

Atıf - Reference: Okur, Atiyenur (2020) Güzellik algısı üzerinden sosyal medyada linç kavramı: Armine Harutyunyan örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 5(10): 119-140.

Güzellik algısı üzerinden sosyal medyada linç kavramı: Armine Harutyunyan örneği

Atiyenur Okur*

Öz

Geleneksel medyanın aksine kullanıcılarının hem tüketici hem de içerik üretici olarak iletişime aktif katılımına olanak sağlayan yeni medya, internete erişim sağlanılabilen telefon, tablet, laptop vb. elektronik iletişim araçlarıyla bağlanılabilen bir sanal dünya yaratmıştır. Bu sanal dünya içinde ortaya çıkan sosyal medya uygulamaları, kullanıcılarına olumlu birtakım özellikler sunmasının yanı sıra, olumsuz durumların da yaşandığı platformlar haline gelmiştir. Bu mecralarda yaşanan ve son zamanlarda sıklıkla gündeme gelen olumsuzluklardan biri de sanal linçtir. Sanal ortamda baskı, hakaret, aşağılama, sindirme veya nefret söylemi ile gerçekleştirilen psikolojik şiddet türü olarak karşımıza çıkan sanal linç durumu, farklı konularda ve farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Çalışma kapsamında, sanal linçin Twitter'da aşağılama, hakaret, nefret söylemi gibi ifadeler barındıran paylaşımlarla, fiziki görünüm üzerinden nasıl gerçekleştirildiği, nitel içerik analizi ve eleştirel söylem analizi yapılarak ortaya koyulmaya çalışılmış ve sanal linç değerlendirilmiştir. Konu kapsamında; küresel bir moda markası olan Gucci için podyumda yer alan Armine Harutyunyan isimli mankenin, medyanın da sunduğu, modern dünyada kadından beklenen kusursuz ve standartlaşmış güzellik profiline sahip olmaması nedeniyle sosyal medya kullanıcıları tarafından çirkin yorumlara maruz kaldığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, sanal linç, Twitter, güzellik

The concept of lynch in social media through the perception of beauty: The example of Armine Harutyunyan

Abstract

Unlike traditional media, the new media, which includes its users as an active participant in communication as both consumer and content producer, has created a virtual world that can connect with devices such as smartphones, laptop, tablet that can access the internet. New media and social media are not only an areas with positive properties but also an area where negative events occur. Virtual lynch too is one of the negativities experienced in these areas. The virtual lynch situation which appears as a type of psychological violence carried out in virtual environment with physical pressure, insult, humiliation, intimidation or hate speech takes place on different subjects and in different ways. In this study, it was tried to be evaluated by using qualitative content analysis and critical discourse analysis method how people are lynched with humiliation, insults and hate speech contents on Twitter, which is a social media application, due to their physical appearance. Armine Harutyunyan, who has an appearance other than the uniform beauty profile presented by the media, has been seen to be in a bad way criticized owing to her physical appearance by social media users after walking on the catwalk for a global famous brand.

Keywords: Social media, virtual lynch, Twitter, beauty

* Yüksek lisans öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, e-posta: okuratiye@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8534-6654

Giriş

İletişim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle, yeni kitle iletişim araçları ortaya çıkmış; bu yeni kitle iletişim araçları içinde yer alan yeni bir medya ortamı oluşmuştur. Web 2.0 teknolojisinin iletişim sürecinde iletişim alıcısına sağladığı aktif katılıma yönelik yapısı, sosyal medya platformlarının var olmasına öncülük etmiştir. Sosyal medya uygulamaları, birçok kişi tarafından çeşitli amaçlarla kullanılabilen; kullanıcılar bir şekilde bu platformlarda var olmaktadır. Büyük bir kitle tarafından kullanılan sosyal medyada var olan sanal dünya ve gündelik hayat iç içe geçmiş ve gündem çoğunlukla her iki dünyada eş zamanlı olarak ilerlemektedir.

Sosyal medya ortamları bugün gelinen noktada doğrudan hayatla ilişkili, bireyin hayatını etkileyen öneme sahip bir konumdadır. Sosyal medya uygulamalarında bir süre olmamak veya olamamak, sanal dünyadan kopmak; sosyal medya uygulamaları aracılığıyla diğerleriyle kurulan, görünmeyen o bağdan fiziki olarak da kopmak anlamına gelebilmekte ve kullanıcılar bu durumdan etkilenecek yoksunluk hissetmektedir. Sosyal ağlarla insanlar birbirleriyle iletişim kurmakta, haberleşmekte, gündemden haberdar olmakta, eğlenmekte, bilgilenmekte, gözetlemekte ve gözetlenmektedir. Kullanıcılarına sağladığı olanaklar dışında, sosyal medyayla hayata dahil olan yeni kavramlardan biri olarak sanal linç kavramı ortaya çıkmıştır. Sosyal linç, sanal linç veya sosyal medya linci sosyal medyada farklı konular üzerinden gerçekleşmektedir.

Çalışma kapsamında incelenen, insanların genel fiziki görünümü veya sahip olduğu herhangi bir fiziksel özelliği nedeniyle sosyal medya platformlarında aşağılayıcı, küçük düşürücü, alaycı yorumlara maruz kalması şeklinde gerçekleşen dış görünüş temelli sanal linç; bu ortamlarda gerçekleştirilen linçlerin yalnızca bir boyutunu göstermektedir. Sosyal medyada fiziksel görünümün yanı sıra; söylenen ya da açıklanan herhangi bir görüş, toplumu ilgilendiren konularla ilgili özellikle kamuoyu tarafından tanınan kişilerden yapılması beklenen paylaşımlar; sahip olunan cinsel yönelim, dini inanış, siyasi duruş, siyasi söylem ve gündelik hayat içinde yaşanan bir olayın sosyal medyaya yansımaları gibi birçok konu ve durumda, hedefte bulunan kişi, grup ya da kuruma yönelik hakaret, küfür, şiddet ve nefret söylemleri şeklinde gerçekleştirilen çok sayıda sanal linç örneklerine rastlanmaktadır.

Güzellik, estetik gibi kavramlar daha çok kadın bedeni üzerinden konuşulan konulardandır. Her toplumun kendine özgü güzellik algısı olmakla birlikte; güzelliği algılama ve onaylama öznel bir yargılamaya tabidir. Toplumumuzda güzel ve estetik bir görünümün, her zaman insana avantaj sağladığı algısı vardır. İnsanlar, güzel bir görünüme sahip kadın ya da erkeğe ilk etapta sırf güzelliğinden dolayı olumlu bir davranış sergileme eğilimine sahip olabilmektedir. Bu durum, güzel bulunan insanlara yönelik pozitif ayrımcılığı ifade ederken; kimi zaman da tam tersi, güzel bulunmayanlar için negatif ayrımcılıkla dışlama olarak kendini göstermektedir.

Özellikle popüler isimlerden güzel olmaları beklenir. Medyada sunulan ve yer alan insanlar, genellikle içinde bulunulan toplumun ya da evrensel güzellik standartlarına göre, güzel olarak nitelendirilebilecek kişilerdir. Gerek medya gerekse yeni medyayla hayata dahil olan sosyal medyada güzel olanın övülerek yüceltildiğini, toplumun ya da evrenselin güzellik standardına uymayan kişilerin ise arka planda bırakılarak ötekileştirildiğini ve güzelliği oranında değer gördüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Çalışma kapsamında dış görünüş ve güzellik temelli aşağılayıcı, alaycı söylemleri açık bir şekilde ortaya koyabilecek bir konu olarak küresel bir marka olan Gucci'nin yeni mankeni Armine Harutyunyan'a yönelik Twitter'da yapılmış yorumlar incelenmiştir.

Manken ya da model denildiğinde zihinlerde son derece güzel bir yüz, uzun boy, uzun bacaklar gibi öğelerin yer aldığı bir imaj akla gelmektedir. Toplumumuzda var olan “Manken gibi kız!” benzetmesiyle mankenliğin güzellikle özdeşleşmiş ve zihinlerde bu şekilde yer edinmiş olduğu açıkça görülmektedir. Gucci markası seçmiş olduğu manken tercihiyle gündeme gelmiş; bir kesim tarafından yeni bir güzellik algısı yaratmaya çalıştığı imajı çizdiği şeklinde yorumlanmıştır. Seçmiş olduğu mankenlerden biri olan Armine Harutyunyan, mankenlikle özdeşleşen standartlar dışında, medya tarafından yüceltilmeyen ve aslında gösterilmeyen farklı bir görseelliğe sahip olduğu için dikkat çekmiş ve sosyal medya platformlarında yorumlanmıştır. Her ne kadar olumlu eleştiriler mevcut olsa da kendisi, görünüşüne yönelik olumsuz bakış açısı ve eleştiriler nedeniyle gündeme gelmiştir. Anayasa’nın 26. maddesinde düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti “Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet Resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin sistemine bağlanmasına engel değildir.” şeklinde düzenlenmiştir. Dolayısıyla eleştiri hakkı demokratik bir hak olmakla birlikte hakaret içermesi durumunda suç teşkil etmektedir.

Çalışmaya dahil edilecek yorumlarda, nitel içerik analizi ve eleştirel söylem analizinden yararlanılmıştır. “... Nitel analiz yapan araştırmacı, alandan toplamış olduğu verilerden hareket ederek bu veriler içerisinde saklı duran bilgiyi keşfetmeye ve ortaya çıkartmaya çabalamaktadır.” (Özdemir, 2010: 328). Söylem analizinde ise kullanılan dil incelenmekte ve yazınsal veya sözel olarak kullanılan metnin ardında bulunan anlam açığa çıkarılmaya çalışılmaktadır. Eleştirel söylem analizi, öncelikle sosyal gücün kötüye kullanımı, tahakküm ve eşitsizliğin; cinsiyet, ırkçılık, sınıf farkı gibi konularda toplumsal ve politik bağlamda metin ve konuşma ile yürürlüğe girmesi, yeniden üretilmesi, meşrulaştırılması süreçlerinin nasıl işlendiğini inceleyen söylem analizi yöntemidir (Van Dijk, 2015: 466-467).

Linç kavramına genel bakış

Türk Dil Kurumu (TDK)’na göre linç kelimesi; “Birden çok kimsenin kendilerine göre suç olan bir davranışından ötürü birini, yasa dışı ve yargılamasız olarak öldürmesi.” anlamına karşılık gelmektedir. TDK’nin çevrimiçi güncel sözlüğünde “linç etmek” ifadesi; “yargılamadan öldürmek” ve “yargılamadan cezalandırmak” olarak açıklanmaktadır. Linç kelimesi farklı kaynaklara göre tarihte yer alan şiddet içerikli çeşitli olayları gerçekleştiren kişilerin soy isimleri olan Lynch’e dayanmaktadır. Linç kavramına kaynak olan 4 kişiden 3’ünün yargıç olduğu bilinmektedir. Bunlardan James Lynch, İrlanda’nın Galway kasabasında 1943 yılında cinayet zanlısı olan oğlunu mahkum etmiş ve asarak evinin penceresinden sarkıtmıştır. Diğer bir isim, Amerikan Bağımsızlık savaşı sırasında düşman İngiltere’ye sadık kaldıkları için düşman olarak gördüğü kişileri ve adı suç zanlısı olanları mahkemede yargılamadan genellikle kırbaçlayarak cezalandıran Charles Lynch’tir. Aşırı sert olmasıyla Kuzey Carolina’da ün salan John Lynch de bir yargıçtır (Bora, 201: 8-9). Bahsedilen bu üç isim dışında 18. yüzyıl sonlarında Kentucky’de polis teşkilatı ve güvenlik güçleri bulunmadığı için bölgede yakalanan suçlular için yargıçmış gibi idam kararı veren ve milis örgütleyen çiftçi William Lynch’den bahsedilmektedir (Yılmaz, 2012: 1). Bunlardan yola çıkılarak düşünüldüğünde linç adaleti sağlamak veya hukuku tesis etmek amacıyla başvuru

cezai bir yöntem olmuştur. Güvenlik gücü bulunmayan yerlerde insanlar, hukuklarını kendi içlerinde oluşturmuş ve kendi yargılamalarıyla ceza verme yoluna gitmişlerdir.

Linç kelimesi ilk etapta Amerikan iç savaşında Klu Klux Klan gruplar tarafından siyah tenli insanlara uygulanan ırkçı şiddeti anlatmak için kullanılan bir kelime olmuştur (Hill, 2009: 4-8; aktaran Yılmaz, 2012: 8). Binlerce üyesi bulunan Klu Klux Klan, kitlesel bir kabulle toplumda meşruiyet görmüş binlerce üyesi olan bir gruptur (Bora, 2014: 8).

Linç, suçlu olan ya da ona başvurular tarafından yanlış bir davranış sergilediği düşünülen kişi ya da kişilere yönelik gerçekleştirilmektedir. Linç eylemlerini onaylayanlara göre; yanlış davranış içinde bulunanlar cezalandırılmayı hak etmektedir. Linçe başvuran kişiler genellikle hukuk sisteminin yeterli cezalandırmayı yapamayacağını düşünmektedir. *“Linç, kalabalığın azlığı çığnemesidir -bazen, tek birisini. Korunmasız, çaresiz durumdakine saldırmaktır. Köşeye kıştırılmış, kuşatılmış olana çullanmak... Yerdeğine bir tekme savurmak... Bireysel sorumluluk üstlenmeden, kalabalığın koynuna sığınmış, ‘anonim’ bir cürmün gölgesine saklanarak...”* (Bora, 2014: 10). Linççiler, haklı olma içgüdüleriyle hareket etmektedir. Yani linç, suçlu olanın hak ettiği cezayı toplumun kendisinin uygulamak istemesidir. Segrave (2010; aktaran Aloğlu, 2018 :5), linçin, şüphelilerin cezalandırılarak devletlerdeki adalet eksikliğini gidermek için başvurulmuş bir yöntem olması dışında, artık toplumdaki çeşitli sosyal grupların fikir ve görüşlerini ve inançlarını toplumun bir kesimine dayatarak kontrol, yıldırma, iktidar ve terör gibi faktörler nedeniyle uygulanan farklı bir boyut kazandığını söylemektedir.

Linç, yalnızca suçlu olan ya da suçlu olduğu düşünülen kişilere yönelik değildir. Belirli gruplara yönelik gerçekleşen linçler de vardır. Bu noktada linç ve nefret söylemi, nefret suçları arasında bir bağlantıdan bahsedilebilir. Etnik köken, cinsel yönelim, dini tercihler doğrultusunda ait olunan ve temsil edilen grubun geneline yönelik var olan nefret ve ön yargıyla işlenen suçlar nefret suçu olarak nitelendirilirken; linç, toplum tarafından suçlu görülen kişi ya da gruplara yönelik gerçekleştirilmektedir. Kimi zaman herhangi bir olay ya da durumda suçlu olan ya da olduğu düşünülen kişi linç edilirken; onun temsil ettiği dini, etnik, siyasi vb. gruba yönelik beslenen nefretin de gün yüzüne çıkmasıyla kişi, aynı zamanda nefret söylemi ve nefret suçuna maruz kalabilmektedir.

Linç eylemleri ya da girişimleri bir kitle tarafından gerçekleşmektedir. Kalabalık anlamına gelen kitle; farklı sosyal statülere sahip bireylerin, her ne sebepten olursa olsun rastgele oluşturduğu bir topluluktur. Psikolojik olarak bakıldığında ise bazı özel durumlarda bir araya gelen insan topluluğu, artık onu oluşturan fertlerin bireysel karakterlerinden bağımsız yeni bir karakter meydana getirmektedir (Le Bon, 1997: 19). Le Bon’a göre (1997: 23, 25), farklı etkenler sonucu bir araya gelen psikolojik kitle, bireylerin karakterinden bağımsız yeni ve geçici bir canlı gibidir. Nasıl ki farklı özelliklere sahip hücreler birleşerek kendi özellikleri dışında farklı bir bütünlük meydana getiriyorsa; bireyler de kitle içinde kaynaşarak, kendi kimliklerinden sıyrılarak yeni bir organizma yaratmış gibi bir hal alır. Kaynaşan kitle içindeki bireyler, kolektif bir bilince sahiptir ve akli yeti ve kişiliklerini askıda bırakarak grup çoğunluğuna göre hareket ederler. Freud (1975: 6), bireylerin kaynaşmasının ve kitle yaratmasının ancak onları ortak paydada buluşturan bir bağla mümkün olduğunu söyler ki zaten kitlenin karakteristik özelliği de bu bağ üzerinden oluşmaktadır. Kolektif bir ruhun oluşması ve devamlılığı için “öteki”ne ihtiyaç vardır. Topluluğa yönelik herhangi bir sorun oluşması durumunda, kolektif ruh bütün sorun ve suçların kaynağı olarak ötekini sorumlu tutarak günah keçisi ilan eder böylece linç gerçekleştirilir. Campbell (2013: 35-38), günah keçisini, *“bir kişinin veya grubun başına gelen kötü şans, felaketleri, hastalıkları ve*

kötülükleri sembolize eden ve taşlandığında, bir nehre veya denize atıldığında tüm bu olumsuzlukları beraberinde götüreceğine inanılan her türlü obje, hayvan, kuş veya insan.” şeklinde tanımlamaktadır. Linç eylemlerinde tek tek kişiler değil; kitlenin oluşturduğu grup sorumludur. Kimliği belirsiz olan grupta “biz” duygusu vardır. Linç sırasında hukuk arka plana itilerek grup tarafından “tahrik olma” hakkı kullanılır ve “biz”e yönelik tehdit unsuru olarak görülen her şey ve herkese şiddet uygulanmaktadır. Kitle içindeki bireyler, şiddeti kendilerine göre haklı gerekçelerle normalleştirir ve meşrulaştırır. Bu durum şöyle bir sonuç doğurmaktadır ki; “biz”den olmayan herkes doğrudan hedef konumunda kalarak zarar görme riskine sahipken; ne “biz”den olan ne de tam olarak “biz”in karşısında olanlar, egemenin bu tavrı karşısında dolaylı yoldan tehdit edilmektedir (Açıkel, 2014: 164). Canetti (2003: 28), kitle içinde “zulme uğramışlık” hissini düşman ilan edilene yönelik öfke ve sinirlilik halini doğurduğunu söyler. Düşman olarak görülen kişilerin ılımlı, sert, yumuşak davranışlarda bulunmasının önemi yoktur. Çünkü her davranış kitleyi yok etme amacı taşımakta ve art niyetli olarak görülmektedir. Kitle içindeki birey, kitledeki anonimlik ve sağlanan birlik duygusunun verdiği cesaretle normalde bireysel olarak yapamayacağı ya da yapmayacağı şeyleri yapabilmektedir.

Bireyin kendini tanımlayabilmesi için “öteki”ne ihtiyaç vardır. Hayatın her alanında olduğu gibi bireyin “ben”i de kendisi gibi olmayan karşıtı üzerinden tanımlanmaktadır. Birey, kendisine benzemeyeni görerek kendiliğinin farkına varır. Bu süreçte “ben”liğini nasıl “öteki” üzerinden konumlandırıyor ise kendisini ait hissettiği herhangi bir grup içinde de “biz”i aynı şekilde konumlandırmaktadır. Türk Dil Kurumu’nun güncel çevrimiçi sözlüğünde “öteki” “Sözü edilen veya benzer iki nesneden önem ve konum bakımından uzakta olan” ve “Mevcut kültürün içinde dışlanmış olan” anlamlarına gelmektedir. “Öteki”, “biz”den olmayandır. Birey, “biz”de bulunmayan ve olumsuz olarak nitelendirdiği özelliklerin “öteki”nde olmasıyla bu karşıtlığı oluşturur ve onu kendisi dışında konumlandırır. Karaduman (2010: 2889), “biz”in ötekileri sosyal düzende var olan kötülüklerin sebebi olarak gördüğünü söylemiştir. “Biz”e göre ötekiler, sosyal düzeni tehdit edici davranışlara sahiptir ve dolayısıyla başlarına gelen kötü olayları hak etmektedir. Ötekilerin yaşamış oldukları talihsizlikler, felaketler “ben” ya da “biz”in şükür etmesini sağlamaktadır.

Bir toplumda var olan kültür ve normların dışında kalan her şey ötekileştirilmektedir. Topluluğun homojenleşmesiyle birlik-beraberlik ve aidiyet duygusu pekiştirilerek topluluğun kimliği ve kültürünün devamlılığı sağlanmaktadır. Topluluk içinde bir tehdit unsuru oluşması durumunda, iktidar elitleri tarafından öteki ve biz arasında bir çatışma yaratılır. Çünkü topluluğa yönelik herhangi bir tehlike durumunda topluluğu koruma içgüdüleriyle hareket edilir. Böylece topluluk üyeleri birbirine kenetlenir. Toplumsal kimlik, “farklılık bilinci”yle yaratılmaktadır. Üyeler, ötekiden farklı olan “biz”lik duygusuyla bireysel kimliğini inşa eder. Böylece bireysel kimlik toplumsal kimliğe eklenmektedir (Bauman, 1997: 51; aktaran Türk, 2017: 468). Bilgin (2007: 185-198; aktaran Türk, 2017: 468), ötekileştirmenin toplumsal kimlik inşa ettiğini söyler. Topluluk kültürü dışındaki norm ve kültür, negatif olarak görülen özellikler, sosyal kıyaslama ve özdeşleşmeyle ötekine atfedilerek topluluğun ve üyelerinin sahip olduğu düşünce, kültür, davranış şekilleri yüceltilerek topluluk kimliği yüceltilir.

İnsanlar, kendilerini ve başkalarını algılama sürecinde çeşitli gruplandırmalar yapmaktadır. Bu da yaş, cinsiyet, din, ten rengi, meslek gibi pek çok ölçüt üzerinden gerçekleştirilmektedir. Sosyal kimlik kuramına göre, insanların tutumları ait oldukları

gruplardan etkilenmektedir. Bireyin kimliği, kendisi hakkındaki düşünceleri, kendisini özdeşleştirdiği gruplardan etkilenmektedir. İnsanların, özgüven ve imajlarını korumaya güdülendiği tezini savunan kurama göre kişinin kendisini özdeşleştirdiği bir futbol takımı bir maçı kazandığında dahi kişi gururlanmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2010: 308). Bununla birlikte insanlar, dünyayı bizden olanlar ve bizden olmayanlar olarak iki gruba ayırır. Sosyal psikolojide açıklanan iç grup ve dış grup kavramları, bizden olan ve olmayanlara karşılık gelmektedir. İnsanlar, kendilerini ait hissettikleri grupları üstün görerek kendisi gibi olanları kayırma eğilimine sahipken; dış grubunda olanlara yönelik yanlı veya ön yargılı bir tutum takınabilir (Kağıtçıbaşı, 2010: 278). İç grup ve dış grup yanlılığı, siyasal, toplumsal çeşitli ilişkilerde; etik, adil ve hukuki zeminden uzaklaşarak gerçekçi olmayan birtakım değerlendirmeler yapılmasına neden olmaktadır. Tüm bunlar neticesinde dış gruba yönelik ayrımcılık; nefret söylemi, şiddet ve lince yol açmaktadır (Türk, 2017: 476). Ötekine yönelik düşmanlığın üç temel sebebi vardır. Bunlar kalıp yargı, ön yargı ve ayrımcılık olarak açıklanabilir. Toplumsal bir gruba yönelik inanç ve yargılar vardır. Bireylerin herhangi bir gruba ait özelliğe sahip olması durumunda, onun yapmış olduğu her şey grubun özelliği olarak algılanır. Yani grup içindeki çeşitlilik göz ardı edilir ve insanlar gruplar şeklinde kategorilendirilir (Kağıtçıbaşı, 2010: 274-275). Böylece insan zihninde kalıp yargılar oluşmaktadır. Bu durumda; ortak özellik bulunan iki insandan biri olumsuz bir davranış sergilediği zaman, aynı davranışı diğerinin de sergileyeceği düşünülür. Kalıp yargılar, ön yargıların bir parçasını oluşturur. Kalıp yargı olarak zihinlerde var olan düşüncelere, bir duygulanımın eşlik etmesi sonucunda ön yargı oluşmaktadır. Ön yargı, hatalı veya eksik bir yargılama sonucunda bir gruba veya onun üyesine karşı takınılan olumsuz bir tavır şeklinde tanımlanmaktadır (Fiske 1998; Jones 1997; Nelson 2002; aktaran Paker, 2011: 1). Ön yargı, bir kişi ya da gruba yönelik zihinsel bir olguya işaret ederken; ayrımcılık bir gruba ya da kişiye yönelik eşitsiz/farklı, gözlemlenebilir davranışlar şeklinde ortaya çıkmaktadır (National Research Council, 2004; aktaran Paker, 2011: 1). Ayrımcılık, pozitif ve negatif olarak iki kategoriye ayrılmakla birlikte; nefret söylemi ve suçlarıyla ilgili olumsuz/negatif türde bir ayrımcılık yapılmaktadır.

Canette, ideal durumda bireyler arasında var olan bütün sınırların ve mesafelerin kitle içindeyken, cinsiyet ayrımı dahi yapılmaksızın, ortadan kalktığını ve herkesin eşit konumda olduğunu söyler. Böylece kitle içindeki herkes, birbirlerinden zarar görmeyeceği düşüncesine sahip olur ve korku duygusundan kurtularak rahatlar. Canetti'ye göre, insanlar arasında mesafeler bulunmaktadır. Bu mesafeler toplumların yapısına göre, bazen doğumdan itibaren kazanılan değerlerle; bazen de bireyin yaptığı meslek ya da sahip olduğu mülkiyetle ayarlanmaktadır. Konum olarak diğerlerinden üstün olmak, kişiye tatmin duygusu sağlasa da kişideki hareket özgürlüğünün yitirilmesini yok etmez. Bu kişinin taşıdığı bir yükür ve bundan kurtulmak da ancak kitle içinde bulunmakla olacaktır. Herkesin eşit ve birbirine aynı derecede yakın olduğu, tüm ayrımların dışarıda bırakılarak oluşturulan kitlede, bireyler rahatlama hissiyle deşarj olmaktadır. Böylece insanlar mesafe yüklerinden kurtularak kendi kişiliklerinin ötesine geçer. İnsanların mesafeler yüzünden kendi içlerine kapanması kitle içinde yok olur ve bireyler özgürlüğüne kavuşur (2006: 15-31).

Durkheim'in formülleştirmiş olduğu günah keçisi kuramı, yoksunluğun yaratmış olduğu saldırganlık dürtüsü nedeniyle diğer kişi ya da gruplara yönelik şiddetin ortaya çıktığını söyler. Günah keçisi olarak görülene uygulanan şiddet, olumsuz streatip ve yargılarla haklılaştırılır. Kendi zorluklarının sebebinin başkasını olduğunu görmek, içsel çatışmaları çözen bir savunma mekanizmasıdır. Bir grup, dış grubun varlığıyla

kaynaşarak kendini var eder ve güçlendirir (Schnapper, 2005: 136-137). Engellenme-saldırganlık kuramına göre; saldırganlık, kişinin engellenmesinden dolayı ortaya çıkmaktadır. Fakat yine de engellenmiş olmanın her durumda saldırganlığa dönüşmeyebileceği, saldırganlığın tek sebebinin engellenme olmadığı düşüncesi kabul görmüştür (Well&Miller, 1993; aktaran Çelik ve Otrar, 2009: 103). Engellenme-saldırganlık kuramına göre; şiddet ve linç, saldırganlık dürtüsünü tetikleyen “biyolojik olarak ortaya çıkan sürü içgüdü”nden kaynaklanmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2006; aktaran Türk, 2017: 471). Sosyal öğrenme kuramcılarına göre ise saldırganlık, öğrenilebilen bir davranıştır ve dışsal ve çevresel sebeplerle açıklanabilmektedir (Bandura, 1971; aktaran Hasta ve Güler, 2013: 67).

Baumann, Amerikan kasabalarıyla ilgili Sennett’in yapmış olduğu incelemede evrensel olabilecek bir sonuca ulaştığını söylemiştir. Çalışmaya göre; ırksal, sınıfsal veya etnik ayrımların görüldüğü homojen tek tip yerel topluluklarda öteki olarak görünenlere karşı şüpheli bir yaklaşım vardır. Farklı olana tahammülsüzlük, yabancılara karşı öfkeyle “yasa ve düzen” kaygısıyla ayırım ve uzak tutma isteklerinin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Homojen yerelliklerde, düşünüşte, görünüşte, davranıştaki tek biçimlilik uyumlu olmayı gerektirmektedir. Uyum sağlanmadığı takdirde ortaya hoşgörüsüzlük çıkmaktadır. Çünkü homojen yerelliklerde daima tek tip özellikler gören insanların farklılık ve belirsizlik karşısındaki davranış şekilleri konusunda gerekli karakter ve beceriye sahip olması zordur. Böyle bir durumla karşılaşan insanlar “biz” gibi olmayan farklı veya tuhaf olarak algılanan “öteki”nden dolayı korku duygusuna kapılmakta ve onu tehlike olarak algılamaktadır (1997: 52).

Yeni medya: Sosyal medya

20. yüzyılın son çeyreğinde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler günlük hayat içinde birtakım yenilikler meydana getirmiştir. İnternetle birlikte medya kavramı dönüşüme uğramış; televizyon, radyo, gazete, mektup gibi kitle iletişim araçları dışında farklı bir kitle iletişim ortamı olarak yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni medya, bilgisayar ve internet birlikteliğinden oluşmuş; sonrasında ise akıllı telefon, tablet gibi elektronik cihazlarla gündelik hayat içerisinde her daim hareket halinde taşınabilen bir iletişim ortamı sunmaktadır. 1995 yılından sonraki süreçte, web 1.0 teknolojisi kullanılmaya başlanırken 2004 yılında teknolojiye yeni gelişmeler yaşanmış; web 2.0’in hayata dahil olmasıyla küresel ve toplumsal yapı gelişmelerden etkilenmiştir. Web 2.0 ile birlikte zaman ve mekân kavramı ortadan kalmış; ağ toplumu içinde bulunan herkes birbirleriyle eş zamansız iletişim kurma imkanına sahip olmuştur (Duman, 2019: 5).

Yeni medya, bir tıkla dünyanın öbür ucundan haberdar olunabilecek bilgi ve enformasyona hızlı ulaşma imkânı sağlamaktadır. Çevrimiçi ortamda alışveriş yapma, mesajlaşma, elektronik posta gönderme-alma gibi iletişimsel süreçler; müzik dinleme, banka işlemleri, gazete veya dergi okuma gibi işlemlerin yanı sıra internet kullanıcılarına kendi içeriklerini oluşturma,-paylaşma, internet sitesi kurma; herhangi bir konuda çeşitli kaynaklardan bilgiye erişim, sosyal medya uygulamalarına katılım ve sosyal medyada gruplar kurma-gruplara katılım, diğerleriyle çeşitli organizasyonlar yaparak bir araya gelme gibi çok sayıda işlem yeni medyanın sağladığı imkânlardandır (Balaban-Salı, 2012: 291).

Yeni medya, kültüre yeni bir form kazandırmıştır. Toplumun kültürü medyaya yansırken yeni medyada oluşan yeni bir kültür olarak siber kültür kavramı ortaya çıkmıştır. 90’ların ortasından itibaren akademik ortamda kullanılan bir kavram olan siber

kültür, dijital teknoloji ve insanın etkileşim içinde olması “bütünleşik uygulama ve temsillerin matrisi olan” siber uzamda var olan yaşam tarzları veya siber ortamdan etkilenerek şekillenen yaşam tarzlarını irdelemektedir. Siber kültür, yeni medyada var olan insan yaşamındaki anlam, imaj ve temsil kavramlarını değiştirmiştir (Bell, 2007; aktaran Başlar, 2013: 826). Sosyal medya uygulamalarıyla fiziki dünyadaki kültürel kodlar sanal dünyaya taşınırken (Türk, 2017: 473); aynı zamanda sanal dünya içinde yaratılan yeni kültürel kodlar da fiziki dünyaya dahil olmaktadır. Başlar (2013: 826); yeni medyayla birlikte kültürel ürünlerin yanı sıra kültürdeki değişimlerin toplumsal hayatta kişilerarası ilişkilere de yansıdığını söyleyerek ilişkilerin dijitalleştiğinden bahsetmektedir.

Sosyal ağ kavramı, 1954 yılında ilk kez Barnes tarafından insanların çevresinde bulunan diğerleriyle kurduğu ilişkiyi tanımlamak için kullanılmıştır (Bilen, Ercan ve Gülmez, 2014; aktaran Erçolak, 2017: 5). Sosyal ağlar içinde etkileşimde bulunan insanlar, birbirleri üzerinde psikolojik etkiye ve öneme sahiptir. Günümüzde sosyal ağ yapısı web tabanlı iletişim araçları tarafından oluşmaktadır (Vural ve Bat, 2010). İnsanların hem kendi sosyal çevrelerinde bulunan hem de gerçek yaşamda fiziki olarak çevrelerinde bulunmayan diğer insanlarla sosyal platformlar aracılığıyla etkileşim içine girmesi sosyal ağ kavramını yeni medya ortamına taşımıştır (Erçolak, 2017: 5). Web 2.0 teknolojisinin sunmuş olduğu özellikler, toplumsal hayat kavramının gözden geçirilmesini gerektirmiştir. 1970li yılların başında iletişim sürecinde mail ile birlikte zaman ve mekân kavramı esnerken; günümüzde birey, mekân kavramından bağımsız olarak iletişim kurabilmektedir (Duman, 2019: 5). Diğerleriyle sosyal platformlar aracılığıyla görsel ve yazılı olarak iletişime geçilirken; bu ortamlarda zaman ve mekândan bağımsız bir topluluk içinde yer alarak hem çevrimiçi hem de fiziki olarak gerçek dünyada yapılacak sosyal faaliyetler planlanabilmektedir.

İnternetin bilgi alma, haberleşme gibi ihtiyaçlar için kullanılmasıyla birlikte; günümüzde sosyal medya uygulamalarıyla bireyler, farklı motivasyonlarla sanal dünyada yer almaktadır. Bireyler, sosyal medya uygulamalarını kullanırken eğlenme, beğenilme, takdir görme, değerli ve özel hissetme, bir diğerini gözetleme gibi motivasyonlarla bu mecrada yer almaktadır (Türk, 2017: 464). Günümüzde kullanımı son derece popüler olan sosyal medya uygulamaları mevcutken; günbegün yeni uygulamalar oluşturularak kullanıma sunulmaktadır. Sosyal medya, insanların iletişim halinde kalarak birbirlerinden haberdar olmalarını sağlarken her sosyal medya uygulamasının öne çıktığı özellik farklılaşmaktadır. Örneğin; Twitter, metin yazma ve paylaşma temelli bir microblog uygulaması iken; Instagram fotoğraf/video paylaşımına odaklı bir sosyal medya uygulamasıdır. Sonuç itibarıyla denilebilir ki; sosyal medya uygulamaları, gündelik hayatın bir parçası haline gelmiş ve sanal bir dünya yaratmıştır.

Sosyal medyada linç ve nefret söylemi

Sosyal medya, kullanıcıya özgür bir ortam sunmaktadır. Birey, hem kullanıcı hem üretici konumundadır. Sınırsız bu alan içinde kullanıcı, paylaşımlarında dilediği şekilde hareket edebilmektedir. Bu da beraberinde etik olmayan davranışların sergilenmesine yol açmaktadır. Kullanıcının birden fazla kimlik oluşturabilmesiyle sahte hesaplar açılmaktadır. Sosyal medyada gerçekleşen ve etik olmayan çok sayıda davranış vardır. Kişilik hakkına yönelik saldırılar, kamuyu yanlış bilgilendirmek, asılsız haberler, izinsiz paylaşılan belge ve bilgiler, değer yargılarıyla alay etmek, iftira, şantaj, dolandırıcılık, taciz, hakaret, küfür, tehdit, ticari veya sosyal manipülasyonlar, nefret söylemleri, sanal

linç girişimleri, haksız yere yapılan saldırılar, ifşa gibi çok sayıda etik olmayan davranışlar sanal dünyada özellikle sosyal medya uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Eraslan, 2016: 37).

Sosyal medya kullanımı, son yıllarda gittikçe artmaktadır. Bununla birlikte gelen sorunlardan biri de linçtir. Linç, teknolojiyle birlikte fiziki boyutundan bağımsız, sanal ortamda ve çoğunlukla sosyal medyada gerçekleştirilen yeni bir form kazanmış; son zamanlarda önemini koruyan önemli konulardan biridir. Linç, artık yalnızca herhangi bir sebepten savunmasız bir kişi ya da gruba yönelik bir grup ya da kitlenin orantısız şekilde herhangi bir cisimle saldırarak fiziksel şiddet uygulaması veya uygulamaya çalışması değil; herhangi bir sebepten ötürü sanal dünyada kişi ya da gruplara hakaret, aşırı tepki, aşağılama, mizahi öğeler kullanarak dalga geçme, alay etme, diğerlerini galeyana getirerek boykot etme gibi eylemlerle psikolojik baskıya maruz bırakma şeklinde yeni bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanal linç, dijital linç, siber zorbalık gibi kavramlarla tanımlanan bu dijital psikolojik şiddet, sanal bir topluluk ya da kitle tarafından gerçekleştirilmektedir. Burada kitle, organize olarak bu eylemi gerçekleştirebilirken; çoğunlukla birbirini hiç tanımayan kullanıcılar aynı konu hakkında benzer tarzda içerikler paylaşarak hedefte olanlar üzerinde toplu halde etki bırakan bir kitle meydana getirmiş olmaktadır.

Sanal linç, internet ortamında özellikle sosyal medya uygulamalarında bir kişi, grup ya da kurumun herhangi bir olay, durum karşısında hedef gösterilerek konuyla ilgili bir paydada buluşan sanal kitle veya sanal kalabalık tarafından yoğun hakarete maruz kalma durumu olarak tanımlanabilir (Duman, 2019: 7). Sanal ortamda gerçekleştirilen linç, linç edilen kişi ya da kurumlara yönelik psikolojik şiddet içermektedir. Sanal linçler, hakaret, ötekileştirme, dışlama, ayrımcılık, yargılama ve nefret söylemi gibi söylemsel pratikler üzerinden karşımıza çıkmaktadır (Türk, 2017: 464). Sosyal medya, anlık tepkilerin verildiği akışkan bir mecradır. Sanal ortamın akışkan bir yapıda olması ve bir anda gündeme getirilen konudan çok fazla kişinin haberdar olmasıyla birlikte; çoğunlukla kullanıcılar olay ya da konu hakkında bir araştırma yapmadan yalnızca konunun gündeme gelen kısmına bakarak olayın sıcaklığıyla yorum yapmaktadır. Bu süreçte durum veya kişiyi kınama amacıyla sanal kitle tarafından konuşulan paylaşılan içerikleri kullanarak benzer paylaşımlar yapılmaktadır. Bu durum zaman zaman yanlışlıklara ve masum insanların zarar görmesine sebebiyet vermektedir. Çoğunluk tarafından yoğun eleştiriye maruz kalan linç mağduru kişi ya da kurum, konu hakkında birleşen sanal kitlenin söylemlerinden diğer kullanıcıların da etkilenecek görüşlerini nefret dolu hakaret ifadeleri kullanarak paylaşması sonucu daha yoğun bir baskıya maruz kalmaktadır (www.medialiteracycouncil.sg; aktaran Duman, 2019: 7).

Le Bon'a göre (1997: 26), bireylerin kitleye dönüşmesiyle ortaya çıkan üç şey vardır. Bunlardan ilki anonimlik. Birey, kitle içinde kaybolur; artık kitleye aittir, kitlenin kimliği altındadır. Yapacağı şeylerden bireysel sorumluluk hissetmeyerek grup kimliği altında, onun anonimliğinden yararlanarak rahatça hareket etmektedir. İkinci olarak, kitle içindeki bireyin duygu ve düşünceleri kitlenin diğer bireylerine bulaşabilir. Le Bon bunu "zihni sirayet" olarak belirtmiş ve "sosyal bulaşma" olarak açıklamıştır. Son olarak duygu ve düşüncelerin zihni sirayet olarak diğerine geçmesinde telkin etkilidir. Sosyal bulaşma sürecinde, kitlenin içinde var olduğu hakim görüş kitlenin tamamına yayılmaktadır. Kağıtçıbaşı (2010: 309), sosyal bulaşmayla, kişide var olan kontrol mekanizmasının kırıldığını veya yitiminin gerçekleştiğini ve böylece bireyin, ilkel saldırgan davranışlara yöneldiğini söylemiştir. Tüm bunlar sosyal ve çevrimiçi platformlar açısından değerlendirildiğinde; hakim olarak görülen görüş diğerlerine

bulaşmakta ve sürekli maruz kalınan içerikler kişilere telkin edilmektedir. Kitle tarafından destek gören ve çoğunluğun, hakkında kötü şeyler söyleyebildiği konularda diğerleri de bundan cesaret alarak aynı tarz davranışlar sergileyebilmektedir.

Sosyal medyada psikolojik saldırganlık davranışı sergilenmektedir ve insanlar dijital ortamda farklı şekillerde, farklı kategorilerde saldırganca tutumlara maruz kalmaktadır (Eraslan, 2016: 43). Eraslan (2016: 42), sosyal medya saldırganlığını “*sosyal medya kanallarını kullanarak bir birey ya da gruba, özel ya da tüzel bir kişiliğe karşı çeşitli amaçlar güdüülerek, sistematik ya da bireysel yapılan hakaret, tehdit, şantaj, toplu mesaj, nefret suçu ve teknik saldırı gibi zarar verme davranışlarının tümüdür.*” şeklinde tanımlamıştır. Engellenme-saldırganlık kuramı açısından düşünüldüğünde kullanıcılar; fiziki dünyada var olan problem ve sıkıntıların verdiği yükü sanal ortamda ya kendi kimlikleri ya da yarattıkları anonim kimlikler aracılığıyla hafifletmeye yönelerek sanal şiddet, sanal saldırganlık davranışlarıyla linç eylemlerine dahil olmaktadır. Eraslan (2016: 43), sosyal medyada yaşanan saldırganlığın kullanıcıların sosyal yaşamlarında olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığını söylemektedir. Ona göre; fiziki dünyada istediği şeye sahip olamamış ya da farklı sebeplerle zarar gördüğü düşüncesine sahip insanlar, duygu ve düşüncelerini sadistçe yoğunlaştırarak yıkıcı ve saldırganca davranışlarda bulunmaktadır.

Sosyal medyanın şöyle bir özelliği de var ki; günümüzde herhangi bir konuyla/açıklamayla gündeme gelen kişi, bu durumla ilgili pişmanlığını ya da yanlış anlaşıldığını dile getirirse dahi pişmanlığı veya özrü sosyal medya kullanıcıları tarafından büyük oranda kabul görmeyerek acımasız eleştirilerle linç edilmeye devam edilmektedir. Sosyal medyada var olan ortam, toplumun genel normları dışında bir davranış ya da söylemde bulunulması veya herhangi bir konuyla gündeme gelmesi durumunda, hedefte olanın başka bir açığını ortaya çıkarmak ve eleştirmek için hazırda bekleyen bir kitle var algısı yaratmaktadır.

Sosyal medyanın günümüzde geleneksel medyanın önüne geçtiği söylenebilir. Sosyal medya; iletişim kurma, haberdar olma, bilgiye erişme, gündem belirleme, gözetleme, bireysel doyum, kendini değerli hissetme, beğenilme gibi ihtiyaçların karşılandığı bir mecradır. Gündelik hayatla iç içe geçen; gerçekte sanalın karıştığı bir dönem içinde bulunmaktadır. Geleneksel medya ve yeni medya gündemdeki konularda eş zamanlı ilerlemektedir. Geleneksel medyadaki durumlar yeni medyada konuşulacak malzemeler ortaya çıkarırken; yeni medyada gündemde olan konular da geleneksel medya içeriklerinde yer almaktadır. Bu platformlarda yaşanan olumsuz olaylar veya gündelik hayat içinde yaşanmış ve sanal dünyaya taşınmış olaylar, kişilerin yaşamları üzerinde etkili olmaktadır. En açık örnek olarak; Türkiye’de oyuncu Ahmet Kural ve şarkıcı Sıla birlikteliği yaşandığı dönemde, ikili arasında yaşanan fiziksel şiddet olayının Sıla’nın kişisel Instagram hesabından yaptığı bir paylaşım ile sosyal medyada duyulması sonrasında konu günlerce konuşulmuş; her iki tarafı ayrı ayrı haklı bulan iki kitle oluşurken diğer taraftan; hem Ahmet Kural’a yönelik hakaret, küfür hem de Sıla için olumsuz içerikli yorumlar yapılmıştır. Sonrasındaki süreçte ise; Yapı Kredi Bankası’nın reklam yüzü olan Ahmet Kural’ın sözleşmesi şirketin toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kadın hakları konusuna dikkat çeken bir açıklamasıyla Yapı Kredi Bankası tarafından feshedilmiştir (<https://t24.com.tr>, 2018).

Günümüz dünyasında sosyal medya uygulamaları insanlara küresel iletişim kurma olanağı sağlar. Kimlik oluşturma sürecinde birey çevresinden ve toplumsal yapıdan etkilenmektedir. Bireyin iletişim kurabileceği ortam sayısının artması, yeni insanlarla tanışması kimliğin şekillenmesine katkı sağlar. Sanal ortamda birey, sürekli çeşitli

kültürel etkileşimde bulunur. Topluma ait değer yargıları, kültür ve normlar, bu platformlara taşınırken kültürel bir küreselleşme gerçekleşmektedir. Kültürler birbirleriyle kaynaşırken farklı kültürlerle karşılaşan birey, baskın kültürlerin düşünce ve değer yargılarını kendi toplumsal kültürlerine entegre etmektedir (Singh, 2010; aktaran Bakıroğlu, 2013: 3).

Sanal dünyada kullanıcılar istedikleri sayıda kendilerine profiller oluşturabilir ve farklı kimlikler inşa edebilmektedir. Bireyler, yeni kimlik oluşturma sürecinde ideallerinde olmak istedikleri kişi imajını çizebilecekleri gibi; tamamen farklı anonim sanal veya sahte bir kimlikle de bu platformlar içinde yer alabilmektedir. İnsanın kendisini görmek istediği şekilde başkalarına sunmasına olanak sağlayan sosyal medya uygulamalarıyla, örneğin normal yaşamında asosyal olan biri sosyal imajı çizebilmekte; binlerce takipçi elde edebilmektedir. Sosyal medya insanların beğenilme, değerli hissetme, takdir görme, onay alma gibi ihtiyaçlarını karşılayabilen bir yapıdadır (Türk, 2017: 473).

Kullanıcılar kimi zaman kendi isim ve profiliyle paylaşmayacağı düşünce ve duygularını ifade ederken sahte hesapların sağlamış olduğu anonimlikle rahat bir şekilde hareket edebilmektedir. Bu anonimliğin içinde kullanıcılar, toplum içinde oluşturmuş oldukları sosyal kimliklerinden sıyrılarak kitle içinde bulunma durumunda sahip olunan sorumsuzluk duygusundan aldıkları cesaretle, dışlanma korkusuyla gerçek kimlikleri üzerinden yapmayacakları/söylemeyecekleri, kimi zaman kendilerinin dahi hoş görmeyeceği paylaşımlar yapabilmekte ve sanal dünyada gerçekleştirilen linçte yer alabilmektedir. Yasal süreçlerde ilgili paylaşımların hangi IP (Internet Protocol Address) adresi üzerinden yapıldığı bulunabilmektedir. Bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı bu farkındalıkla sanal ortamda gerçekleşen suçlardan uzak durabilir.

Sosyal medya kullanımının yaygın olması, her bir kullanıcının içerik üretici konumunda bulunmasından dolayı kimi zaman manipülasyonlar da ortaya çıkmaktadır. Bu noktada görülen her içeriğe doğrudan güven duyulmamalı; yeni medyadaki bilgi kirliliğine karşı dikkatli olunması gerekmektedir. İroni yapma amacıyla oluşturulmuş sosyal medya hesapları görülmektedir. Kimi zaman kamuoyu tarafından bilinen biri, söylemediği herhangi bir sözün altına isminin yazılarak paylaşılması sonucu söylemediği söz üzerinden eleştirilerek linç edilebilmektedir.

Sosyal medyayla birlikte trol ve trollük kavramları gündeme gelmiştir. Trollük kavramının aslında balık avlamada kullanılan bir yöntem olduğunu söyleyen Gürşat (2013), “Bu yöntemde, hareket eden gemiden yem sarkıtılır ve balık sürüleri bu yemin peşinde hareket ederek bir araya toplanır. Toplanan bu sürü daha sonra yine bu yem sayesinde ağa sürülür.” demiştir. Son zamanlarda özellikle Twitter’da mizahi bir üslup kullanılarak eğlence amacıyla sahte gündemler oluşturulmaktadır. Çoğunlukla yanlış bilgiler üzerinden oluşturulan bu gündemlere inanan kullanıcılar, sanal dünyadaki linçin bir parçası olmaktadır. Trollük, genellikle bireysel olarak paylaşılan bir içeriğe diğerlerinin de benzer içeriklerle katılımıyla gerçekleşmektedir. Forumlar, bloglar ve özellikle Twitter gibi bir mikroblog platformunda örnekleriyle karşılaşılmaktadır. Genellikle paylaşımlarda kışkırtıcı, küfürlü, yıkıcı, ırkçı, ayrımcı bir dil kullanılmakta mizahi öğelerle pekiştirilmektedir (Özsoy, 2015: 543, 537). Twitter’da hashtagler kullanılarak içerikler Trend Topics listesine taşınırken trol içerikler, çok fazla kullanıcı tarafından görünür hale gelmektedir. Bu durumda da yanlış içerikle oluşturulan trol tweetler hakkında herhangi bir araştırma yapmayan diğer kullanıcılar, aynı konu hakkında paylaşım yaparak trol paylaşımların etkisini artırmaktadır. Yılmaz ve Işıkdoğan (2017: 335), trol davranışların kimi zaman kasti olarak kışkırtıcı, yanlış ve absürt

içeriklerle yapıldığını söylemektedir. Kaynay (1998: 1137; aktaran Taiwo, 2014: 68) ise trollüğün; bir kişinin ırkına, dinine, karakterine, zekasına, zihinsel veya fiziksel yeteneğine hakaret eden kısacası düşmanca içerikte ve aşağılamaya yönelik paylaşımlardan oluştuğunu söylemiştir. Sanal dünyada linç, yıkıcı komiklikler üzerinden gerçekleştirilebilmekte; kartopu etkisiyle büyüyen lince yine mizahi öğeler kullanılarak katılım gerçekleştirilmektedir. Böylelikle, eğlence amacıyla absürt ve genellikle kasten yanlış bilgilerle kişi ya da herhangi bir kesimin psikolojik olarak olumsuz etkilenebileceği, rahatsız olabileceği paylaşımlar yapılmaktadır.

Sosyal meydanının içinde kurulan sanal dünyada bireyler, fiziken orada değildir; ancak dil ve söylem aracılığıyla sanal dünyada yerini almaktadır. Dil ve söylem zihinle üretilmekte ve dolayısıyla birey; sahip olduğu kültürel kodları, dil ve söylem aracılığıyla sanal dünyaya taşımaktadır. Kullanıcıların kültürel kodları sanal dünyaya taşınması, bu kodların varlığının devamlılığını sağlamaktadır. Her toplumun kendi içerisinde oluşturduğu değer yargıları ve normlarına göre, kendi gibi görmediği ve ötekileştirdiği birileri vardır. Sanal dünyadaki kültürel kodların fiziki dünyadan gelmesi, toplumun normu dışında kalan “ötekiler”e ait düşünce ve bakış açılarının da sanal ortama getirilmesi anlamına gelmektedir. Toplumda azınlık olarak kalan birey ya da gruplara yönelik ötekileştirme de çeşitli olaylarda linç şeklinde tezahür etmektedir. Sanal dünyada da bireyler, bireysel ve kolektif kimliklerini öteki üzerinden oluşturmaktadır. Topluluk ancak ötekiyle var olan çatışma üzerinden kendi varlığının devamını sağlayabilir. Topluluğun sağladığı prestij ve sosyalleşme tatmini, kullanıcının milliyetçi, cinsiyetçi vb. söylemlerle gerçekleştirilen linç kültürü içeriklerine kapılmasına neden olmaktadır (Türk, 2017: 473,463).

Linç konusunda değinilmesi gereken konulardan biri de nefret söylemidir. Sanal linç hakaret, aşağılama, alay etme gibi kırıcı bir dil kullanılarak gerçekleştirilirken; kişilerin cinsel tercihleri, ait oldukları ırk, din, etnik kökenleri de bu yıkıcı dilin hedefine aldığı unsurlardan biri olmaktadır. İnsanlar, aidiyet ve temsiliyetleriyle ötekileştirilmekte ve bunlardan dolayı aşağılanmaktadır. Nefret söylemi tüm bu bahsedilenlerden hareketle; birey ve onun temsil ettiği gruba yönelik grubun özelliği sebebiyle beslenen nefretin, dil ve söylem ile dışa vurumudur. Sanal linçlerde nefret söylemleriyle karşılaşmaktadır ve linçle bağlantılı bir konudur. Nefret söylemi; toplumda var olan siyasal, kültürel, tarihi, sosyal yapı ve gelenek-görenekler doğrultusunda toplum tarafından üretilmektedir. Yani toplumdaki egemen ideolojinin bakış açısını sunmaktadır. Geleneksel medya, egemen ideolojiyi yayan kitle iletişim araçlarıdır. Yeni medyada ise bireyler kendi içeriklerini kendileri üretmekte, kullanıcılar diledikleri düşünce, deneyim, gözlemini bu platformlarda paylaşabilmektedir. Bu açıdan yeni medya toplumda var olan çeşitliliğin sunulabilmesi açısından geleneksel medyaya göre demokratik bir ortam sunmaktadır. Geleneksel medya, toplumda egemen olan ideolojiyi ya da egemen olunması istenen içerikleri sunarken toplumdaki çatışmayı yansıtır ve “biz” ve “öteki” vurgusunu yapar. Yeni medyada da benzer şekilde biz ve öteki ayrımı yapılmaktadır. Zaten toplumda var olan tarihi bir geçmişten gelen karşıtlıklar üzerinden oluşturulan nefret söylemleri, yeni medyada görünür hale gelmektedir. Zira yeni medyada var olan nefret söylemi içeriklerini oluşturan nefret duygusu, yeni medya ortamı olmasa bile insanların içinde var olmaya devam edecektir. Yeni medyanın her insanın erişimine açık olması, içeriklerin çok kısa süre içinde çok fazla sayıda kullanıcıya ulaşabilmesi olanağından dolayı nefret söylemleri bu platformda da tehlikeli bir hal alabilmektedir. Vardal (2015: 141-142), bu noktada yeni medyada oluşturularak dolaşıma sokulan söylemlerin tehlikeli olabileceğini vurgular. Aşırı uç ve görüşte olmayan kullanıcılar, nefret söylemi içeriklerini farkında olmadan

içselleştirebilir. Neredeyse her alanda olduğu gibi yeni medyada da birey, bir gruba ait olma ihtiyacı hisseder. Bu aidiyet de ancak diğerini ötekileştirme zorundallığıyla sağlanmaktadır. Sürekli benzer içeriklere maruz kalan kullanıcılar, bir süre sonra içeriklerdeki olumsuz söylemleri normal görmeye başlar. Nefret söyleminin yeni medyada var olması, onun meşrulaştırılmasını kolaylaştırırsa da aynı şekilde onunla mücadele etmek için de bu platformlarda farkındalık oluşturulabilir. “Nefret söyleminin ortaya çıkması, daha önce de tartışıldığı gibi dilsel pratikler üzerinden gerçekleşebilmektedir. Bu dilsel pratikler, kaba, sert, kışkırtıcı, küfürlü, küçümseyici, argo, alaycı, kural dışı ya da sıra dışı, saldırgan, ayrımcı, öfkeli, kızgın ve etiketleyici sözcük kullanımlarını içermektedir. Bu sözcük kullanımlarının altında yatan temel unsur ötekileştirme değildir.” (Somay, 2004: 31; aktaran Çomu, 2010: 117). Özetle; sanal ortamda var olan, dolaşıma sokulan nefret söylemi ve linç kültürü, kullanıcıların fiziki dünyada sahip olduğu kültürel kod ve bakış açısını yansıtmakta ve sanal dünyada yeniden üretilerek devamlılığı sağlanmaktadır.

Nefret söylemi, Binark ve Çomu (2012: p.4) tarafından altı başlık altında özetlenmiştir. Bunlar; bir siyasi düşünce ve onun savunucularının hedefte olduğu siyasal nefret söylemi; cinsiyetçi ifadeler ve kadın konumunun ikincil planda tutularak kadının aşağılandığı cinsiyet temelli nefret söylemi; farklı etnik grupların korku ve kaynağı olarak görülmesi ve düşman gibi algılanmasıyla ırkçılıktan beslenen, yabancı ve göçmenlere yönelik nefret söylemi; gey, transseksüel, biseksüel, travesti gibi heteroseksüellik dışındaki kimliklere yönelik cinsel kimlik temelli nefret söylemi; toplumdaki hakim din ve mezhep dışındakilere karşı var olan hoşgörüsüzlükten beslenen inanç ve mezhep temelli nefret söylemi ve son olarak zihinsel veya fiziksel çeşitli hastalıklara sahip insanlara yönelik üretilen sosyal veya/ve ekonomik sebeplere bağlı veya bağımsız üretilen nefret söylemi. Uluslararası Hrant Dink Vakfı tarafından nefret söylemi konusunda kapsamlı çalışmalar yapılmakta olup; uluslararası bilimsel çalışmalar incelenerek ve Türkiye'nin dil ve kültür farklılıkları da göz önünde bulundurularak nefret söylemlerine ilişkin dört başlık oluşturulmuştur (Medyada Nefret Söyleminin İncelenmesi, t.y.):

Abartma/Yükleme/Çarpıtma: Bir kişi ya da olaydan yola çıkarak ir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, abartma, olumsuz atf içeren söylemler(ör. 'Suriyeliler gına getirdi')

Küfür/Hakaret/Aşağılama: Bir topluluk hakkında doğrudan küfür, aşağılama, hakaret içeren söylemler(ör. 'kalleş', 'hain', 'ahlaksız')

Düşmanlık Savaş Söylemi: Bir topluluk hakkında düşmanca, savaşı çağrıştıran ifadelerin yer aldığı söylemler(ör. 'Rum vahşeti')

Simgeleştirme: Doğal kimlik ögesinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanıldığı, simgeleştirildiği söylemler. (ör. 'Bizi Eurovision'da Yahudi mi temsil edecek?')

Sosyal medyada linç: Gucci mankeni Armine Harutyunyan örneği

Twitter, popüler sosyal medya uygulamalarından biridir. Kullanıma sunulduğu ilk zamanlar 140 karakterlik metin sınırına sahipken; 2017 yılından itibaren bu sınır 280 karakter olarak güncellenmiştir. Her sosyal medya uygulamasının kendi içinde kullanmış olduğu bir dil vardır. Twitter uygulamasında kullanıcıların yazı, fotoğraf, video gibi çeşitli içerikte paylaşımlar yapması “tweet atmak” olarak adlandırılmaktadır. Bir kullanıcı tarafından paylaşılan bir tweeti başka bir kullanıcının kendi hesabında paylaşması ise “retweet” anlamına gelmektedir. Kullanıcı isterse retweet ettiği içeriğe bir üst yorum ekleyerek paylaşım yapabilir. Paylaşılan tweeti beğenme ya da tweete yanıt

verme butonları mevcut olmakla birlikte; hesap gizliliği gibi ayarlar ile kullanıcı, paylaşımlarını kimin görebileceğini ya da retweet edebileceğini belirleyebilir. Hesap gizliliği herkese açık olan kullanıcıların tweetlerine her bir kullanıcı yanıt verebilir ve bu hesaplardan atılan her tweet, hem tüm Twitter kullanıcıları tarafından hem de Google gibi arama motorlarında görüntülenebilmektedir. Twitter kullanıcıları herhangi bir konuya dikkat çekmek ya da konuyu gündeme taşımak istediklerinde diğer kullanıcılarla aynı başlık altında toplanabilmek için kelime ya da söz öbeklerinin başına # işareti koyarak “hashtag” oluşturmaktadır. “Bu işaret ve kelime grubu birlikte bir linke dönüşmekte ve bu linke tıklandığı zaman bu hashtagi içeren tüm tweetler zaman sıralamasına göre sıralanmaktadır.” (Twitter.com, 10.06.2018; aktaran Toprak, 2018: 45). Twitter, gündelik hayat içinde hareket halindeyken anlık kısa iletilerin yazılması, mevcut tweetlerin mesaj olarak hem kendi içinde hem de diğer uygulamalar aracılığıyla başkalarıyla paylaşılması olanağına sahip mikroblog uygulamalardan biridir.

Çalışmada incelenecek olan metin ve görsellerin Twitter’da bulunan içeriklerden seçilmesi; Twitter’ın daha çok fikir beyanı yapılan anlık iletilerin paylaşıldığı, gündem belirleme özelliğine sahip ve günümüz şartlarında Habermas’ın kamusal alanına eş değer sayılabilecek bir platform niteliğinde olmasından kaynaklıdır. Çok fazla kişi tarafından aynı zaman dilimi içerisinde anahtar kelimelerin kullanılmasıyla paylaşılan tweetlerle birlikte ilgili metin “trend topics” kısmında görünmekte; konudan haberdar olmayan kullanıcıların ilgili metne tıklamasıyla konudan haberdar olan kullanıcı sayısı artmaktadır. Konudan haberdar olan kullanıcıların yapacağı yorumlarla kartopu etkisiyle bir anda çok fazla kişi konu hakkında konuşur hale gelmektedir. Son zamanlarda trend listesine giren etiketlerden biri de Gucci markasının defilelerinde boy gösteren yeni mankeni olarak gündeme gelen Armine Harutyunyan olmuştur. Armine Harutyunyan, sosyal medyada görseelliğiyle ilgili çirkin yorumlara maruz kalmıştır. Çalışma kapsamında Twitter Türkiye gündeminde “Popüler” sekmesinde “Armine Harutyunyan”, “Armine Arutyunyan”, “#armineharutyunyan”, “#Gucci” etiketleri aratılarak 3 Ekim 2019-12 Ocak 2020 tarihleri arasındaki 3 aylık zaman diliminde atılan tweetler incelenmiş; ilgili tweetler arasından çalışmayı destekleyici, “güzellik”, “dış görünüm” temalarıyla yapılan linç özetleyen 9 adet tweet örnek olarak incelenmiştir.



Görsel 1. @akatziri_ kullanıcısının tweeti

Görseldeki paylaşımı yapan @akatziri_ kullanıcısı çalışma sırasında kullanıcı adını değiştirerek @rolanzahl adını kullanmaya başlamıştır. Hesapta doğrudan kimliği deşifre edici fotoğraf ya da isim bulunmamaktadır. Hesabın takipçi sayısı 557 iken; hesap 275 kişi tarafından takip edilmektedir. Hesap paylaşımları incelendiğinde; hesabın trol ve eğlence amaçlı kullanıldığı anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili tweete bakıldığında; bir dizi

karakteri ile Armine Harutyunyan arasında bağlantı kurularak Harutyunyan'ın fotoğraftaki varlık olduğu iması yapılmıştır. Böylece Armine görselliği üzerinden aşağılanmış; görüntüsü, canavar görünümünde olan bir karakterle özdeşleştirilmiştir. Armine Harutyunyan'ın gündeme gelmesi ve olumsuz eleştiri alması karşısında bazı kullanıcılar, Gucci'nin kararını desteklemiş ve sürekli aynı güzellik standardına sahip kişilerin, medyada yer alması karşısında bu tavrın doğru olduğunu dile getirmişlerdir. İlgili kullanıcı ise tweetinde yazdığı metin ve kullandığı görselle bu görüşler karşısında ironi yapmıştır.



Görsel 2. @hasanienes9, @elimdetuzluk, @ampute31 kullanıcılarının tweetleri

@hasanienes9, @elimdetuzluk, @ampute31 adlı kullanıcıların konuyla ilgili paylaşımlarına bakıldığında her üç tweette farklı görsellerin aynı anlamı vurgulama amacıyla kullanıldığı anlaşılmaktadır. @elimdetuzluk isimli kullanıcının profiline bakıldığında 41 bin takipçisi olduğu görülmektedir. Takip edilen sayısı ise 458'tir. Hesapta kişiye ait kimlik belirten bir ibare bulunmamaktadır. Aynı şekilde @ampute31 adlı kullanıcı profilinde isim ya da fotoğraf belirten bir gösterge bulunmazken; @hasanienes9 isimli kullanıcının hesabında kişisel fotoğraf mevcuttur ancak fotoğrafların gerçekten profil sahibine ait olup olmadığı anlaşılamamaktadır. Kullanılan iki görselde, Armine'nin görünümü ile daha önce görünümü eğlence malzemesi yapılmış kişiler arasında bağlantı kurularak dalga geçilmiştir. Böylece, bir yandan Armine Harutyunyan ile alay edilirken; diğer yandan da fotoğrafı kullanılan kişiler bir kez daha eğlence malzemesi haline getirilmiştir.



Görsel 3. @nurhancetinkaya kullanıcısının tweeti

@nurhancetinkaya hesabından paylaşılan "Gucci nin yeni yüzü #Armine Arutunyan.. En az beş duble Rakı dan sonra bakmak lazım" tweeti 810 beğeni, 66 retweet ve toplamda 759 yorum almıştır. Kullanıcı profili incelendiğinde gerçek bir kimliğe sahip olduğu görülen hesap, 660 kişiyi takip ederken; mevcut takipçi sayısı 13 bin küsurdur. Tweet incelendiğinde, Rus atasözü olan "Çirkin kadın yoktur, az votka vardır"dan hareketle kullanıcı, Armine Harutyunyan'ın aşırı miktarda alkol kullanılarak bilincin kaybolması durumunda güzel görünebilecek kadar çirkin olduğu imasında bulunmuştur.

Harutyunyan'ın fotoğrafıyla birlikte paylaşılan bu tweet ile dolaylı yoldan görünümü aşağılanarak kendisine aşırı çirkin eleştirisi yapılmıştır. İlgili tweet incelendiğinde; tweetin çok fazla yorum aldığı görülmektedir. Yorumlarda @nurhancetinkaya isimli kullanıcının söylemiş olduğu sözler çoğunluk tarafından destek görünmezken; kullanıcının kullanmış olduğu “En az beş duble Rakı dan sonra bakmak lazım” cümlesi kendisine yöneltilerek kendisi de görseleliğiyle aşağılanarak linç edilmiştir. Çok fazla olumsuz eleştiri almasının ardından kullanıcı konuyla alakalı yaklaşık 10 küsur tweet atarak sözlerini açıklamaya çalışsa da paylaştığı diğer tweetlerde de benzer şekilde linç edilmiştir.



Görsel 4. @asl_asl_asl kullanıcısının tweeti

@asl_asl_asl kullanıcı hesabı incelendiğinde açık bir şekilde kimliği belli edici bir isim bulunmazken; kullanıcının profilinde fotoğraf görülmektedir. Fotoğrafın kullanıcıya ait olup olmadığı bilinmemekle; hesap 3.448 kişi tarafından takip edilmektedir. 3.358 kişiyi takip eden hesabın biyografi kısmında var olan “Ben Bir TÜRK’üm Dinim Cinsim ULUdur.. TÜRK’üm, bu ad her ünvandan üstündür! (Türk Bayrağı Emojisi) Ne Mutlu TÜRK’üm Diyene!” yazısı, kullanıcı hakkında milliyetçi bir imaj çizmektedir. Kullanıcının tweeti incelendiğinde; “Armine mi Hayrullah abi mi bilemedim” ifadesiyle kişinin görünümü ve cinsiyetiyle dalga geçilmiştir. “Tipik Bir Ermeni” ve yanındaki emojiyle; Armine’nin Ermeni olması üzerinden kullanıcının Ermenilere yönelik nefreti ortaya çıkmıştır. Bireyin ait olduğu düşünülen gruba yönelik var olan nefret; ön yargı ve kalıp yargı şeklinde kendini göstermiştir. Gucci’nin Armine’i defilelerinde çıkaracak olması eleştirisi ise Armine aşağılanarak dile getirilmiştir.

küsürken; takip ettiği hesap sayısı ise 74 bindir. Kullanıcı, paylaştığı fotoğraflarla birlikte kullanmış olduğu “Tövbe yarabbi gece gece çarpılacağım ya...” ifadesiyle dolaylı yoldan Armine hakkında kötü düşünceye sahip olduğunu belirtmiş ve çirkin vurgusu yapmıştır.

Sonuç

Geleneksel medya, içeriklerinde güzel ve kusursuz kadınlara yer vermektedir. Dizilerin başrol oyuncularını, reklam yüzleri çoğunlukla bu ölçütlere uygun kişilerden oluşmaktadır. Sosyal medyada da kullanıcılar, fotoğraf paylaşırken fotoğraf üzerinde çeşitli uygulamalarla oynamalar yaparak ideallerindeki “ben”i sunabilmektedir. Böylece gerçek yaşamında kusursuz olmayan birey, yeni medyanın sunmuş olduğu özelliklerle kusursuz fiziksel bir görünüm sergileyebilir. Örneğin; daha uzun boy, daha zayıf bir görünüm, ciltteki pürüzsüzlük, yüz hatlarındaki orantı vs... Bu şekilde paylaşılan içerikleri, sosyal medyada çok dikkatli olmayan bir kullanıcının fark etmesi neredeyse imkânsızdır. Durum böyleyken kullanıcılar, toplumsal cinsiyet kalıplarına göre kadına atfedilen güzellik ve modern dünyada kadının sahip olması beklenen “belirli standartlar”a uygun kusursuz insan profilini sosyal medyadan gördükleriyle de içselleştirmekte; yeniden üretmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramı, kadınlık ve erkeklik kimliğine yüklenen anlamı; toplum tarafından kadın ve erkekte beklenen davranışları ifade eder. Kadınlık ve erkeklige yüklenen anlamlar zamana ve kültüre göre değişmektedir (Akça ve Ergül, 2015: 17). Sosyal medya platformlarında, özellikle kadın bedeninin yorumlanması, hamilelik sonrası doğum kilolarının dahi eleştiriliyor olması (<https://www.hurriyet.com.tr>, 2020), kadına atfedilen toplumsal cinsiyet kalıplarından kaynaklıdır. Kadın her durumda güzel görünebilmelidir; çünkü estetik ve güzellikle özdeşleşmiştir. Buradaki güzellik de modern dünyada toplum ve medya tarafından bir döngü içerisinde üretilen, pekiştirilen kusursuz güzellik anlayışıdır. Buna uygun olunmaması, sosyal medyada kadın görseleğine yönelik yapılan eleştiri, aşağılama ve linçlerin sebebinin oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamındaki kullanıcı yorumları incelendiğinde farklılıklara karşı hoşgörüsüzlüğün var olduğu ve var olan güzellik kalıpları dışındaki görünümün kabul görmediği anlaşılmaktadır. Güzelliğin göreceli bir kavram olmasıyla birlikte; herhangi birinin dış görünüşünün modern dünyadaki güzellik kalıbına uymaması, görece kusurlu özelliklere sahip olması kimseye dalga geçme, hakaret etme, acımasızca eleştirme hakkı vermemektedir. Bu noktada, bireyin kendini beğenmesi ve kendiliğini kabul etmesi önemlidir. Medya ve sosyal medyada yer alan kusursuz insan profilleri dışında gündelik hayat içerisinde farklı görünüşte milyonlarca insan vardır. Çevremizde bulunan her insanın kusursuz güzellik kalıbına uyduğunu söylemenin doğru olmayacağı gibi; gündelik hayat içerisinde modern dünyanın kusursuz güzellik kalıbına uymadığı düşünülen insanların görebileceği, duyabileceği bir ortamda ya da doğrudan kendisine, çirkin olduğunun söylenmesi, fiziki görünümü üzerinden dalga geçilmesi ve küçük düşürücü yorumlar yapılması nasıl ki etik değilse; aynı şeyin binlerce kişinin bulunduğu sosyal medya ortamlarında yapılması da doğru değildir. Bu noktada sanallık ve gerçekliğin iç içe geçmiş olması, yüz yüze iletişimin sağladığı temas ve duygudan yoksun olmanın etkisiyle kullanıcılar, zaman zaman eleştirdikleri insanlarla empati kuramayabilmektedir.

İncelenen örneklerde Armine Harutyunyan, hakkındaki yorumlarda sanki bu dünyadan biri değilmiş gibi eleştirilmiştir. Gündelik hayat içerisinde her türlü insan görüntüsü mevcutken gerek televizyon gerekse yeni medya ortamında görülen kusursuz insan profilleri nedeniyle insanlarda göz alışkanlığı oluştuğu düşünülmektedir. Medyada

görünenden farklı görünüşte birinin bu ortamlarda yer alması ve hatta bu kişinin küresel bir markanın defilesinde boy gösteriyor ve gösterecek olması bazı kişiler tarafından şaşkınlıkla karşılanmıştır. Armine Harutyunyan'ın, mevcut görüntüsüyle küresel bir markanın mankeni olabildiği bir dünyada, kendisinin çok daha iyi yerlere gelebilecek bir görünümde olduğunu söyleyen ve diğerini aşağılama üzerinden kendini yücelten kullanıcı yorumları görülmüştür. Bu konu üzerinde uzun uzadıya düşünmek ya da Armine'a yönelik olumsuz, hakaretvari düşünceler paylaşmak yalnızca insanların içindeki empati yoksunluğu ve saldırganlığı gün yüzüne çıkarmıştır.

Çalışmanın dikkat çekici bir yönü ise Armine'nın Ermeni oluşunun ve görselliğinin birlikte aşağılanarak Ermenilere yönelik nefretin dışarı vurumunu göstermesidir. Zira Armine'nın İngiliz ya da İtalyan olması, dışlama yaratacak bir etki uyandırmayacaktı. Ermeniler ve Türkler arasında geçmişte yaşanan olumsuz olayların etkisinin böylesi bir magazinsel olaya bile yansması ilgi çekicidir. Ayrıca incelenen tweetlere bakıldığında; aynı konu hakkında yorum yaparak geçici kitle içinde bulunan kullanıcıların, Armine'a ait aynı fotoğrafları kullanarak paylaşım yaptıkları görülmüştür. Armine'nın kişisel Instagram hesabında 500'den fazla fotoğraf olmasına rağmen özellikle aynı fotoğrafın farklı kullanıcılar tarafından paylaşılmış olması dikkat çekici bir detaydır. Bu, kullanıcıların gündemdeki konuyla ilgili paylaşım yaparken yeterince araştırma yapıp yapmadıkları, yalnızca kitlenin veya çoğunluğun paylaşımlarıyla hareket edip etmedikleri sorularını akla getirmektedir.

Le Bon, kitlelerin çoğunlukla aşağı düzeyde bir ahlaka sahip olduğunu belirtmiştir. Ona göre; her insan, ruhunda uyur halde bulunan yıkıcı gaddarlık içgüdüsüne sahiptir ve bu, ilkel devirlerin sonuçlarından biridir. Le Bon, bireyin yıkıcı içgüdülerini bireysel olarak tatmin etmesinin tehlikeli olabileceğini; bu yüzden bireyin kitle içerisinde yer aldığı zaman, bireysel sorumluluk ve cezasızlıktan emin olması nedeniyle kendisine, içgüdüleri doğrultusunda hareket etme özgürlüğü verdiğini söylemiştir (1997: 51). Le Bon'un bu düşüncesi sanal dünya kapsamında düşünüldüğünde kullanıcılar, anonim kimlikler ardında, diğerlerinin de kendileri gibi paylaşımlar yapmış olmasını dayanak alarak veya kendisinin sanal kalabalık içinde göze çarpmayacağını düşünerek aşağılayıcı, gurur kırıcı paylaşımlar yapabilmektedir.

Sosyal medya, hayatın içine öylesine karışmıştır ki bu platformlarda yer almak ya da bir diğer ifadeyle "sosyal medyaya düşmek" rahatlıkla gerçekleşebilecek bir olaydır. Üstelik bunun olması için de "zaten ünlü" olmaya da gerek yoktur. Herhangi olumsuz bir durumla sosyal medyada gündeme gelen birinin görünüşü, yaşam şekli, eğitimi, ailesi gibi hayatının her alanı sanal kitle için eleştirilecek, aşağılanacak, saldırılacak alanlar haline dönüşmektedir. Bugün, sanal dünyada yapılan lince katılarak kitleyi oluşturan kullanıcıların farkında olması gereken bir şey vardır: Kitlenin hedefi her gün değişmektedir.

Sosyal medya, herkesin her türlü düşüncesini paylaşmasına olanak sağlasa da yapılacak yorumların saygı çerçevesi içinde, kimseye zarar vermeyecek şekilde yapılması gerekmektedir. Sosyal medyadaki linçler, linç edilen veya siber zorbalığa maruz kalanlarda psikolojik bozuklukların ortaya çıkmasına sebep olabilecek; intihara kadar sürükleyebilecek ciddi bir konudur. Bu yüzden bu konuda toplumun bilinçlenmesi, bilinçlendirilmesi için çalışmalar yapılması gereklidir.

Sosyal medyada gerek fiziksel gerekse toplumsal cinsiyet rollerinden dolayı kadının maruz kaldığı baskı ve eleştiriler sonrasında, son birkaç yıl içinde medyanın, sunduğu ve yeniden ürettiği, kimi zaman doğrudan yarattığı kadın odaklı toplumsal cinsiyet kalıplarına yönelik birtakım değişikliklere yer verdiği görülmektedir. Örneğin;

2000’li yılların başında bir dönem birçok ünlü kadının da ayak uydurduğu ve konuyla ilgili medyada gündeme geldiği sıfır beden modası vardı. Söz konusu zaman dilimi içinde sıfır beden olmak güzelliğin bir ölçütü sayılabilirken; günümüzde ise bu özellik güzelliğin ölçüsünü belirleyen bir kriter değildir. Bu da güzellik algısının zaman içinde değişebilirliğini kanıtlar nitelikte sayılabilir. Ek olarak birkaç yıl evvel televizyonlarda yer alan Bu Tarz Benim, İşte Benim Stilim ve benzer moda programlarında yalnızca zayıf ve zayıfa yakın kadın yarışmacılar yer almaktaydı. İçinde bulunduğumuz dönemde ise medyanın içeriklerinde, kusursuz görünüm kalıpları dışında kişilere yer verdiği görülmektedir. Örneğin; TV8 kanalında Doya Doya Moda isimli moda programında “büyük beden” kadın yarışmacılar yer almaktadır. Hem bu tarz program içeriklerindeki değişimlerin hem de Gucci’nin manken tercihinin kadınlar üzerindeki güzel ve kusursuz olma baskısını yıkma amacı taşıyıp taşımadığı tartışılabilir. Buradaki amaç; şimdiye kadar medyada ön plana çıkarılmayan görünümlerin sunulmasıyla farklılık üzerinden gündem yaratmak ve reklam yapmak da olabilir. Medyanın toplumda var olan ve kadını baskılayan “belirlenmiş güzellik kalıpları”nı yıkma amacı taşıyıp taşımadığı veya bu amaca tam anlamıyla yönelip yönelmeyeceği; “mevcut güzellik standardı” dışında kalan kadın profillerine yarışma, dizi-film, reklam, dergi içeriklerinde yer verilmesine devam edilmesi halinde, bu durumun toplumsal cinsiyet kalıplarındaki güzellik algısını değiştirme konusunda başarılı olup olmayacağı, ilerleyen zamanlarda yapılacak araştırmalarla ortaya konulabilir. Gucci’nin de benzer tarzda seçimler yaparak güzellik algısının ve baskısının değiştirilmesinde gerçek anlamda istekli olup olmadığı zamanla ortaya çıkacaktır.

Çalışmada her ne kadar 3 aylık zaman dilimi içindeki yorumlar araştırmaya dahil edilmek istense de Twitter’ın dinamik yapısı ve gündemin sürekli olarak değişmesi, konuşulan konuların yerini yeni konuların alması döngüsü içinde, çalışılan konuyla ilgili istenen veriler, konunun gündemde olduğu zaman dilimi içerisinden elde edilmiştir. Sosyal medyada gündem sıklıkla değişirken lincin hedefinde olan isimler de değişmektedir. Her olayda olduğu gibi çalışılan konu da gündemden düşerek yerini yeni gündem konularına bırakmıştır.

Kaynakça

- Açikel, Suna Yılmaz (2014) Linç Kültürü ve Milliyetçilik Üzerinden Türkiye’ye Bakmak”, *Genç Araştırmacılar Tartışıyor Siyasi İlimler Türk Derneği VIII. Lisansüstü Konferansı Bildirileri Seçkisi*, Ed: Şule Kut, Hasret Dikici Bilgin, Zeynep Alemdar ve Umut Azak, İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları:26, ss. 155-169.
- Akça, Emel Baştürk ve Ergül, Seda (2015) Kitle İletişim Çalışmaları Alanında Toplumsal Cinsiyet Çalışmalarının Gelişimi; Temel Yaklaşımlar ve Çalışmalar Üzerinden Bir Çerçeve Çizme Çabası. (Der: Şahinde Yavuz), *Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri*, İstanbul: Heyamola Yayınları, ss. 17-40.
- Tokgöz-Bakıroğlu, Cemile (2013) “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”, *15. Akademik Bilim Konferansı, 23-25 Ocak, Akdeniz Üniversitesi, Antalya*.
- Balaban-Salı, Jale (2012) Yeni Medya Okuryazarlığı. *Yeni Medya ve...*, Ed. Deniz Engin, ss. 219-3019. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

- Başlar, Gülşah (2013) Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijital Kapitalizm, *Akademik Bilişim 2013, XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 23-25 Ocak 2013- Akdeniz Üniversitesi, Antalya*, ss. 823-831.
- Bauman, Zygmunt (2012) *Küreselleşme-Toplumsal Sonuçları*, 4. Basım, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, Mutlu ve Çomu, Tuğrul (2012) *Sosyal medyanın nefret söylemi için kullanılması ifade özgürlüğü değildir!*, <https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir> Erişim Tarihi: 03 Kasım 2019.
- Bora, Tanıl (2014) *Türkiye'nin Linç Rejimi*. 3. Baskı, İstanbul: Birikim Yayınları.
- Cannetti, Elias (2006) *Kitle ve İktidar*, Üçüncü Basım, Çev. Gülşat Aygen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Champbell, Charlie (2013) *Günah Keçisi*, Çev. Gizem Kastamonulu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelik, Hilal ve Otrar, Mustafa (2009) Saldırganlık Envanterinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Sayı:29 ss. 101-120.
- Çomu, Tuğrul (2012) Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Duman, Kenan (2019) *Gustave Le Bon'un Sosyal Bulaşma Düşüncesinin Yeni Medyadaki Yansıması: Dijital Linç Kavramı ve Twitter İçerik Analizi*. https://www.academia.edu/20097038/GUSTAVE_LE_BON_UN_SOSYAL_BULASMA_DUSUNCESININ_YENI_MEDYADAKI_YANSIMASI_DIJITAL_LINC_KAVRAMI_VE_TWITTER_ICERIK_ANALIZI
- Eraslan, Levent (2016) *Sosyal Medyayı Anlamak (Bir Sosyal Medya Rehberi)*. Geliştirilmiş 2. Basım, Ankara: Nobel Yaşam.
- Erçolak, Nevzat (2017) Twitter'da Türkçe Veriler Üzerinden Hakaret Suçu Analizi. *Ankara: Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Freud, Sigmund (1975) *Kitle Psikolojisi*, Çev. Kamuran Şipal, İstanbul: Bozak Yayınları.
- Gürşad, Ulaş (2013) *Twitter'in Yaramaz Çocukları*. <http://www.milliyet.com.tr/pazar/twitter-in-yaramaz-cocuklari-1654692> Erişim Tarihi: 30 Aralık 2019.
- Hasta, Derya ve Güler, Müzeyyen Eda (2013) Saldırganlık: Kişilerarası İlişki Tarzları ve Empati Tarzları ve Empati açısından Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), ss. 64-104.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2010) *Günümüzde İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karaduman, Sibel (2010) Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yaşar University*, ss. 2886-2899.
- Le Bon, Gustave (1997) *Kitleler Psikolojisi*. Birinci Baskı, İstanbul: Hayat Yayıncılık
- Özkan, Şeyma vd. (2019) *Medyada Nefret Söylemi İzleme Raporu Mayıs* Ağustos 2019*, Danışman: İdil Engindeniz.
- Medyada Nefret Söyleminin İncelenmesi.* (t.y.) <https://hrantdink.org/tr/asulis/faaliyetler/projeler/medyada-nefret-soylemi/256-medyada-nefret-soyleminin-izlenmesi> Erişim Tarihi: 23 Ocak 2020.
- Özdemir, Murat (2010) Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), ss.323-343.

- Özsoy, Duygu (2015) Tweeting Political Fear: Trolls in Turkey. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, Yıl 8, Sayı XXII, ss. 535-552.
- Paker, Murat (2011) Psikolojik Açıdan Önyargı ve Ayrımcılık, Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar, *İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyoloji ve Eğitim Çalışmaları Birimi (seçbir)*, <https://docplayer.biz.tr/5280253-Psikolojik-acidan-onyargi-ve-ayrimcilik.html>
- Schnapper, Dominique (2005) *Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki ile İlişki*, Çev. Ayşegül Sönmezer, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Araştırma Yayınları.
- Sosyal medyada linç ettiler! Ezgi Sertel isyan etti* (2020) <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-ezgi-sertel-isyan-etti-bana-hamilelik-insana-yakisir-bu-kadar-cirkinini-ilk-kez-goruyorum-mesajlari-atildi-41461857/5>
Erişim Tarihi: 05 Mart 2020.
- Taiwo, R. Rotimi (2014) Impoliteness in online forums: A study of trolling in Nairaland. Chilwa, *Pragmatics of Nigerian English in Digital Discourse*, Chilwa, I., Ifukor, P., ve Taiwo, R. (ss. 67-76). Münih: Lincom Europa.
- Türk Dil Kurumu*, <http://www.sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2019.
- Toprak, Mehmet (2018) Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Nefret Söylemi. *İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Türk, Gül Dilek (2017) Sanal Dünyada Linç Kültürü. *Medya Çağında İletişim*, İstanbul: Çizgi Kitapevi, ss. 463-486.
- Van Dijk, Teun A. (2015) Critical Discourse Analysis. *The Handbook of Discourse Analysis*, Edited: Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, and Deborah Schiffrin ss.466-485.
- Vardal, Zeynep Burcu (2015) Nefret Söylemi Ve Yeni Medya, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Bahar · 2(1), 132-156.
- Vural, Z. Beril Akıncı ve Bat, Mikail (2010) Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), ss. 3348-3382.
- Yapı Kredi: Ahmet Kural ile çalışmayacağız* (2018) <https://t24.com.tr/haber/yapi-kredi-ahmet-kural-ile-calismayacagiz,738686>, Erişim Tarihi: 23 Ocak 2020.
- Yılmaz, Zeynep (2012) Hukuki Açıdan Toplumsal Şiddet olarak Türkiye’de Linç. *İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.