalga geçme unsuru olarak seçilmiştir. Resimde kullanılan bitkin halde olan kartal üzerinden Beşiktaş kulübüne göndermede bulunulmuş dalga geçme unsuru olarak kullanıldığı görülmüştür. Bu örnekte de görüldüğü üzere dalga geçme unsuru kin ve nefret paylaşımlarında sıklıkla görülmektedir.

Tablo 9. Paylaşımlarda Ön Yargılı Tutumlar

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	58	72,5	72,5
Yok	22	27,5	27,5
Total	80	100,0	100,0

Tablo 9'daki sonuçlara göre Beşiktaş takımına karşı yapılan nefret içerikli paylaşımların %72,5'i ön yargılı bir şekilde yapıldığı görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda nefret içerikli paylaşım yapan kullanıcıların %72,5'inin olayın aslını araştırmadan ön yargılı tutumlar oluşturarak tamamen ön yargı iç güdüsüyle nefret içerikli paylaşım yaptığı görülmektedir. Kullanıcılar için olayı araştırmadan, olayın özünü bilmeden direkt paylaşım yapmak en kolayıdır. Nefret içerikli paylaşımlar incelendiğinde kullanıcıların %72,5'inin ön yargılı olarak paylaşım yaptığı görülmektedir. Sosyal medyada bir konuyla alakalı çok fazla paylaşıma, yoruma rastlayabiliriz. Bu sebeple yanlış bilgilerle yapılan çok fazla paylaşım bulunmaktadır. Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlaması olmaması da ön yargıyla yapılan yanlış paylaşımların çok hızlı birçok fazla kullanıcıya şekilde yayılmasına sebep olmaktadır. Kullanıcılar bulunan bu yanlış bilgilerin doğrusunu araştırmadan paylaşım ya da yorumda bulunmamalıdır, aksi takdirde ön yargılı paylaşım ya da yorum yapılmış olmakta ve nefret içerikli bir paylaşımın temeli atılmış olmaktadır. Nefret piramidinde de görüldüğü üzere nefretin en temel iki katmanını ön yargı ve ön yargılı tutumlar oluşturmaktadır.

Tablo 10. Paylaşımlarda Aşağılama

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Var	70	87,5	87,5
Yok	10	12,5	12,5
Total	80	100,0	100,0

Tablo 10'daki sonuçlara göre nefret içerikli paylaşımların %87,5'inde aşağılama olduğu görülmüştür. Tablodaki sonuçlara göre Beşiktaş takımı ile ilgili nefret içerikli paylaşım yapan kullanıcıların %87,5'inin aşağılama odaklı olduğu görülmüştür. Kullanıcılar nefret içerikli paylaşım yaparken odak noktalarında her zaman karşı tarafı aşağılama, hakaret etme, küfür, dalga geçme gibi unsurları barındırmaktadır. Aşağılama unsurunda nefret içerikli paylaşımlarda çok fazla terih edilen bir kavramdır. Nefret içerikli paylaşım yapan kullanıcıların amacı karşısında bulunan kişi, grup veya nesneyi aşağı çekmek ve karşı tarafı psikolojik olarak olumsuz etkilemektir. Yapılan bu araştırmada ise hedef Beşiktaş spor kulübü futbol takımı ve takımın oyuncularını olmuştur. İncelenen paylaşımlara bakıldığında da %87,5'inde aşağılama unsurlarına rastlanmaktadır. Bu verilere göre de aşağılama unsuru nefret paylaşımlarında çok fazla bulunan ve tercih edilen bir kavramdır.

Tablo 11. Paylaşımlardaki Etkileşim Sayısı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli yüzde
Yüksek paylaşım (1000 üstü)	39	48,8	48,8
Düşük paylaşım (1000 altı)	41	51,2	51,2
Toplam	80	100,0	100,0

Tablo 11'deki sonuçlara bakıldığında etkileşim sayılarına ilişkin sonuçlar görülmektedir. Bu sonuçlara göre nefret içerikli paylaşımların %51,2'sinin etkileşim sayısının düşük yani 100 etkileşim altında olduğu, %48,8'inin ise etkileşim sayısının yüksek yani 100 etkileşim üzerinde

olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre yapılan paylaşımların %48,8'inde yüksek etkileşim aldığı yani 100 etkileşim üzerinde olduğu görülmektedir yani yapılan nefret içerikli paylaşımların yarısına yakın bir oranda 100 kişi ve üzerinde bir etkileşim aldığı ve çok fazla insana ulaşım hızlı bir şekilde yayıldığı görülmüştür.

SONUÇ

Günümüz dünyasında insanların kendilerini toplum duygusundan uzaklaştırarak tamamen ben merkezli bir konuma getirdikleri görülmelidir. Bireylerin kendisine benzemeyen kendisinden farklı gördükleri diğer bireyleri kendilerinden soyutlayarak dışlama ve ötekileştirme duygusunun dışı vurumu olan nefret söylemlerine başvurdukları görülmektedir. Ben merkezli düşünen bireyleri sadece kendi düşüncelerini ve içeriklerini sergilemekte kendisine benzemeyen farklı düşünen diğer bireyleri ötekileştirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Nefret duygusu kendisini küfür, aşağılama, hakaret, ön yargı, dalga geçme eğilimleri olarak göstermektedir. Nefret söylemlerinin oluşumunda sosyal medyanın etkisi göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür. Sosyal medyanın günümüzde çok fazla gelişmiş olması, çok fazla kullanıcıya sahip olması, zaman ve mekân sınırlaması olmaması bireylerin özgürce istedikleri gibi paylaşım yapma imkanı sunmaktadır. Geleneksel medyanın sürekli denetlenmesi caydırıcı cezaların olması nefret söylemlerini çok aza indirebilmektedir. Geleneksel medyada nefret kendini ima, abartma, alay etmek gibi kavramlarla kendini göstermektedir. Geleneksel medyada kullanıcıların tamamen izleyici ve pasif olduğu bir konumdayken, sosyal medyada ise kullanıcı kendisi bir içerik üreticisidir yani başka bir tabirle kanalın, medyanın kendisi kullanıcının tam olarak kendisidir. Bu durumdaykende milyonlarca kullanıcının, içerik üreticisinin olduğu sosyal medyada nefret söylemlerini denetlemek oldukça zor hatta imkânsızdır diyebiliriz. Sosyal medyada bir paylaşım kaldırılabilir bile kaldırılmadan önce zaten binlerce kullanıcıya ulaşmış olabilmektedir. Sosyal medya ötekileştirme, kin ve nefreti sınırlama olmadan dile getirme imkânı sunarak nefret söyleminin paylaşılması ve hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya, paylaşılan bir paylaşımın çok fazla hızlı bir şekilde çok büyük bir kitleye yayılmasını

sağlamaktadır. Sosyal medyanın bu özelliğiyle nefret söylemleri çok hızlı bir biçimde milyonlarca kullanıcıya ulaşabilmektedir. Sosyal medya araçları arasında önemli bir konuma sahip olan X platformu etkileşim alanında çok önemli bir yere sahiptir. X platformunda genelde kullanıcılar düşüncelerini metin paylaşımıyla sunmaktadırlar ve bazende bunu görsel ve videoyla desteklemektedirler. Nefret söylemi içeren bir yazı paylaşımı yapmak için en uygun sosyal medya platformları arasındadır. Yapılan çalışmada Beşiktaş kulübüne yönelik yapılan nefret içerikli 80 tane paylaşım incelenmiştir. Bu paylaşımların hepsi Türkçe dilinde yapılmıştır. Çalışmadaki incelenen hesapların bilgilerine bakıldığında kullanıcıların %51,2'sinin nefret söylemleri yapmak için sahte hesapları tercih ettikleri görüldüğü söylenebilir. Kullanıcılar nefret içerikli paylaşım yaparken kendi hesaplarından yapmaktan çekindikleri ve sahte hesap kullanırken çok daha rahat bir şekilde nefret içerikli ve küfürlü paylaşım yaptıkları söylenebilir. Sosyal medyada çok fazla sahte/anonim hesap bulunmaktadır. Bu durumda kişilere hem profillerini göstermeden hem de öfke duyulan kişi, grup, nesne veya bir olaya karşı nefreti dışı vurmayı dahada özgür halde yapmasına olanak sağlanmaktadır. Çalışmada incelenen paylaşımlara bakıldığında paylaşımların %50'sinde küfür kullanımının olduğu, %58,8'inde dalga geçme unsurlarının olduğu, %72,5'inde ise ön yargılı tutumların yer aldığı görülmektedir. Paylaşımlara bakıldığında bu üç unsura çoğunlukla rastlanmaktadır. Küfür, dalga geçme unsuru ve ön yargılı tutumlar nefret kavramının yapı taşlarını oluşturan etkenlerdir. Nefret söyleminin devamlı olarak dile getirilen ortamlarda kalıplaşmış yargılar oluşturduğu ve bireylerin artık bundan beslendikleri gözlemlenmektedir. Tüm bu nefret sorunların aşılabilmesi için koşullara uygun yasal düzenlemeler getirilmelidir. Ayrıca sosyal medya ortamında etik kurallara göre bazı sınırlandırmalar getirilmelidir. Aksi takdirde yapılan bu nefret söylemleri gün geçtikçe büyümeye ve hızla yayılmaya devam edecektir. Nefret söylemlerine maruz kalan bireyler ise topluma kazandırılması zor bir hale gelip kendilerini soyutlayacaktır. Bu tür sorunlar ise kişiyi büyük kaygılara iterek depresyona girmeye yöneltebilir. Çok büyük çaplı depresyonlar kişiyi asosyal, kaygılı bir hale getirerek anksiyete sorunlarına yol açabilir. Bu tür ruhsal problemler kişilerin kendilerine veya bir başkasına zarar verecek boyutlara ulaşabilir. Bu tür

olayların yaşanmaması için toplum bilinci oluşturulmalı ve ön yargıyı kırarak farkındalık oluşturacak sosyal sorumluluk kampanyaları düzenlenmelidir. Ve son olarak sosyal medya kullanıcılarına ve kullanıcı olmaya aday olacak bireylere medya okuryazarlığı hakkında bilgi verilmeli, gerekirse bu alanda okullarda zorunlu ders olarak verilmeli ve toplum bu konuda bilinçlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

Avşar, B. ve Varış, M. (2022). Sosyal medyada nefret söylemi. *TRT Akademi*, 7(14), s. 350-359.

Aydos, S. ve Aydos, O. (2019). Yeni medyada nefret söylemi ve nefret söyleminden doğan hukukî sorumluluk. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 23(2), s. 3-35.

Bilge, R. (2016). Sosyal medyada nefret söyleminin inşası ve nefret suçlarına ilişkin yasal düzenlemeler. *Yeni Medya Dergisi*, 1(1), s. 1-14.

Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı:50, s. 254-277.

Demirbaş, T. (2017). Nefret söylemi ve nefret suçları. *D.E.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt,19 Özel Sayı, s. 2693-2701.

Harranoğlu, S. ve Yengin, D. (2022). İnternet ortamındaki futbol takımları taraftarlarının futbolculara karşı nefret söylemi. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 6(3), s. 229-240

Irak, H. (2022). Twitter'in Karanlık Yüzü: Nefret Söylemleri. *Atatürk Üniversitesi Yayınları*. s. 1-12

Karadeniz, S. (2012). Nefret söylemi kapsamında halkı kin ve düşmanlığa tahrik suçu. *Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı*.

Kurt, G. (2019). Yeni medyada nefret söylemi: youtube'da Suriyeli mültecilere karşı üretilen nefret söylemi üzerine bir araştırma. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences*, 5(1), s. 1-20.

Metin, O. & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.

Öztekin, H. (2015). Yeni medyada nefret söylemi: Ekşi sözlük örneği. *Uluslararası Sosyal*

Araştırmalar Dergisi, 8(38), s. 925-936.

Özsoy, S. ve Yıldız, K. (2013). Türkiye'deki spor basınında nefret söylemi. *International Journal Social Science Research*, 2(2), s. 46-60

Taş, E. (2017). Yeni medyada nefret söylemi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1), s. 60-71

Taşdelen, B. (2020). Twitter'da Suriyeli mültecilere karşı çevrimiçi nefret söylemi: #suriyelileriistemiyoruz. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), s. 562-575

Vardal, Z. (2015). Nefret söylemi ve yeni medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), s. 132-156

Yaşa, H. ve Öksüz, O. (2020). Nefret söyleminin inşasında sosyal medyanın rolü: ekşi sözlük örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), s. 1-125.

Yıldız, S. (2020). *Göç sosyolojisi Türkiye'den örneklerle*. Orion Kitabevi.

İNTERNET KAYNAKLARI

Adl.org. (2018). "Pyramid of hate", <https://www.adl.org/sites/default/files/documents/pyramid-of-hate.pdf>, Erişim tarihi: 14 Ekim 2024.

Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 14 Ekim 2024.