



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sosyal Medyada Ünlülere Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Üzerine Bir İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Erzurum, e-posta: zeynepd@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002--0889-469X>

Öz

Yeni medyanın varlığı ile ortaya çıkan ve dijital ortamlar olarak tanımlanan sosyal medya platformları, kullanıcılara katılım hakkı ve ifade özgürlüğü sunmaktadır. Sıradan ya da tanınmış kişilerin kendilerini ifade ettikleri, duygularını ve düşüncelerini dile getirdikleri bu platformlar kamusal bir ağ olarak yaşamdaki yerini almaktadır. Sıradan insanların yanı sıra ünlüler de bu platformlarda oldukça sık paylaşım yapmakta ve bu platformlar üzerinden hayranlarına ulaşmaya çalışmakta aynı zamanda da duygu ve düşüncelerini paylaşmaktadırlar. Geniş bir hayran kitlesine ve takipçi ağına sahip olan ünlüler, zaman zaman yapmış oldukları paylaşımlarla kullanıcıların nefret dolu söylemlerinin hedefi olmaktadır. Bu çalışmada, kitlelerce tanınan ve bilinen ünlü kişilerin söyledikleri ile daha fazla dikkat çektikleri ve sosyal medyada; ünlerinden dolayı yoğun bir şekilde kullanıcılar tarafından maruz kaldıkları nefret söylemini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda da çalışmada, sosyal medyada kullanıcılarının ünlülere yönelik nefret söylemleri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, 2022 Mart ayında Twitter'da gündem olan ünlüler ve onlara yönelik olarak atılan tweetler ele alınmıştır. Twitter 'da trend topic (gündem)ler anlık olarak değiştiği için çalışma bir aylık süre içerisinde trend topic olan ve nefret söylemine maruz kalan ünlüler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yöntem, veri toplama tekniği olarak da içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda kullanıcılar tarafından trend topic olan ünlülere yönelik nefret içerikli tweetler amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Bu tweetler, diğer kullanıcıların yanıt, retweet ve beğeni sayıları bakımından ve nefret kategorisinde yer alan *abartma/yüküleme/çarpıtma, küfür/hakaret/laşağılama, düşmanlık/ savaş ve simgeleştirme* söylemleri kapsamında ise içerik analizi çözümlemesine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, ünlülerin yapmış olduğu paylaşımlar ya da söylemlere yönelik kullanıcılar tarafından Twitter'da hakaret, aşağılama ve düşmanlık içeren nefret söylemlerine sıklıkla maruz kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ortamlar, Nefret Söylemi, Sosyal Medya, Twitter, Ünlüler.

Makale Gönderme Tarihi: 31.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 04.10.2022

Önerilen Atf:

Biricik, Z. (2022). Sosyal Medyada Ünlülere Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Üzerine Bir İnceleme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1403-1420.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1403-1420. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1106](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1106)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Hate Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter

Assistant Prof. Dr. Zeynep BİRİCİK, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, e-mail: zeynepd@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002--0889-469X>

Abstract

Social media platforms, which emerged with the existence of new media and defined as digital environments, offer users the right to participate and freedom of expression. These platforms, where ordinary or well-known people express themselves, express their feelings and thoughts, take their place in life as a public network. In addition to ordinary people, celebrities also share on these platforms quite often and try to reach their fans through these platforms, and at the same time share their feelings and thoughts. Celebrities, who have a large fan base and follower network, are sometimes the target of hateful speech by users with their posts. In this study, it is aimed to reveal the hate speech that the famous people who are known and known by the masses attract more attention with their words and are heavily exposed by the users due to their reputation in social media. In this context, the hate speech of users on social media towards celebrities was tried to be examined in this study. In the study, the celebrities who were on the agenda on Twitter in March 2022 and the tweets sent for them were discussed. Since the trend topics (agenda) on Twitter change instantaneously, the study was limited to celebrities who were trending topics within a month and were exposed to hate speech. In the study, phenomenology was used as a method and content analysis was used as a data collection technique. In this context, tweets with hateful content towards celebrities, which became the trend topic, were chosen by the purposeful sampling method. These tweets were subjected to content analysis analysis in terms of the number of replies, retweets and likes of other users and within the scope of Exaggeration/attribution/distortion, swearing/insult/humiliation, Enmity/war and Symbolization discourses in the hate category. In the light of the findings, it was concluded that celebrities are frequently exposed to hate speech containing insults, humiliation and hostility on Twitter by users for their posts or discourses.

Keywords: Digital Environments, Hate Speech, Social Media, Twitter, Celebrities.

Received: 31.07.2022

Accepted: 04.10.2022

Suggested Citation:

Biricik, Z. (2022). Hate Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1403-1420.

GİRİŞ

Bireyin kendine yeterli gelen varlığının kapalılığını, bütünlüğünü açığa çıkarmasına yönelik yollardan biri, anlamın “dil” siz var olamayacağıdır. Varlığın kendini tasavvur etmesi dahil her türlü tanımlama, adlandırma ve düşünme eylemi dilin içerisinde vuku bulur. Dil ise her şeyden önce konuşmadır, söylemdir ve daima karşısında bir muhatap varsayar. Yani dil, ifade edilen şeyin içeriğinden önce bir söylem ve yönelme edimidir. Konuşmanın içeriğinden önce gelen bu başkasıyla iletişimde bulunma ve ona yönelme edimi doğal olarak hakikatin temelidir ve hakikat, ben’in kendisine ancak öteki ile ulaşabileceği bir ilişkide var olabilir (Türk, 2013: 42).

Tarihsel süreç içerisinde, varlığını ve gücünü ortaya koymak adına egemen ideoloji ya da birey kendisinin dışında kalan ya da kendisinden olmayanı söylemleri ile öteki sayar ve dilsel pratiklerini bu yönde geliştirir. Her şeyin metalaştırıldığı, araçsallaştırıldığı ve bir alışveriş ögesi haline geldiği günümüz dünyasında bireylerin kendilerini dünyanın merkezinde görüp ötekini dışlayan ve ezen tutumlarını somut siyasi ve sosyolojik bağlamdan ayrı düşünmek anlamsızdır (Kalm, 2017: 452). Bu kapsamda da teknolojik gelişmelerin art arda gelmesi ile birlikte önce geleneksel kitle iletişim araçlarının, ardından da internetin bulunması ile yeni medyanın ortaya çıkışı, toplumun sosyal ve kültürel yapısını etkilemiş ve değiştirmiştir. Egemen ideoloji, gücünü geleneksel medyada üretmiş olduğu söylemlerle var ederken, birey de dijital çağda kendi varlığını ve gücünü yeni medya olarak bilinen dijital ortamlarda ortaya koymaya başlamıştır.

Yaşanılan çağda sosyal medya platformları, kullanıcıları için hem bir sosyalleşme aracı hem de varlıklarını ortaya koyabildikleri kamusal bir mecra haline gelmiştir. Kamusal olarak inşa edilen bu ortamlarda birey varlığını fikir, düşünce ve duyguları ile ortaya koymakta ve çoğu zaman kendini var edebilmek ve aktarabilmek adına da kendinden olmayanı ötekileştirmektedir. Ötekileştirme olgusunu da nefret söylemleri üzerinden gerçekleştirmektedir. Farklı ırk, cinsiyet, azınlıkların sıklıkla maruz kaldıkları bu tür söylemlere zaman zaman ünlülerin de dahil oldukları ve sıklıkla bu tür söylemlerin odağı haline geldikleri görülmektedir.

Sosyal medya platformlarını günümüzde aktif şekilde kullanan kişiler arasında sıklıkla ünlüler de yer almaktadır. Bu ünlüler, sosyal medya aracılığı ile hayranları ile daha etkileşimli bir ilişki ağı oluştururken, aynı zamanda yapmış oldukları paylaşımlarla hayranlarının ya da karşıtlarının tepkilerini de çekmekte ve bazen nefret söyleminin nesnesi konumuna gelmektedirler. Çalışma, günümüzde sosyal medyanın ulaşılabilirlik ve erişim özellikleriyle nefret söyleminin oldukça fazlaştığı ve bu durumdan en çok etkilenenlerin de kazanmış oldukları ünden dolayı ünlülerin olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada, bir sosyal medya platformu olarak Twitter ele alınmış ve Mart ayında trend topic olan ve nefret söylemlerine maruz kalan ünlüler ile sınırlandırılmıştır. 2022 Mart ayında Twitter ’da yapmış oldukları paylaşımlarla trend topic olan bu ünlüler ve onlara yönelik atılan tweetler, nefret söylemini oluşturan dört kategori bağlamında; Abartma/yükleme/çarpıtma, Küfür/hakaret/aşağılama, Düşmanlık/ savaş söylemi ve Simgeleştirme söylemleri ile içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur.

KAMUSALLIK ve SOSYALLEŞME BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA

Son yirmi yıldır geleneksel medyanın oldukça ötesine geçen ve yeni medya olarak bilinen yeni medya formunun ortaya çıkması ve ardından dijital ortamlar olarak bilinen sosyal paylaşım ağlarını oluşturması, bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri kamusal alanlar oluşturmuştur. Kamusal alan kavramıyla Habermas her şeyden önce, toplumsal yaşam içinde kamuoyuna benzer bir yapının oluşturabileceği bir alanı kasteder. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma ortamında, kamusal alanın bir kısmı varlık kazanmış olur. Bu bir aradalık durumu günlük yaşamdan farklı olarak ne iş ve meslek sahiplerinin özel

işlerini görürken yaptıkları davranışlara ne de bir devlet bürokrasinin yasal sınırlarına ait olan anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer. Burada kişiler kısıtlanmamış bir şekilde toplanma, örgütlenme ve özgürlüklerini garantilemiş olarak tartışabildikleri kamusal bir gövde biçiminde davranış sergilerler. Bu tür bir iletişimin gerçekleşmesi ve daha genel bir kamusal gövdenin meydana gelmesi için de bilginin muhatabına iletilmesi ve onların da bunlardan etkilenmesini sağlayacak araçların varlığına ihtiyaç duyulur (Habermas, 2010:95). Geçmişten itibaren gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıyken, son yirmi yıldır internet ve iletişim teknolojilerinin birleşmesinden meydana gelen sosyal medya platformları yeni kamusal alanın iletişim araçları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeni kamusal alanlar olan sosyal medya ağları, bireylerin katılımına açık bir tartışma ortamı sunmaktadır. Bu mecralarda yürütülen tartışmalara, tüm katılımcılar eşit katılım hakkına sahiptir ve hiç kimse bir diğerinden üstün konumda değildir. Aynı zamanda kamusal alanla doğrudan ilintisi bulunan ve kamuoyunu oluşturan bireylerin yüz yüze iletişim zorunluluğu yoktur. Bu durumda çok uzak mesafelerde olan insanların aynı konu, olay ve olgular hakkında konuştukları bir birliktelik meydana getirir. Hem tüm katılımcıların eşit şekilde seslerini duyurabilmeleri hem de bir arada olmama ve yüz yüze iletişimin gerekli olmayışı günümüzde yoğun katılımcının olduğu sosyal medyayı akıllara getirmekte ve bundan dolayı da sosyal medya yeni kamusal alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Akt. Yedekçi ve Yedekçi, 2021:120).

Sosyal medyanın kamusal alanlar olarak bir yeni oluşum meydana getirmesi internetin keşfi ile gerçekleşmiştir. Dünya çapında yayıldığı ilk andan itibaren de internet ve internete bağlı ortamlar, yeni bir özgürlük çağına habercileri olmuştur. Hükümetler coğrafi ve siyasi sınırları aşan bu teknolojiler karşısında çok az şey yapabilmişlerdir ve bu bağlamda da ifade özgürlüğü; kitle iletişim araçlarına bağlı kalmadan, gezegenin her yerine yayılım sağlamıştır; çünkü insanlar, birbirleriyle engelsiz bir etkileşime gerçekleştirmeye (Castells, 2020:235). Bu kapsamda da medyanın geçirdiği en önemli değişimlerden biri sosyalleşmesi, insanların pasif bir halde oturup seyrettiği oluşumdan çıkıp bizzat insanlar tarafından oluşturulan ve yönetilen bir alana dönüşmesidir (Akyazı, 2015:317). Dönüşülen bu yeni alanın sosyal medya olarak tanımlanması ve sosyal 'in anlamı burada önem taşımaktadır. Sosyal medyanın "sosyal"i insanların diğer insanlarla iletişim kurmasını ve etkileşim ihtiyacını ve içgüsünü karşılayan bir anlama denk gelmektedir (Akyazı, 2015:47). Bu doğrultudan hareketle de sosyal medyayı, insan ilişkilerinin çevrimiçi ağılayıcısı ve güçlendiricisi olarak bağlanabilirliği teşvik eden insanlar ağı olarak tanımlamak mümkündür (Dijk, 2013:11).

Sosyal medya platformları, kitlesel ve kişilerarası iletişimin kesiştiği noktada dijital arayüzlerin sağladığı iletişimsel eylem olarak da tanımlanabilir. Bu bağlamda da bir sosyal medyada gerçekleşen iletişim pratiği ve alanı herhangi bir dijital ortam da kullanıcılara dijital araçların aracılık ettiği bir iletişim formu söz konusudur. Bu eylemsel inşada:

- Kullanıcılar içerik üretme ve derlemede birlikte çalışabilir,
- Kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi aynı anda ya da ayrı olarak gerçekleştirilebilir
- Kurumlar ya da kişiler tarafından oluşturulan içerik ve metinleri görebilir ve bunlara yanıt verebilirler (KhosraviNik, 2017: 582).

Bu koşullar dâhilinde, çok çeşitli dijital formlar ve alanlar, sosyal medya iletişimi olarak kabul edilmektedir. Sosyal Ağ Siteleri (SNS'ler) Instagram ve Facebook, Twitter ve Tumblr gibi Mikro/blog siteleri, Wikipedia gibi içerik toplayıcılar, Digg gibi bağlantı paylaşım siteleri, WhatsApp ve Telegram gibi grup iletişimi oluşturma imkânı ile çeşitli tartışma forumları ve anında mesajlaşma uygulamaları sosyal medya alanları olarak adlandırılmaktadır.

Sosyal medyanın etkileşimlilik, eş zamanlılık ya da eşzamansızlık özellikleri bireyin bir kurum, bir birey ya da olay hakkında paylaşımında bulunmasına, yorum yapmasına ve diğer kullanıcılarla

etkileşime geçmesine olanak sağlamıştır. Sosyal medya platformlarını bir araya gelmenin koreografisi olarak tanımlayan Gerbaudo, bu alanlarda bir birliktelik duygusunun sembolik biçimde kurulduğunu ve uzaktan bağlantılıktan tutun da fiziksel yakınlığın coşkusuna kadar uzanan bir duygusallığın inşa edildiğini ifade eder. Aynı zamanda kişilerin sosyal medyayı her gün taşkın bir duygusallıkla dolu kullanımları, bireysel öfke, kızgınlık, nefretin dile getirdikleri ve örgütlendikleri bir koreografi oluşturduğunu belirtir (2012: 23-24).

Kısacası, yeni kamusal alanlar olarak adlandırılan sosyal medya platformları hem kullanıcıların sosyalleşme ihtiyaçlarını giderdikleri hem de zaman ve mekandan bağımsız olarak bir konu etrafında fikirlerini paylaştıkları kamusal gövdeler oluşturmaktadır. Bu mecralarda tüm katılımcılara sunulan özgürlük alanı bazen sınırlarını aşarak ifadelerinin başka yöne evrilmesine ve nefret dolu içeriklere dönüşmesine neden olmaktadır. Diğer bir deyişle burada birey, kendinden olmayanı ötekileştirerek ifade özgürlüğü olarak tanınan özgürlük alanını genişletip söylemlerinden aşırılığa kaçmakta ve ötekine karşı nefret söylemlerinde bulunmaktadır.

NEFRET SÖYLEMİ

Nefret kavramı etimolojik olarak, Antik Yunancada “kedos”, Latince “odium”, İngilizcede “hate” ya da “hatred”, Alman dilinde “hasses”, Fransızca’da ise “haine” kelimelerine karşılık gelmektedir. Türkçeye ise “nefret kelimesi Arapçadan girmiştir ve bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu biçimidir ve tiksinti, tiksinti anlamını gelmektedir (Ataman, 2012:50). Söylem ise, en temelde bir dil ve iletişim pratiği olarak ele alınan; iktidar, mücadele, ideoloji ve bilgi gibi kavramları kuşatmakta ve bunlar aracılığıyla kendini var etmektedir. Bir toplumu ya da insanı anlayabilmek ya da onların içinde buldukları durumu kavrayabilmek için söylemin anlaşılması da gerekmektedir. Çünkü söylem, bireylerin bütün yapıp etmelerinin ‘anlamını bulduğu’ toplumsal hayatın soyutlanamaz bir parçasıdır (Sözen, 2014: 9).

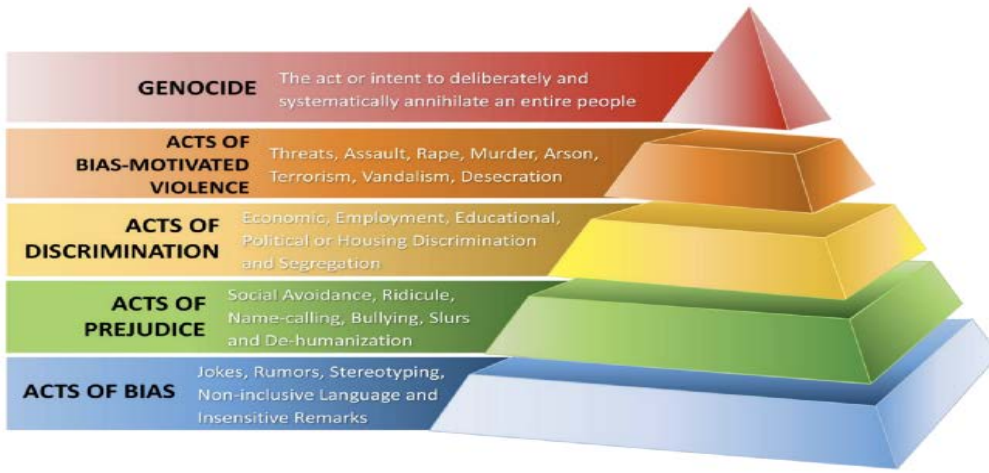
Nefret ve söylem ikilisinin kavramsal özelliklerinden sonra nefret söylemi tanımlanacak olursa, nefret söylemi, nefret suçlarına giden sürecin çıkış noktasında yer almaktadır ve nefret suçun önünü açan tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumu olarak ortaya çıkmaktadır. Hedef alınan bireylere ya da gruplara toplumda size yer yok mesajı sürekli verilerek, kişiler ya da gruplar pasifize edilmekte ve sessizleştirilmektedir. Bu durum da doğası gereği demokratik toplum yapısında bozulmalar meydana getirmekte ve bireyin en temel haklarından biri olan yaşam ve katılım hakkı ihlale uğramasına neden olmaktadır (İnceoğlu ve Çoban, 2014: 66).

Günümüzde nefret söylemi sık kullanılmasına rağmen evrensel olarak kabul gören bir tanımlı henüz bulunmamaktadır. Pek çok devlet, “nefret söylemi” ne denk düşen ifadeleri yasaklayan yasalar kabul etmiş olsa da yasaklananın ne olduğu belirleyen tanımlar içerisinde bazı farklılıklar barındırmaktadır. Nefret söylemi, 1997 yılında Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulunda bir tavsiye kararı ile kabul edilmiştir ve bu karara göre nefret söylemi: “ İrkçi nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezcilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsayacak şekilde anlaşılacaktır. Bu anlamda “nefret söylemi” muhakkak belirli bir kişiye veya gruba yönlendirilmiş yorumları kapsamaktadır (Weber, 2009: 3).

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi içtihatlarına göre ise Nefret Söylemi aşağıda yer alan durumları kapsamaktadır:

- Birincisi, ırkçı nefretin veya başka bir deyişle kişilere veya gruplara yönelik nefretin belirli bir ırka ait olmaları nedeniyle kışkırtılması.
- İkincisi, dinsel nedenlerle nefretin kışkırtılması (inanmayanlar ile inanmayanlar arasındaki ayrıma dayalı nefretin kışkırtılması).
- Üçüncü olarak da saldırgan milliyetçilik ve etnik merkezilik şeklinde ifadesini bulan hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret türlerinin kışkırtılmasıdır.

Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı ise nefret söylemini tanımlayan bir diğer kuruluştur ve AGİT'in tanımına göre ise nefret söylemi ; "Mağdurun, mülkün ya da işlenen bir suçun hedefinin, gerçek veya hissedilen ırk, ulusal ya da etnik köken, dil, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engellilik, cinsel yönelim veya diğer benzer faktörlere dayalı olarak benzer özellikler taşıyan bir grupla gerçek ya da öyle algılanan bağı, bağlılığı, aidiyeti, desteği ya da üyeliği nedeniyle seçildiği, kişilere veya mala karşı suçları da kapsayacak şekilde işlenen her türlü suçtur" (Akt. Binark, 2010: 13).



Şekil 1. Nefret Piramidi

Kaynak: Kurt, 2018:4

Anti Defamation League'in hazırladığı "Nefret Piramidi"nde (Bkz. Şekil 1.), nefret söyleminin aşama aşama nasıl gerçekleştirildiğini göstermektedir. Piramit, aşağıdan yukarıya doğru karmaşıklık içinde büyüyen, önyargılı davranışları gösterir. Her düzeydeki davranışlar bireyleri ve grupları olumsuz yönde etkilese de piramitte yukarı çıktıkça davranışların yaşamı tehdit eden sonuçları daha fazladır. Bu piramitte görüldüğü gibi, nefret söyleminde üst seviyeler alt seviyeler tarafından desteklenir. Kişiler veya kurumlar, alt seviyelerdeki davranışları kabul edip veya "normal" olarak ele alırsa, bir sonraki seviyedeki davranışların daha fazla kabul görmesine neden olur. Nefret Piramidi, soykırım nefretinin, piramidin alt seviyelerinde tanımlanan davranışların kabulü üzerine inşa edildiğini göstermektedir.

Yeni medya ile hayatımıza giren sosyal medya platformlarında kullanıcı türevli içeriklerin yer alışı, bu içeriklerin denetimsiz olması ve kullanıcının anonim kimlik kullanabilmesi nefret söyleminin daha kolay hale gelmesini ve yayılmasını sağlamaktadır. Nefret içerikli mesajlar sosyal medya platformlarından başka kullanıcılar tarafından yorumlanabildiği için nefretin artarak büyümesine yol açmaktadır. Kullanıcıların, bir şekilde dolaşımda olan nefret söylemine gönüllü olarak katılım sağlamaları, anonim kimlik kullanımı ve sosyal medya platformlarının denetimsizliği nefret söyleminin bir çığ gibi büyümesine ve nefret suçuna dönüşmesine neden olmaktadır (Akgül, 2020: 61).

SOSYAL MEDYADA NEFRET SÖYLEMİ ve SÖYLEMİN ODAĞI OLARAK ÜNLÜLER

Nefret söylemi, doğası gereği toplumda var olan bir söylem biçimidir. Bu söylem biçimini görünür kılan ve topluma yayan ise kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde kitle iletişim araçları geleneksel medya ve yeni medya olarak ikiye ayrılmaktadır ve bu medya formları barındırdığı özellikler bakımından birbirinden farklılaşmaktadır. Söz konusu söylemler ya da düşünceler olunca da geleneksel medya, egemen ideolojinin fikirlerini yansıtan bir araçken, yeni medya toplumun her kesimine hitap eden bir medya biçimidir. Egemen ideoloji geleneksel medya ile sürekli yeniden üretilir ve yayılırken, yeni medya teknoloji ve onu kullananlar çerçevesinde bir yayılım göstermektedir. Nefret söylemi de buna paralel olarak yeni medyada kullanıcılar tarafından oluşturulan ve yeni medyanın hız, erişim ve interaktiflik özelliği ile üretilen içeriğin meşrulaşmasına ve toplumun geneline ulaşmasına olanak sağlar.

Geleneksel medyada içerik üreticiler profesyonellerden oluşurken, yeni medyada içerik üreticisi kullanıcıların kendisidir ve bu yapısı ile de geleneksel medyadan daha avantajlı konuma sahiptir. Yeni medyada sıradan vatandaşın gözlem ve görüşlerinden en uç görüşe sahip bireylerin fikirlerine kadar her türlü görüşe ulaşılabilirken, aynı zamanda bu mecralarda geleneksel medya tarafından oluşturulan egemen ideolojinin izleri ile de karşılaşmak mümkün olmaktadır. Bu mantıkla hareketle nefret söylemini yaratanın aslında yeni medyanın olmadığını, bireyin kendisi tarafından sosyo-kültürel, gelenek görenek ve ahlaki farklılıklarından kaynaklı üretildiği söylenebilir (Vardal, 2015: 141).

Nefret söylemi, yalnızca yüz yüze etkileşimlerde değil, çevrimiçi iletişimde de son yıllarda artan bir ifade biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında dijital ortamlar olarak adlandırılan sosyal paylaşım sitelerinin sağlamış olduğu anonimlik de etkili olmaktadır. Gerçek kimlikle değil de anonim kimliklerle, insanlar kendilerini ifşa etmeden saldırganca söylemlerde bulunabilmektedir ve diğer taraftan ise çevrimiçi olsa da bireylerin kendini ifade etme arzusunu ve görüşlerini dile getirme isteğini artırmaktadır. Bu da nefret söyleminin çoğalıp yaygınlaşmasına yol açmaktadır (Fortuna ve Nunes, 2018: 1). Çünkü dijital ortamlarda gündelik yaşamın söylemsel pratikleri ile üretilen ve geleneksel medyada dolaşımda olan homofobik, transfobik, heteroseksist cinsiyetçi, yabancı düşmanlığı, ırkçı, etnik milliyetçi ve öteki olarak ifade edilen nefret söylemi, bu ortamların özelliklerinden dolayı çok daha hızlı ve kolay bir şekilde yaygınlaşıp, sıradanlaşmakta ve dolaşıma girmektedir (Binark, 2010: 11).

Sosyal medya, yerini bireylerin kendi sosyal kimliklerini inşa ettikleri bilgi ve tüketim odaklı söylemsel alanlara bırakmıştır. Etkileşim, çok modluluk, kullanıcı merkezlik ve erişilebilirlik gibi dijital medyanın benzersiz yönleri olmasına rağmen, dijital medyanın anonim ve sosyal normlardan bağımsız aşırı benlik/ötekinin temsili için etkili alanlar olması nefretin dijital ortamlarda artmasına ve siber nefret, çevrimiçi nefret ya da dijital nefret olarak da tanımlanan olguların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Ghaffari, 2022: 167). Bir kişiyi veya bir grubu ırk, renk, etnik köken, cinsiyet, cinsel yönelim, milliyet, din ve siyasi fikirleri gibi özelliklerinden dolayı dijital ortamlarda aşağılayan, küçümseyen ve kötüleyen iletişimi biçimine çevrimiçi nefret, dijital nefret ya da siber nefret denmektedir (Zhang ve Luo, 2018).

Siber nefret, genel olarak "kimlikleri veya "algılanan" farklılıkları nedeniyle insanlara yönelik herhangi bir dijital şiddet, düşmanlık ve yıldırma eylemi" olarak tanımlanmaktadır (Chakraborti vd., 2014: 6). Daha geniş bir anlamda, "anti (İftira Karşıtı) Semitik, ırkçı, bağnaz, aşırılıkçı veya terörist mesajlar veya bilgiler) yaymak için elektronik iletişim teknolojisinin herhangi bir kullanımı" olarak görülmektedir (Khosravini ve Esposito, 2018:47). Avrupa Birliği'nde (AB), insanların %80'i çevrimiçi nefret söylemiyle karşılaştığını ve %40'ı Sosyal Ağ Siteleri [SNS]

aracılığıyla saldırıya uğradığını veya tehdit edildiğini ifade etmişlerdir (Akt. Castaño-Pulgarın vd., 2021: 58).

Çevrimiçi ortamlar olarak bilinen sosyal medyada nefrete dönüşen söylemlerden en çok etkilenen kitlenin ünlüler olduğu görülmektedir. Ünlü sahibi kişiler, toplumda kanaat önderi gibi rol oynarken kitleler tarafından merakla takip edilen ve söyledikleri ile yapmış oldukları paylaşımlarla sürekli odakta olanlardır. *Ünlü, bir temsil türü ve söylemsel bir etkidir; bu temsilleri ve etkilerini üreten tanıtım, tanıtım ve medya sektörlerinin ticaretini yaptığı bir metadır ve daha iyi anlayabileceğimiz toplumsal bir işlevi olan kültürel bir oluşumdur.* Turner ünlü tanımını genişleterek iki kategoride ele alır: Birincisi, şüphesiz ünlü, bize dinamik bir tüketim kültürünü besleyen semiyotik olarak zengin metinler ve söylemler bütünü sağlayan bir temsil türüdür. İkincisi olarak da şöhretin aynı zamanda söylemsel bir etki olduğunu ifade eder (Turner, 2004: 9). Medya ile ünlü, tarihsel süreç içerisinde iç içe geçmiş oluşumlardır ve medya formlarının değişmesi ile de medya ünlü arasındaki ilişki de farklı boyutlara evrilmiştir.

Her "yeni" medya formunun ortaya çıkmasıyla birlikte ortaya çıkan kilit soru, bu tür teknolojiler aracılığıyla ünlünün nasıl temsil edildiği, dolaşıma girdiği, metalaştırıldığı ve tüketildiği üzerindeki etkisidir. Marshall'a göre, "medya ve ünlü arasındaki simbiyotik ilişki, yeni medyanın gelişmesiyle son yirmi yılda bir şekilde kopmuştur" (2006: 634). Burada özellikle vurgulanan, son derece kontrollü ve kurumsallaşmış geleneksel bir "ünlü yönetimi" anlayışından "oyuncuların ve kişiliklerin aktif olarak hayranlara hitap ettiği ve hayranlarla etkileşime girdiği" bir anlayışa geçiştir. Bu durum hem ünlülere imajlarının yönetiminde daha fazla kontrol sağlama gücü vermekte hem de aynı zamanda imajları açısından bir risk alanı haline geldikleri bir değişimi meydana getirmektedir. (Marwick ve Boyd, 2011: 140). Sosyal medya hesaplarını herkese açık tutan ünlüler, bazen bir konu ya da olay hakkında görüşlerini yayınlayarak kitleler tarafından onaylanmalarına ya da eleştiri almalarına yol açarak bu risk alanlarını genişletirler.

Sosyal medya "en yüksek değeri" medyalama, görünürlük ve dikkate verilen değere göre, şöhretin kültürel mantığına dayandırır (Marwick, 2013:14). Ünlülerin, aktif olarak katılım sağladıkları sosyal medya ağlarından biri de Twitter'dır. Twitter eğlencenin hakim olduğu bir sosyal medya platformudur diyen Fuchs'a göre, eğlence endüstrisindeki ünlüler de Twitter' da en çok takip edilen profillere sahiptir (2020:354). Kişilerarası ilişkilere ek olarak Twitter aynı zamanda gerçek zamanlı bir enformasyonun kaynağı, haber, politika, iş dünyası ve eğlencede bir tartışma ortamı da sunmakta ve kullanıcıların kendileri ya da bir başkası hakkında olumlu ya da olumsuz görüşlerini dile getirebildikleri bir tartışma alanı da yaratmaktadır (Weller vd., 2016: 33-34).

Temel sosyal ilişkilerin yanı sıra, Twitter' da gerçekleştirilen iletişim ayrıca iletişimsel pratiklerin ve yazılım kodlarının birleşimi ile belirginleşen metinsel özellikleri de barındırmaktadır. Belirli bir kullanıcıya hitap etmek ya da yanıt vermek için @ işareti olan hesap kullanılmaktadır. Bir mesajı yönlendirmenin muadili olarak, kullanıcının tweeti, kendi takipçilerine orijinal göndercinin referansını göstererek paylaştığı tweete retweet denmektedir. Son olarak da Twitter, bir sözcüğün ya da bir ifadenin izlediği "#" sembolü ile hashtaglerin kullanımı aracılığıyla kullanıcılar arasında ilişki oluşumuna olanak vermektedir. Hashtagler ara yüz tarafından araştırılabilir olduğundan, daha önce ilişkisi olmayan kullanıcılardan gelen tweetleri bağlandırmaktadır. Hashtagler birleştirici bir unsur görevi görerek, Twitter'da trend topic olan gündem konularını belirlemekte ve çeşitli kültürlerden bireylerin sohbet etme ve fikir alışverişinde bulunmasını sağlayan özellikler sunmaktadır (Schmidt, 2016: 49-50).

Hayranları ile etkileşim kurmak ve benlik sunumlarını gerçekleştirmek için yer aldıkları bu sosyal ağda ünlüler, ünleri söylemsel bir etki olarak zaten var olduğundan paylaştıkları bir fikir kimileri tarafından onay alırken kimleri tarafından da ötekileştirilen bir nefrete dönüşmektedir.

Son zamanlarda ünlülerin Twitter’da kendi hesaplarından atmış oldukları tweetler ya da farklı medya mecralarında dile getirmiş oldukları bazı konular Twitter’ da kitlelerin tepkisini çekerek nefret söylemlerinin odağı haline gelmektedirler. Son zamanlarda Twitter’ ın en çok tercih edilen sosyal medya ağlarından biri olması ve katılımcıların ifade özgürlüğünü aşarak çoğunlukla nefret söylemlerinde buldukları bir alan haline gelmesi çalışmada, bu ağın tercih edilmesine neden olmuştur ve aynı zamanda bu medya platformunda ünlerinden dolayı daha fazla gündem olan kişiler ve onlara yönelik atılan nefret söylemi içeren tweetlerin ele alınması tercih edilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, araştırmanın amacı doğrultusunda bireylerin algı ve fikirleri hakkında bilgi edinebilmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenolojik araştırma deseni kullanılmıştır. Fenomenolojik yöntemde, bireysel evrenin araştırılması esastır. Yani fenomenolojik yaklaşımın temelini bireysel tecrübeler oluşturur. Bu yaklaşımda araştırmacı, katılımcının kişisel yorumu ile ilgilenmekte, bireyin algılamaları ve olaylara yüklediği anlamlar incelenerek ortaya koyulmaya çalışılmaktadır (Baş ve Akturan, 2017: 86). Fenomenolojik araştırmalarda veri analizi yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaya yöneliktir. Bu kapsamda da veri analiz yöntemi olarak içerik çözümlemesi tekniği, verinin kavramsallaştırılmasını ve anlamların ya da yaşantıların temalandırılmasını mümkün kılar (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 72).

KAPSAM ve SINIRLILIKLAR

Çalışmanın kapsamını, 2022 Mart ayı içerisinde Twitter’da gündem olan ünlüler ve onlara yönelik atılan nefret içerikli tweetler oluşturmaktadır. Tweeter ’da gündem sürekli değişmekte olup her an yeni hastagh’ler açılmaktadır. Bundan dolayı bu sosyal medya platformundan gündem her an değiştiği için veriler çok fazla olmaktadır. Bu nedenden dolayı da çalışma bir aylık zaman diliminde iki üç gün süre ile trend topic (gündem) olan ünlüler ve onlara yönelik nefret söylemi içeren tweetler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada ele alınan konu ile ilgili literatürde benzer çalışmalar bulunmasına rağmen toplumda herkes tarafından bilinen ve tanınan ünlülerin daha fazla nefret söylemine maruz kalmasını ortaya koyması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ ve VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmada, veri toplama tekniği olarak nitel ve nicel içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Krippendorf, içerik analizi yöntemini tekrarlanabilir ve geçerli anlamlar çıkarmaya yönelik bir veri toplama tekniği olarak ele almaktadır. Teknik boyutu ile içerik analizi özel formlardan oluşmakta olup; araştırmacının tekniğine, içgörüsüne ve konuya göre farklılık içermektedir. İçerdiği bu farklılıklara rağmen bilimsel bir veri toplama tekniği olarak kabul edilen içerik analizinde, sonuçların güvenilir ve verilerin yorumlanabilir olması beklenmektedir (2003: 18-19). İçerik analizi, iletişim içeriğinin önceden belirlenen sınıflamalar çerçevesinde sistemli bir şekilde çözümlenmesini sağlayan tekniktir. Nicel içerik çözümlemesi, iletişim içeriğinin nicel betimlemesi için kullanılan sistematik ve nesnel bir veri toplama tekniğidir. Nitel içerik çözümlemesi ise, metinlerin içerisindeki anlamı çıkarmaya yönelik yapılan bir analizdir (Geray, 2017: 145-146). Bu bağlamda da mart ayı içerisinde Twitter ’da trend topik olan Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiş ve bu ünlülere yönelik atılan nefret içerikli, en fazla yorum alan, retweetlenen ve beğenilen üç tweet seçilmiş içerik çözümlemesi tekniği ile çözümlenmiştir.

BULGULAR ve YORUM

Çalışmada örneklem olarak ele alınan sosyal medya platformlarından Twitter 'da ünlülere yönelik nefret söyleminde 2022 mart ayında trend topic olan konular seçilmiştir. Mart ayında Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe sosyal medyada nefret söylemlerinin hedefi haline gelmişler ve yapmış olduğu açıklamalardan dolayı sanal şiddete ve linçe maruz kalmışlardır. Bu ünlüler ile atılan tweetler, yanıt, retweet ve beğeni olarak niceliksel içerik analizine tabi tutulurken, örneklem olarak seçilen tweetlerin; Abartma/yükleme/çarpıtma, Küfür/hakaret/aşağılama, Düşmanlık/ savaş söylemi ve Simgeleştirme olarak dörde ayrılan nefret söylemi kategorilerinden hangisinde yer aldığı niteliksel içerik çözümlemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Bu kategorilerin tanımlamaları şu şekildedir:

Abartma/yükleme/çarpıtma: Bir kişiden ya da olaydan hareket edilerek bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, olumsuz atf içeren söylemler.

•Küfür/hakaret/aşağılama: Bir topluluk hakkında doğrudan küfür, aşağılama ve hakaret içeren söylemler.

•Düşmanlık/ savaş söylemi: Bir topluluk hakkında düşmanca, savaşı çağıran ifadelerin, şiddet betimlemelerinin yer aldığı söylemler.

•Simgeleştirme: Doğal bir kimlik unsurunun ya da kimliğin kendisinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanıldığı söylemler (<http://nefretsoylemi.org/rapor/mayisagustos-rapor-final.pdf>, 19).

Seda Sayan' a Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi

Seda Sayan mücevher fuarında yaptığı açıklamada “Kadınların mücevhere ulaşması ve alım gücü artık kolaylaştı”, ifadesi ile Twitter' da 29- 30 Mart 2022 tarihinde trend topik olmuş ve nefret söylemi içerikli on bine yakın tweet atılmıştır.

Tablo 1. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	Seda Sayan: Kadınların pırlantaya ulaşması kolaylaştı. Türkiye şartlarında alın teriyle para kazanan emekçi hiçbir kadın pırlanta sahibi olamaz. Sizin gibi yattığı yerden para kazanan arsız kadınlar için geçerli bu !
Yanıt	5
Retweet	12
Beğeni	220

Kaynak: <https://twitter.com/explore>

Sayan'a yönelik nefret söylemi içeren tweet 42 yanıt almış, 753 kez retweetlenmiş ve 13.300 beğeni almıştır. Seda Sayan 'a yönelik atılan bu tweet 'de doğrudan nefret söylemi içeren ve şarkıcıyı hedef alan “yattığı yerden para kazanan”, “arsız kadınlar” gibi ifadelerin karşısına emekçi hiçbir kadın pırlanta sahibi olamaz ifadesi biz ve öteki karşıtlığını ortaya koyan bir söylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda tweet de Sayan 'dan hareketle diğer ünlüleri de hedef alan; Abartma/yükleme/çarpıtma türünden nefret söyleminde yer alan bir kişiden hareketle “arsız kadınlar” ibaresi ile bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, olumsuz atf içeren nefret söylemi mevcuttur.

Tablo 2. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi



Yanıt	5
Retweet	171
Beğeni	1608

Kaynak: <https://twitter.com/explore>

Seda Sayan ile ilgili ikinci seçilen tweet'e beş yanıt verilmiş, 171 retweet ve 1608 beğeni almıştır. Tweetde İlber Ortaylı' dan alıntı yapılarak "Allah hiç kimseyi özgüvenli cahillerle, görgüsüz zenginlerle, şımartılmış aptallarla, çocuk kafalı yetişkinlerle muhatap etmesin söylemine yer verilmiştir. Tweet, dört kategoriye ayrılan nefret söyleminde Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde yer almaktadır ve tweet 'de şarkıcıya yönelik hakaret ve aşağılama unsurlarını barındıran "cahil, görgüsüz, aptal ve çocuk kafalı" kelimeleri ile şarkıcıya duyulan nefret dile getirilmiştir.

Tablo 3. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>İnsanlar faturalarını ödeyebilmek, evine ekmek alabilmek için alyanslarını bile satmaya başlamış. Seda Sayan, "Kadınların mücevhere ulaşması, alım gücü kolaylaştı" demiş. Tiksindim artık bunlardan</i>
Yanıt	5
Retweet	12
Beğeni	220

Sayan ile atılan ve ele alınan son tweet 5 yanıt, 12 retweet ve 220 beğeni almıştır. Bu tweetde ise, biz ve öteki dili kullanılarak bir tarafta geçimini sağlamaya çalışmak için alyansını satan insanlar diğer taraftan da bolluk içinde yaşayan öteki temsili sunulmuştur. Nefret söylemi kategorilerinden Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan "tikindim artık bunlardan" ifadesi ile çoğullaştırma yapılmış ve bir kişiden hareketle diğer ünlüler üzerinden de bir nefret dili inşa edilmiştir.

Demet Akalın 'a Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi Demet Akalın 29 Mart 2022 tarihinde Twitter 'da "Ramazan ayında TV kanallarına çıkaracağınız hocalara vereceğiniz yüzbinlerce lirayı dağıtın fakir fukaraya, ben razıyım geçen seneki programları izlemeye... Nasıl olsa her sene yeni ayetler inmiyor" diye paylaşımında bulunmuş ardından 31 Mart 2022 tarihlerinde Twitter'da tt (trend topic) olmuş 5.171 tweet atılmış ve nefret içerikli söylemlere maruz kalmıştır.

Tablo 4. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	<i>Sen yarı çıplak sahneye çıkıp saçma sapan şarkılar söyleyip Allaha isyan edip milyonlar kazanırken neden aynı hassasiyeti gösterip parayı bana değil fakirlere verin ne de olsa aynı şarkıları söyleyip duruyorum demedin. İğrençsiniz</i>
Yanıt	31
Retweet	70
Beğeni	823

Demet Akalın'ına yönelik ele alınan ilk tweet 31 yanıt, 70 retweet ve 823 beğeni almıştır. Akalın'ın ramazanda televizyonda program yapan hocalar için atmış olduğu hikâyeye yönelik ilk tweetde "yarı çıplak, Allah'a isyan etme, saçma sapan şarkılar "gibi ifadeler doğrudan şarkıcıya Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde yer alan nefret söylemini içermektedir. Ayrıca şarkıcının paylaşımına yönelik atılan bu tweetde "iğrençsiniz" ifadesi Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan bir nefret söylemidir ve şarkıcı ile birlikte diğer ünlüleri de içine alan bir nefret söylemidir.

Tablo 5. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi

Tweet	<i>Yılbaşı gecesi sarhoş eğlendirerek bir hocanın 30 günde aldığı parayı bir gecede cebe indirirken fakir fukarayı düşünmüyordun...</i>
Yanıt	11
Retweet	43
Beğeni	384

Akalın ile ilgili örneklem olarak seçilen ikinci tweet 11 yanıt, 43 retweet ve 384 beğeni almıştır. Tweetde, "sarhoş eğlendirerek, hocanın otuz günde aldığını bir günde cebe indirirken fakiri fukarayı düşünmüyordun" gibi ifadeler nefret kategorilerinden "Simgeleştirme" de yer almakta ve Akalın'ın şarkıcı kimliği nefret, aşağılama unsuru olarak görülüp nefret söylemine dönüşmüştür.

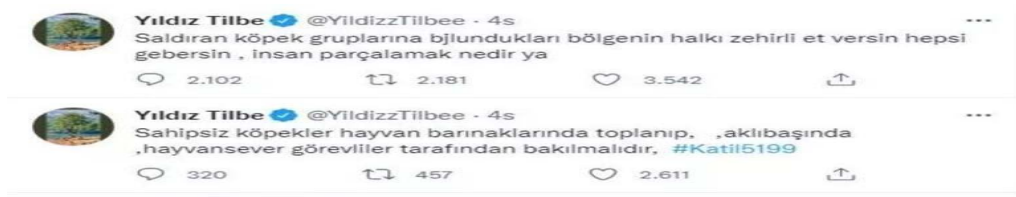
Örneklem olarak seçilen son tweetde 7 yanıt, 9 retweet ve 79 beğeni almıştır. Kullanıcı, Akalın'a gündem de olma çabası, "islama saldırma, hükümeti eleştirme, vokallerin sayesinde şarkı söyleyen, sesi yeteneği olmayan birisi" gibi Küfür/hakaret/aşağılama kategorisini içeren, şarkıcı aşağılayan ve hakaret eden bir söylem dili kullanmıştır. Aynı zamanda da Düşmanlık/ savaşı söyleminin yer aldığı bir kişi hakkında düşmanca ifadeler içeren nefret unsurlarını da barındıran bir söylemde bulunmuştur.

Tablo 6. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>Gündem de olma çabası İşsiz kalan ya "islama" saldırıyor yada hükümeti eleştiriyor, #demetakalin sende başkalarının yazdığı şarkıları vokallerin sayesinde söyleyen sesi yeteneği olmayan birisin, başkalarının yazdığı şarkıları her konser de söyleme nasıl olsa hep aynı şarkılar.</i>
Yanıt	7
Retweet	9
Beğeni	79

Yıldız Tilbe'ye Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi

Şarkıcı Yıldız Tilbe, 12 Mart'ta Twitter üzerinden yaptığı paylaşımında, "Saldıran köpek gruplarına buldukları bölgenin halkı zehirli et versin, hepsi gebersin, insan parçalamak nedir ya" ve "Sahipsiz köpekler hayvan barınaklarında toplanıp, aklıbaşında, hayvansever görevliler tarafından bakılmalıdır" ifadelerini kullanmıştı. Tilbe bu açıklamayı Twitter'da TT listesine girdi ve aralarında ünlü isimlerin de yer aldığı sosyal medya kullanıcıları tepki gösterdi (www.hurriyet.com.tr).

**Tablo 7.** Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	<i>Bizim evlatlarla konuştum. Onlar da "Yıldız Tilbe kısırlaştırılsın. Bu zihniyetteki bi kadın ana olmamalı" diyor. #yıldıztilbeboykot #yıldıztilbehaddinibil #YildizTilbe</i>
Yanıt	20
Retweet	122
Beğeni	704

Örneklem olarak alınan Tilbe 'ye yönelik ele alınan ilk tweet 20 yanıt, 122 retweet ve 704 beğeni almıştır. Yıldız Tilbe'nin attığı tweetlere tepki olarak tweetde "Bizim evlatlarla konuştum. Onlar da "Yıldız Tilbe kısırlaştırılsın. Bu zihniyetteki bi kadın ana olmamalı" ifadesi ile şarkıcıya annelik üzerinden aşağılama ve hakarete bulunularak Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde bulunan nefret söylemi gerçekleştirilmiştir.

Tilbe 'ye yönelik nefretin dile getirildiği ikinci tweet 20 yanıt, 109 retweet ve 531 beğeni almıştır. Şarkıcıya yönelik atılan ve örneklem olarak seçilen bu tweetde ise "Bundan sonra zehirlenen, dağ başına atılan, barınak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Yeşim Salkım ve Yıldız Tilbe'nin de payı vardır. Alenen katliamı ve bir canlının yaşam hakkının çalınmasını beyan ettiler ve hiç utanmadılar. Yazık." söyleminde bulunarak,

düşmanlık/savaş kategorisinde yer alan düşmanca ve şiddet betimlemelerini içeren katliam, zehirlenen, dağ başına atılan, barmak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Tilbe'nin payı olduğunu vurgulayan kullanıcı nefret söyleminde bulunmuştur.

Tablo 8. Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi

Tweet	<i>Bundan sonra zehirlenen, dağ başına atılan, barmak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Yeşim Salkım ve Yıldız Tilbe'nin de payı vardır. Alenen katliamı ve bir canlının yaşam hakkının çalınmasını beyan ettiler ve hiç utanmadılar. Yazık.</i>
Yanıt	20
Retweet	109
Beğeni	531

Tablo 9. Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>İnsanlara sokak köpeklerine zehirli et versin, hepsi gebersin diyen Yıldız Tilbe ne yaparsan yap bu laflarla insanları katliam yapmaya yönlendirdiğin gerçeğini ve hayvan düşmanı olduğun gerçeğini değiştiremezsin! Hayvanlar geberir, insanlar ölmüştü! Yok ya, o senin literatüründe</i>
Yanıt	3
Retweet	9
Beğeni	108

Şarkıcının ifadelerine yönelik atılan son tweet de 3 yanıt, 9 retweet ve 108 beğeni almıştır. Düşmanlık/ savaş içeren kategoride yer alan “bu laflarla insanları katliam yapmaya yönlendirdiğin gerçeğini ve hayvan düşmanı olduğun gerçeğini değiştiremezsin” ifadesi düşmanca ve şiddet betimlemeleri olan nefret söylemini içermektedir. Tweet’de ayrıca “yok ya o senin literatüründe” ifadesi ile kullanıcı kendisini var etmek adına şarkıcıyı ötekileştiren bir dil kullanmıştır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Yeni medya ile ortaya çıkan ve dijital ortamlar olarak tanımlanan sosyal medya platformları insanlar arasındaki etkileşimi artırmakta ve bir araya gelmelerini sağlayan kamusal alanlara dönüşmektedir. Bu kamusal ağlarda bir araya gelen insanlar herhangi bir olay, durum ya da bir kişi karşısında birlikte hareket etmekte ya da bireysel olarak düşüncelerini dile getirmektedirler. İnternete erişimin yaygınlaşması ve herkesin ulaşabilir olması sosyal medyada kullanıcı sayısını artırmaktadır. Web 2.0'ın kullanıcı türevli içerik üretme imkânı sunması dünyanın bir ucunda meydana gelen olayın ya da haberin diğer bir ucunda bireylerin haberdar olmasının sağlamaktadır. Sosyal medyanın sahip olduğu teknik özellikleri ile kullanıcılar olaylar ya da haberler hakkında duygularını ve düşüncelerini ifade edebilecekleri özgürlüğe erişmişlerdir.

Diğer bir deyişle, sosyal medya mecraları, insanlara kendilerini ifade edebilecekleri, düşüncelerini, duygularını ve fikirlerini hiçbir engel olmadan paylaşabilecekleri bir ifade özgürlüğü sunmaktadır.

Sosyal medya mecralarının sunmuş olduğu ifade özgürlüğü, kullanıcının kendinden olmayana ya da kendine benzemeyeni ötekileştirmek adına ezici, yıkıcı ve ağır ithamlarda ya da söylemlerde bulunduğu ortamlara dönüşmektedir. Bu özgürlük çerçevesinde sosyal medyada oluşturulan söylemler nefret söylemine dönüşerek bireyin kendini ifade etmesinin ve ötekinin dışlanması bir çıktısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin gündelik hayatta yüz yüze söyleyemedikleri şeyleri sosyal medyada rahatlıkla dile getirmesi, ya da sosyal medyada anonim kimliklerle içerik üretmesi ve dolaşıma sokması nefret söyleminin çoğalmasına ve yaygınlaşmasına yol açmıştır. Sosyal medya platformlarının takip etme, beğenme, yanıtlama ve paylaşma özelliklerinden dolayı da nefret söylemlerinin diğer kullanıcılara ulaşımını sağlamakta ve aynı fikirde olan kullanıcıların cesaretlendirip nefret söyleminde bulunmalarına neden olmaktadır.

Yapılan bu çalışmada, dijital ortamlarda ünlülere yönelik yapılan nefret söylemi ele alınmış ve Twitter üzerinden bir inceleme yapılmıştır. Çalışmada, kamusal alan olarak son zamanlarda oldukça popüler olan ve barındırmış olduğu özellikler bakımından bağımsız birçok kullanıcının aynı konu etrafında yorum yapmasını sağladığı ve kamusal gövde oluşturduğu için sosyal medya platformlarından Twitter ele alınmıştır. Çalışmanın ana teması olan nefret söylemi, literatürde farklı konular bağlamında ele alınırken, bu çalışmada varlıkları ve söylemleri ile toplumsal bir etki olan ünlülerin diğer insanlardan çok daha fazla nefret söylemlerine maruz kaldıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Çalışmada, Twitter 'da 2022 mart ayı içerisinde gündem olan ünlüler ile ilgili tweetler örneklem olarak seçilmiş ve bu ünlülere yönelik nefret içerikli söylemler ortaya çıkarılmıştır. Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe mart ayı içerisinde Twitter 'da trend topic olmuş ve bu ünlüler bir konu hakkında ifade ettikleri fikirlerinden dolayı nefret söylemlerine maruz kalmıştır. Seda Sayan, "kadınların alim gücü arttı mücevhere ulaşmak kolaylaştı" demesi ile Twitter 'da gündem olmuş ve kullanıcılar, şarkıcıyı aşağılayan, küfür, hakaret ve aşağılama kategorisinde yer alan nefret söylemlerinde bulunmuşlar ve bunun ardından Sayan bir açıklama yaparak artık hiçbir konuda fikir ifade etmeyeceğini söylemiştir. İkinci örneklem olarak seçilen ünlü Demet Akalın ' da ramazanda hocaların her sene program yapmasının gerek olmadığını, aldığı paraları fakir fukaraya dağıtılması konusunda sosyal medyada paylaşımda bulunmuş ve ardından Twitter 'da trend topik olmuştur. Kullanıcılar, şarkıcıyı nefret söylemi kategorilerinden Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan "tiksindim artık bunlardan" ve "iğrençsiniz" gibi ifadeler ile çoğullaştırma yapılmış ve bir kişiden hareketle diğer ünlüler üzerinden de bir nefret söylemi inşa edilmiştir. Son örneklem olarak seçilen Yıldız Tilbe, köpek saldırıları sonucunda hayatını kaybeden kişilerin haberlerinden sonra Twitter 'da paylaşımda bulunmuş ve hayvan severlerin ve diğer bireylerin yoğun tepkisi ile karşılaşmış ve büyük bir nefret söylemi ve linçle karşılaşmıştır. Şarkıcıya karşı yapılan nefret söyleminde hayvan düşmanı, katliamcı ve anne olmayacak kadar kötü bir birey olarak adlandırılmış ve düşmanca bir söylemde bulunulmuştur. Tilbe, sosyal medyada uğramış olduğu nefret söyleminden dolayı sanal lince ve tacize uğradığını dile getirerek avukatı ile bir basın açıklaması yapmış ve suç duyurusunda bulunmuştur. Şarkıcılara yönelik atılan tweetlerde kullanıcıların nefret söylemlerinde bulunduğu görülmüş ve bu olaylar sosyal medyada kalmayarak geleneksel medyada da yer bulmuştur.

Sosyal medya ağlarının merkezi yapısının olmayışı, denetimsizliği ve aynı zamanda kullanıcılarının anonim kimliklerle katılım sağlaması nefret söyleminin artmasına ve hızla

yayılmasına yol açmaktadır. Sosyal medyanın denetimsiz ve merkeziyetçi bir yapısının olmayışından dolayı bahsedilen bir engelleyiciliğin bulunmayışı Nefret söyleminin nefret suçuna dönüşmesi noktasında bireylere sorumluluk yüklemekte ve etik kuralları öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda da bireylerin paylaşımında buldukları zaman söylem pratiklerini süzgeçten geçirmeleri ve nefret söylemi içeren ifadelerle yer verip vermemek konusunda etik kuralları göz önünde bulundurmaları faydalı olacaktır ve aynı zamanda da bu farkındalığın ve bilinçliliğin sağlanması adına dijital medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması ve her bireyin bu okuryazarlığı öğrenmesi nefret söylemlerinin azaltılması adına atılacak adımlardan birisi olması bakımında önemli olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, M. (2020). Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (51), 57-78.
- Akyazı, E. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkileri: Ünlülerin Twitter Hesapları Üzerine Bir Araştırma, (Editör) Yengin, D.: *Sosyal Medya Araştırmaları* içinde (ss. 313-330) İstanbul: Paloma Yayınları.
- Akyazı, A. (2015). Bir İletişim Platformu Olarak Sosyal Medyada Çocuğa Yönelik Şiddetin Yansıması, (Editör) Yengin, D.: *Sosyal Medya Araştırmaları* içinde (ss. 45-56) İstanbul: Paloma Yayınları.
- Alğan, T. C. ve Levent, F. Ş. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek, Sosyal Değişim Derneği*https://www.academia.edu/3117846/Ulusal_Bas%C4%B1nda_Nefret_Su%C3%A7lar%C4%B1_10_y%C4%B1_10_%C3%96rnek, Erişim tarihi: 15.04.2022
- Ataman, H. (2012). *Nefret Söylemi Ve/Veya Nefret Suçları*. (1. Basım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Akturan, U. ve Baş, T. (2017). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (2. Basım), İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Binark, M. (2010). Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi, (Editör) Çomu, T.: *Yeni Medyada Nefret Söylemi* içinde (ss. 11-53) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Castaño-Pulgarín, S. A., Suárez-Betancur, N., Vega, L. M. T. and López, H. M. H. (2021). Internet, social media and online hate speech. Systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 58, 101-608.
- Castells, M. (2020). *İnternet Galaksisi*. (Çeviren, Hasdemir, A. T.) İstanbul: Phoenix Yayınları.
- Dijk, V. J. (2016). *Ağ Toplumu* (Çeviren, Sakin, Ö.). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Fortuna, P. and Nunes, S. (2018). *A survey on automatic detection of hate speech in text*. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 51(4), 1-30.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Giriş*. (Çeviren, Kalaycı, İ. ve Saraçoğlu, H.) İstanbul: Notabene Yayınları.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. (1. Basım), İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- Gerbaudo, P. (2014). *Twitler ve Sokaklar*. (Çeviren, Akınhay, O.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Ghaffari, S. (2022). Discourses of celebrities on Instagram: digital femininity, self-representation and hate speech. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 161-178.

Habermas, J. (2010). Kamusal Alan, (Editör) Özbek, M.: *Kamusal Alan* içinde (ss. 95- 102) İstanbul: İletişim Yayıncılık.

<https://www.adl.org/sites/default/files/documents/pyramid-of-hate.pdf>. [Erişim Tarihi: 12 Şubat 2022].

https://twitter.com/hashtag/sedasayan?src=hashtag_click, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

<https://www.exportdata.io/trends/turkey/2022-03-31>, [Erişim Tarihi: 15.03.22].

https://twitter.com/search?q=%23YildizTilbe&src=typeahead_click&f=top, [Erişim Tarihi: 18.03.22].

https://twitter.com/search?q=%23demetakalin&src=typeahead_click&f=top, [Erişim Tarihi: 31.03.2022]

<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/sokak-kopekleri-icin-attigi-tweet-olay-olmustu-yildiz-tilbeye-tepki-bitmiyor-42022745>, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

https://www.konhaber.com/yildiz_tilbe_den_sahipsiz_kopeklerle_ilgili_sosyal_medyada_linc_e_dildigi_iddiasıyla_suc_duyurusu-1742888.html, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

<https://twitter.com/?lang=tr>, [Erişim Tarihi: 25.02.2022].

İnceoğlu, Y. ve Çoban, B. (2014). *Azınlıklar Öteki ve Medya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kalın, İ., (2017). *Ben, Öteki ve Ötesi*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Khosravini, M., and Esposito, E. (2018). Online hate, digital discourse and critique: Exploring digitally mediated discursive practices of gender-based hostility. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 45-68.

Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Columbia, MD, U.S.A.: Sage Publications.

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

Marshall, D. (2006). *The celebrity culture reader*. Austin, TX, U.S.A.: Routledge.

Marwick, A. (2013). *Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven, CT: Yale University Press.

Marwick, A. and Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter, 17(2), 139-158.

Schmidt, J., H., (2016). Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu, (Çeviren, Erbatır, E.) (Editör) Weller, Bruns vd.: *Twitter ve Toplum* içinde s. 47-61. İstanbul: Kafka Yayınları.

Sözen, E. (2014). *Söylem*. İstanbul: Birleşik Yayınları.

Turner, G. (2004). *Understanding Celebrity*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Türk, D. (2013). *Öteki, Düşman, Olay Levinas, Schmitt ve Badiou’de Etik ve Siyaset*. İstanbul: Metis Yayınları.

Weber A. (2009). *Nefret Söylemi El Kitabı*. Avrupa Konseyi Yayınları. 02.05.2014, www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_söylemi.pdf 58, Erişim tarihi: 20 Şubat 2022.

Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., ve Puschmann, C., (2016). Twitter ve Toplum: Giriş, (Çeviren, Erbatur, E.). (Editör) Weller, K., Bruns, A. vd.:. *Twitter ve Toplum* içinde s. 33-44. İstanbul:Kafka Yayınları.

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

Yedekci, E. U. ve Yedekci, E. (2021). Sosyal Medyanın Kamusal Alan Oluşturma Potansiyeli Üzerine: Bookstagram Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 109-140.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (4. Basım), İstanbul: Seçkin Yayınları.

Zhang, Z., and Luo, L. (2018). Hate speech detection: A solved problem? The challenging case of long tail on Twitter. *In Semantic Web* s. 1–21. <https://doi.org/10.3233/sw-180338>, Erişim tarihi: 15.03.2022.