

Field : Communication

Type : Review Article

Received: 22.12.2018 - *Accepted*: 28.12.2018

Sosyal Medyada Öz-Temsil ve Ötekiliğin ‘Öteki Boyutu’: ‘Karikateist’ Toplumsalı Üzerine İnceleme

Seçkin ÖZMEN*, **Savaş KESKİN***

*İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, RTS Bölümü, İstanbul, TÜRKİYE

**İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü RTS ABD, İstanbul, TÜRKİYE

Email: seckinozmen@gmail.com, skeskin3323@gmail.com

Öz

Gerçek toplumsal yaşam dinamiğinden farklı bir sosyalleşme pratiği sunan sosyal medya, dezavantajlı gruplar açısından oldukça anlamlı bir toplumsal alan haline gelmiştir. Bu bağlamda, gündelik ilişkiler ve medya temsillerinde bir ‘Öteki’ olarak sunulan Ateistlerin, sosyal medyayı bir telafi ortamına dönüştürdüğü görülmektedir. Sosyal medya üzerinde örgütlenen enformel Ateist gruplar, kolektif kimliklerini kendi toplumsallıklarının devimselleri çerçevesinde kurgulamakta ve güçlü bir temsile dönüştürmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmada, Türkiye’deki en büyük sanal ateist topluluğu olan Karikateist içerisindeki öz-temsili ve toplumsallaşma pratikleri araştırılmıştır. Netnografi yönteminin kullanıldığı çalışmada, topluluk içindeki bireysel ve kolektif performanslar, topluluğun sosyal dinamikleri çerçevesinde irdelenmiştir. Çalışma bulguları, sosyal medyanın sunduğu toplumsal egemenlik ile Ateistlerin de kendi ‘Ötekilerini’ yaratma ve dini inançları ötekileştirme tahakkümü altında tutma pratiklerine yöneldiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ötekilik, Ateist, Öz-temsili, Sosyal Medya, Karikateist, Netnografi



Self-Representation in Social Media and ‘Other Side’ of The Otherness: The Review on ‘Karikateist’ Society

Abstract

Social media which offers a different socialization practise from real social life dynamic, has become a quite practical place for disadvantageous groups. In this context, it is seen that Atheists which are mariginalized through media representations and daily relationships, how converts to social media to compensation place for their identity. Atheists that are organized on social media, fictionalize and represent their collective identities in their sociality. Therefore, it was instigated socialization and self-representation practises in Karikateist that is the biggest virtual Atheist sociality in Turkey. It was used netnography method in this study and was discussed individual and collective performances in sociality in the context of social dynamics of sociality. Study findings reveals that also Atheists create their own Others and front to mariginalization practises for beliefs of a religion via social domination that is offered by social media.

Keywords: Otherness, Atheist, Self-representation, Social Media, Karikateist, Netnography



1. Giriş

Sosyal medya evreni içerisindeki üretim, mübadele ve temsilin doğası, yalnızca bireysel ifade tarzlarını değil kolektif ifade tarzlarını da içine alan, çoğu zaman bu tarzları birbiri içinde parçalayarak bütünleştiren ve dönüştüren niteliklerle donatılmaktadır. Bu fonksiyonlar seti, farklı ve başka türden, alışılmadık bir toplumsallık kurgusunun meydana gelmesine ve alternatif sosyal ilişkilerin giderek daha fazla önem kazanmasına neden olmaktadır.

Sosyal medyanın yarattığı sosyal etki, her bir birey ya da toplumsal grup için farklı biçimlerde tezahür edebilir. Modüler yapısıyla, daha doğrusu bireyselleştirilebilen ve sonsuz sayıda parçalanabilen kitlesellik formuyla her sosyal sınıf ve statüden insanların kendilerince anlamlı bir performans üretebilmesinin kanallarını açan sosyal medya, ‘kullanıcı’ olarak addedilen yeni dijital bireyin aidiyet ağlarının kümelenildiği ve bağlandığı nirengilerden biridir. Bu nedenle, sosyal medyanın, gündelik sosyal yaşam ve geleneksel medya araçlarına hâkim olan temsiliyet ve durum tanımı kalıpları içinde demonize edilen ya da daha iyimser bir tavırla yok hükmünde sayılan ‘öteki’ gruplar açısından önemi; sıradan, ‘normal’ ve olumsal kimlik kategorisindeki bireylerden farklı bir fazda açıklanabilir. Sosyal medyanın, ‘öteki’ gruplar için farklı anlamlara denk düştüğü sayılıştısından hareketle; dezavantajlı kimlik gruplarının geleneksel medyadaki ‘Ötekilik’ kurgularının aksine, sosyal medyadaki araç ve içeriklerle kendi kendilerini temsil edebilme ayrıcalığına eriştikleri söylenebilir. Bu sayede edilgen ve egemen temsillerden sıyrılan Öteki kimlikleri, öz-temsil aracılığıyla etken bir biçimde ve Biz şuuru ile kurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra; sosyal medyada topluluk ilişkileri geliştiren Ötekilerin, kendi kontrollerinde bulunan bir toplumsallık kurgusu ihdas etmesi ve bu kurgu içindeki normlar, paylaşım ilişkileri ve tanımların Öteki’nin görece otonom düzenekleri tarafından yeniden üretilmesi, önemli bir ayrıntıdır. Özetle Ötekiler, sosyal medya toplumsallıklarında, konvansiyonel gerçekliğin aksine ‘egemen’ konumda anlaşılmakta ve antagonistik bir öznenin kimlik modelini inşa etmektedir.

Türkiye’deki toplumsal yapı ve normallere uyumsuzluğu nedeniyle ‘ultra öteki’ (Yılmaz, 2010) olarak tanımlanan/kimliklendirilen ve marjinal bağlama iliştilen Ateistler de sosyal medyayı kullanarak öz-temsil ve topluluk kurguları inşa etmektedir. Son yıllarda Facebook’ta ortaya çıkan ve her geçen gün popülerleşen Karikateist topluluğu, Ateistler başta olmak üzere çok sayıda inancın ya da inanç karşıtı doktrinlerin müntesiplerinin bir araya gelerek ve birbirlerine temas ederek ‘varlık’ gösterisi sunduğu bir birleşme ve çatışma alanı içermektedir. Bu topluluğun en somut gösterenlerinden ve ilgiye mazhar delillerinden biri, yüksek takipçi sayısı içermesi ve kendilerini Ateist olarak tanımlayan/kimliklendiren bir ahalinin egemenliğinde olmasıdır. Topluluktaki en dikkat çeken nokta ise; öz-temsil ve kimlik kurma taktiklerinin büyük oranda, bilinçli olarak üretilen inanç orijinli bir Öteki’nin varlığı üzerinden anlam kazanması ve sürdürülmesidir. Ancak aykırı bir biçimde modellenen bu alternatif Öteki; aslında gerçeklik bağlamında Ateistleri ‘Öteki’ olarak tanımlayan ‘Dini İnançlılar’ın kendisidir. Gelenekseli alaşağı etme ve paralel bir uzamda yeni kodlarla sürekli yeniden kurma işlemleri, baskı altında tutulan Öteki’nin, şiddetli bir gerilimle ve ‘başka’ bir biçimle



açığa çıkmasına ve bu gerilimin sürekli nüksetmesine neden olmaktadır. Topluluk içinde Ateizm ve Ateist kimliği; özellikle azınlık durumundaki İslam ve Müslümanlar başta olmak üzere, diğer dini inançlar ve inançlılar aşağılanarak, ötekileştirilerek ve yaftalanarak; mizahın ilgi çekici fraksiyonları ile nobranlığın çeşitli kademeleri arasında ifade edilmektedir. Gerilim ihtiva eden bu toplumsallık tecrübesi ve öz-temsili pratikleri, Ateist kimliğinin diyalektik dayanağını ve patolojik karşılığını, inançlı kategorisindeki dini kimliklerin yeniden temsiline bağlamaktadır.

Bu araştırmada, gerçek bağlamda bir ‘Öteki’ olarak Ateistlerin Karikateist Facebook topluluğundaki öz-temsili, toplumsal paylaşım ve karşı-Ötekilik pratiklerinin açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Ötekiliğin esasında belirli bir kimlik gurubuna dikilen varlık belirleyeni ya da doğuştan verili bir tanımlayıcı değil, toplumsal mücadele ve egemenlik alanlarına bağlı olarak değişkenlik gösteren bir deneyim olduğu ortaya konularak, kimliğin kendini kurma serencamı içerisindeki manevraları açığa çıkarılacaktır. Çünkü toplumlar, varlık gerekçelerini Öteki üzerinden meşrulaştırırken, bu girişimin toplumsal çoğunluk ve Biz algıları ile doğrudan bağlantısı bulunmaktadır. Toplumsal egemenliğe sahip olan çoğunluk bu nedenle, her zaman ihtiyaç duyduğu bir Öteki’yi yaratmakta, daha doğru bir ifadeyle, farklılaştırıcı pratikleri belirli bir kimlik türüne yönelterek Öteki’yi ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmanın topluluk ilişkilerini konu edinmesi nedeniyle, bu tarz örnek vakalar üzerinde oldukça etkili bulgular elde etmeye yarayan ve sosyal medyaya uygun bir metodolojik altyapı içeren Netnografi, bulgulara ulaşma yöntemi olarak kullanılmıştır. Çalışma süresince, Karikateist topluluk sayfasına dâhil olunarak, topluluktaki temsil ve Ötekilik kurguları yakından incelenmiş, kültürel ilişkilerin organik ve canlı yapılarına karşı gelişen akademik tanıklık, kimliğe ilişkin bir okuma pratiğini meydana getirmiştir.

2. Toplumla Kurulan Gerilimli Bir İlişki Olarak Ötekilik

Tarih boyunca kimliğin mütemmim unsuru ve antagonistik karşılığı olarak ona eşlik eden, tarihin kendisi kadar kadim bir niteliği nüvesinde barındıran öteki kimliği, her ne kadar Ben/Biz ile özdeş ya da en azından benzer olma vasfı taşısa da ötekileştirme pratiğinin altında yatan temel neden, farklılık ve farklılaşmadır. Bu nedenle Türkiye’deki mevcut toplumsal konjonktürdeki egemen ve muteber ‘İnançlı’ kimliği ile Ateist ya da ‘İnançsız’ kimliği arasındaki farklılık, hem organik bir farklı olma hali hem de bilinçli bir farklılaştırma pratiği ve kimlik üzerinden sürdürülen bir mücadelenin sonucudur. Nitekim Connolly’ye göre (1995: 92), bir kimlik toplumsal olarak kabul edilmiş bir dizi farklılıkla olan ilişkisi yoluyla oluşmakta ve bu farklılıklar onun varlığı açısından hayati önem taşımaktadır. Çünkü onlar farklılık olarak birlikte var olamazsa, kimlik de onlardan farkı sayesinde ve kendi sağlamlığı içinde var olamaz. Farklılık, doğal bir oluşum izlenimi yaratsa da esasında kimliğin kurucu işlevleri arasında cereyan etmektedir. Bu duruma atıfta bulunan Grossberg (2003: 93), kimlikle kurulan ilişkilerin farklılık ilişkileri içerisinde dönüştüğü ifade etmektedir. Ona göre, modern toplumsal kurumlar farklılık kimlikleri sunmaz, ancak farklılıklar kimliklerden doğar. Ateist kimliği ile İnançlı kimliği arasındaki fark, kimliklerin kurulma sürecindeki farklılaştırıcı tutumdan ve her iki kimliğin de birbirleri için ifade ettikleri karşılıklı farklılaşmadan kaynaklıdır.



Farklılık, belirli nitelikleri kapsadığı ve taraflar arasında üstünlük ilişkisi kurmadığı sürece, kimliğin olağan desenlerinden biri olarak addedilebilir. Ancak farklılık, bilinçli bir farklılaştırma pratiğine bağlı olarak beliriorsa, ortada kimlik üzerinden yürütülen bir mücadele ve tahakküm ilişkisinin var olduğundan söz edilebilmektedir. Çünkü farklılaştırma bir süre sonra kimliğin faşizanlaşmasına neden olan bir dizi bireysel ve kolektif tutumlar şeklinde nüksetmektedir. Schnapper'ın ifadesiyle (2005: 26), farklılaştırıcı tutum, Öteki'nin reddini öneren özgün bir formda ortaya çıkmıştır. Kendi ile öteki arasındaki fark, farklı olanın çıkarılması, dışlanması ya da en ileri durumda yok edilmesiyle sürdürülmeye çalışılmıştır. Sözü edilen farklılaştırıcı tutum, Öteki'ne karşı her zaman tetikte olan bir 'hırçınlığı' sürekli beslemektedir. Öteki'ne karşı tahammülsüzlük, Ben'in momentindeki her öteki unsurun metaneti ve mukavemetini eriten, soğuran ve parçalayan bir takım reflekslere yol açmaktadır. Çünkü farklılaştırma kombinasyonu gerçekleştiğinde, güçlü bir kimlik, bir dizi farklılığı; doğası itibarıyla kötü, akıldışı, anormal, deli, hasta, ilkel, canavar, tehlikeli ya da anarşik –yani öteki-biçimde kurmaya çabalayacaktır (Connolly, 1995: 94). Öteki, bu aşamadan sonra muktadir kimliğin iktidar pratiklerinin bir sonucu olarak her zaman onun defolu bir görünümünden başka bir anlam ifade etmeyecektir. Olumsal 'Ben/Biz' kimlik değerlerini 'İnanç' sistemleri ile tanımlayan toplumsal formasyonlar; Ateist kimliğinin, bir sapkınlık, patoloji, kural ihlali ve toplumun kendisine karşı doğrudan işlenmiş nitelikli bir suç olarak algılanmasına ve kimlikler arası ilişkilerin bu 'yakıştırma' ya da 'teşhis' tabanında sürekli farklılaşmasına sebep olmaktadır. Ateist kimliğinin farklılaşan tarafı, yalnızca inanç odağındaki bir ayrışma değil, Ateist olanın toplumsal varlığını kuşatan ve onu farklılaştırıcı eylemin hedefinde tutan bir kimlik meselesine bağlıdır.

Ateist kimliğinin 'Teist' yapı içerisindeki Ötekilik karşılığının orijinine bakıldığında, toplum dışı olma fikrini görmek mümkündür. Göker'e göre (2015: 236) Ötekilik 6. ve 7. yüzyıllarda Greklerin kendilerinden olmayan yabancıları tanımlamak için kullandığı bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yine bu dönemde Ötekiliğin, barbarlık (Sözen, 1999: 24) ve uygarlaştırılması-ehlileştirilmesi gereken bir vahşilik (Passerini, 2010: 226) ile özdeşleştirildiği görülmektedir. Ötekinin niteliğindeki bu toplum dışı olma durumu, onu dolaysız bir tehdide dönüştürmekte ve toplumsal dışlama reflekslerine maruz bırakmaktadır. Modern çağın 'akılcı' doktrinleri çerçevesinde biçimlenen Ateist kimliğini toplum dışı kılan temel saik; geleneksel anlatılardan farklı olarak teolojik ahlak değerleri ile kurulması yeğlenen dünya standartlarının dışında olması ve bu dünyanın toplumsallarını tehdit eden kodları doğasında barındırmasıdır.

Kolektif bir tutum ve pratik şeklinde işleyen Ateist Ötekiliği, egemen kimlik gruplarının kendileri ve diğer gruplara dair tasarımlarını içeren tanımlayıcı bir yapıyla doğrudan ilintilidir. Çünkü egemen grup üyeleri ile diğer gruplar arasındaki sınırlar ideolojik temsiller aracılığıyla çizilmektedir. Bireylere Biz ve Öteki bilinci bu yöntemle aşılacaktır (Göker ve Keskin, 2015a: 236). Toplumun geneli Biz olma fikrine karşılık gelen 'İnançlı' kimliğine ve durumuna sahip olmak için çabalarırken, bireylerin sosyal tecrübeleri genellikle Biz olmanın tanımlanmış sınırları içerisinde gerçekleşmektedir. Bu durum, Ateistlerin de dahil olabileceği Öteki grupların yayılmasını önlemek adına, çeşitli



aktif ve pasif tedbirlerin doğmasının nedenini de açıklar niteliktedir. Çünkü kolektif bilinç Biz kimliğini topyekûn halde Öteki'yi yok saymaya ya da onun olumsuz niteliğini sürekli hatırlamaya ve hatırlatmaya teşvik etmektedir.

Ateist kimlik paydaşlarının toplumsal bağlamdaki dezavantajlı konumu, etiketleme/yaftalama yönelimlerinin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Özellikle, toplumun geneli dışında kalan gruplar üzerindeki toplumsal denetim, onları sapkın olarak tanımlayarak sağlanmaktadır (Güngör, 2011: 278). Bu sapkınlık tanımları, toplum dışı karakteri vurgulamakla birlikte, toplumların kendini ahlaki yönden kutsaması ile de ilgilidir. Çünkü genel toplumsal yapı ve bu yapı içindeki bireyler, Öteki'ye bir kimlik isnat edecekleri zaman, kendilerini saf olarak gösterecek bir konuma yerleştirmektedir (Goffman, 2014: 189). Günah keçiliğini de beraberinde getiren bu farklılaştırıcı tutum, Ateist kimliğinin pejoratif söylemler ve küçültücü retoriklerle damgalanmasını ya da toplumsal aksaklık ve bunalımların, hatta doğal afetlerin kaynağı olarak gösterilmesinin ana hatlarını çizmektedir.

Tartışılan konudan hareketle Ateistlerin, özellikle Teist gelenekten beslenen ve bu çerçevede normlar üreten toplumsal yapılar açısından her zaman tehlikeli ve sapkın bir Öteki olduğunu söylemek mümkündür. Yaratıcı kavramının varlığını reddetmekten ibaret olan bir doktrin (Girardi, 2005: 371) şeklinde tanımlanan Ateizm görüşünü paylaşan Ateistlerin, toplumsal konumlarını tayin eden kimliklerini kendi algıları ve perspektifleri çerçevesinde inşa etmeleri fikri, inançlarla karakter kazanan toplumlar tarafından tehlikeli bulunmaktadır.

3. Ötekiliğe Karşı Yeni 'Kolektif Direniş' Pratiği: Sanal Topluluklar

Ateist olmanın tikel değerliklerinin ya da grup mensubiyetinin kimlik açısından karşılık bulduğu toplumsal katman, bu kimlik kategorisinin ortaya çıktığı ve paylaşım yoluyla yayıldığı sosyal formasyonun kurulma biçimleriyle ilişkilidir. Ateist olma hali, doğrudan belirli bir doktrine bağlı varlık göstereni değil, aksine toplumla kurulan ilişkinin doğasında gizli ya da açık seçik halde bulunan bir sembolik etkileşimin sonucudur. Ateist kimliğinin karşılaşmalar ekseninde ya da temaslarla kurulduğu ve yeniden kurulduğu düzeyin olumsuzluk ya da öldürücülük parametrelerini belirleyen ana husus, onun 'Biz' ya da 'Öteki' olma vasfı ile bağlantılı bir durum içermektedir. Konuya Türkiye bağlamında bakıldığında; Yılmaz'ın (2010: 5-6) Türk toplumunun ötekilerini saptamak amacıyla gerçekleştirdiği kapsamlı araştırmada, ateistlerin ve eşcinsellerin "Ultra Öteki" olarak tanımlandığı, halkın %37'lik bir bölümünün Ateistlerin kimliklerini yaşama haklarının tamamen kısıtlanması yönünde görüş beyan ettiği göze çarpmaktadır. Nitekim Ateistlerin de %59'luk bir bölümünün dışlanma ve ötekileştirilme nedeniyle kimliklerini gizli tuttukları tespit edilmiştir.

Ateist kimliğinin Türkiye'deki varlığının denetim altında tutulması, toplumsal birikim yoluyla aktarılan kültürel kodların yanı sıra, medyanın güncel yaklaşımları ve temsil pratikleriyle de açıklanabilecek bir vakadır. Toplumsal gerçekliğe dair bir yeniden üretim düzeneği olarak işleyen kitle iletişim araçları/medya, kimlik farklılıklarının Ötekilik formunda temsil edildiği içeriklerle, Ötekiliğin kolektif düzeyde tecessüm etmesine aracılık etmektedir. Bu bağlamda, Ötekiliğin medya temsilleriyle dolayımlanmış ve



kurgulanmış bir üst gerçeklik olarak sürekli yeniden üretilmesi söz konusudur. Nitekim farklılık politikaları üzerine bina edilen dünyada her Ben'in karşısında bir Öteki konumlanmakta ve bu ötekileştirme sistemi içerisinde kitle iletişim araçları/medya da kendi Ben'leri üzerinden Ötekileri inşa etmektedir (Toruk ve Sine, 2012: 362). Ateistlerin medya içeriklerindeki 'durum' tanımları, olumsuz olaylarla ilişkilendirme ile birlikte bilinçli bir 'yok' sayma sistematiği kapsamında okunabilir.

Ateistler, benzer türevli 'madun' kimlik gruplarının yaptığı gibi, Ötekiliğin öldürücü baskısına karşı korunaklar ve direniş setleri kurmaktadır. Yukarıdaki araştırma örneğinde sunulduğu gibi, Ateist birey ya da grupların kimlik üzerindeki baskı ve tahakkümden korunma yollarından en yaygın olanı 'sessizlik' ve 'gizlenme'dir. Bu gizlenme; genel olarak suskunluk, izini belli etmeme, kimliğe ilişkin sorulardan kaçınma yoluyla sağlanmaktadır. Ancak kimliği gizlemeye dayalı bu 'görünmez' olma manevrası bir itaati ya da kabullenmeyi değil, korunma taktiğini simgelemektedir (Alpman, 2015: 208). Ateist kimliğinin paydaşları, muktedir kimlikle mücadelelerini 'eşit' ahvalde sağlamanın imkânsızlığına karşı, kimliğin hasarını ve örselenme miktarını asgari seviyede tutma pratiğini benimsemektedir. Benzer bir şekilde din değiştirenlerin kimliği yeniden kurma ve tanınma süreçlerine eğilen Keskin (2017: 192-204), kimliğe yönelik tazyikli müdahalelere karşı onarım ve direniş halkalarının önemli bir oranda 'suskunluk' ve kısmen 'kimliği inkar etme', 'kısasa kısas', 'yeni bir dünya kurma' ve 'aktif iletişim' taktikleri içerdiğini saptamıştır. Ateistlerin, çalışmaya konu olan Karikateist toplumsallığındaki kimlik ergilerinin çapına bakıldığında, suskunluk cenderesinin dışarıda bırakıldığı ve Keskin'in saptadığı taktiklerin öne çıktığı bir süreç gözlemlenmektedir. Ötekiliğe karşı 'kısasa kısas' ve 'aktif iletişim' taktiği anlamlı bir biçimde topluluk bağlarına dönüşürken, 'gelenekselin' dışında, dijital tabanlı 'yeni bir dünya' kurma aksiyonları da göz ardı edilemeyecek, etkili bir vakaya işaret etmektedir.

Sosyal medya, Ateist kimliğinin otonom bir kuvvetle ve 'olumsal' olarak yeniden kurulmasını sağlayacak 'yeni dünyanın' olanaklarını içermektedir. Gerçeğin hem içinde hem de dışındaki bu alan, Ateist kimliği için 'iyileşmeye' yönelik bir umuttur. Nitekim kimlik sorunsalına diyalojik perspektiften yaklaşan Taylor (2005: 51), eşitsizlik ve itibarsızlaştırma eylemlerinin sebep olduğu kimlik bunalımlarına karşı geliştirilen 'onarımsal eylemlerin', problemleri yok etmeye yardımcı olduğunu ve hasarların iyileştirilmesini erkene aldığını savunmaktadır.

Ateist kimliğinin sistem içi ya da çevrimiçi (online) direniş hareketinin kurucu ayaklarını anlamak için, yeni medyanın 'özgürleştirici' gücünü teoriye döken Jenkins'e değinmekte fayda vardır. Çünkü Jenkins'e göre (2017: 37), kültürü bozma- yani medyanın akışını dışarıdan bozma- siyaseti yerine, blog yazarlığı- yani medyanın akışını aktif şekillendirme- siyaseti benimsenmelidir. Bir başka deyişle, sistem içerisinde kalarak sistemle mücadele etme, Jenkins'in argümanlarının ana hattıdır. Yeni medyayı anlatırken, filmler hakkında konuşmayı seven Jenkins, The Truman Show'da seyredilen medya sömürüsüne karşı ana karakterin kapıyı çarpıp çıkmasını anlamsız bulmaktadır. Ona göre esas olan, yayında kalmak ve kendi içeriğini üretmek medyanın sömürüsüne başkaldırmaktır (Jenkins, 2017: 36-38). Sosyal medyadaki Ateist hareketi, yeni bir tür



toplum modeli ve geleneksel toplum arasındaki denkleme uyarlandığı zaman, Jenkins'in sözünü ettiği türden bir başkaldırının ağırlığı ortaya çıkmakta ve egemen toplumsal çıkarların eşitsizlik merkezli 'denge' stratejisinde bir bozulma yaşanmaktadır.

Jenkins, medyanın iç içe geçmesi ile birlikte ortaya çıkan Yöndeşme Kültürünün, bireysel özgürlüğün anahtarı olabileceğini savlar. Üstelik bu anahtar, 'Kolektif Akıl' kavramıyla vurgulanan özgürleşmenin kilidini de açabilme potansiyeline sahiptir. Çünkü Kolektif Akıl, kimsenin her şeyi bilmediği, herkesin bir şeyler bildiği ve tüm bilginin insanlığın kendisinde olduğu (Jenkins, 2017: 35) formülasyonu ile, Ateist bireysel kimliğinin içinde bulunduğu çıkmazlara karşı, topluluk şuurunun motivasyonunu kullanarak özgürleşmenin yoludur. Jenkins'e göre (Jenkins, 2001: 93) yöndeşme, bireyleri, her yerde olan ve birbirleriyle ilişkili bir medya çağına sokmaktadır. Bir 'Dijital Rönesans' olarak yöndeşme, sonuç değil, süreçtir ve her alanda tecrübe edilen bir birleşmedir. Ateistlerin de içinde bulunduğu kullanıcı grubu, kara bir kutunun (TV) tüm medyayı kontrol altında tutması problemini aşmıştır. Artık Ateist kullanıcılar da kendi içeriklerinin kaderini ve demokratik kültürü tayin edebilme gücüne sahiptir. Bu yeni form Ateist kimlik paydaşlarına, Küresel Köyün etken yurttaşları olabilme olanağını isnat etmektedir. Çünkü, televizyonun ve diğer enstrümanların çizgiselliğinden, dijitalliğin kompleks katmanlarına katılım, sinerjik bir eylemdir (Jenkins, 2006: 243-248).

Ateistlerin çevrimiçi aktif katılım kültürünün biçimlendiği sanal topluluk kavramı, sosyal medya ile birlikte ortaya çıkmış ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşma sürecine paralel bir gelişme göstermiştir. Sosyal medya günümüzde bir sosyalleşme ortamı olarak gündelik yaşam pratikleri içerisinde yitime uğrayan, dışlanan ve ötekileştirilen bireyler açısından etkin bir telafi mekanizmasına dönüşmüştür. Çünkü sosyal medya, gerçek toplumsal birimlerle kurduğu aidiyet ilişkisi zayıf olan bireyler açısından etkili bir kaçış alanı ve aidiyetin yeniden kurulabileceği sanal bir toplumsallık sunmaktadır (Göker ve Keskin, 2015b: 863).

Sanal topluluklar; en salt çizgiye inildiğinde, Jones'a göre (akt. Blanchard, 2004: 2), sanal uzamlarda bir araya gelerek sanal etkileşimde bulunan sanal yerleşimcilerdir. Gerçekten de sanal toplulukların barındırdığı saçaksız, has ve temel nitelik; dijitallik/sanallıktır. Van Dijk bu durumu, CMC (Computer-Mediated Communication/Bilgisayar-aracılı İletişim) kavramıyla tanımlamakta ve toplumsalın kurucu unsurunu HCI (Human-Computer Interaction/ İnsan-Bilgisayar Etkileşimi) olarak tayin etmektedir (van Dijk, 1997: 40-41). Bu bakımdan, Ateist kullanıcıların sanal topluluklardaki tüm operasyonları ve kültürel üretimleri, birbirleriyle olduğu kadar araçlarla da dolaysız bir ilişkiyi şart koşmaktadır.

Ateist kimliğine uzam ve kolektif birliktelik damarları oluşturan sanal toplulukları, asıl olan örgütlenmelerden ayırıştırmak için, Organik topluluk önermesinde bulunan van Dijk, bu iki farklı topluluk türü arasında belirgin ayrımlar üretmiştir. Ona göre (1997: 45), biri gerçek olan diğeri ise kendine has gerçekliği ile, gerçekte var olmayan iki topluluk tipi arasında 4 temel farklılık düzeyi bulunmaktadır; *Kompozisyon ve etkinlik, sosyal organizasyon, dil ve etkileşim, kültür ve kimlik*. Organik topluluklarda, sosyal yapıyı kuran kompozisyon ve etkinlik düzeyleri sıkı bağlar ve kolektif faaliyetleri gerektirirken,



sanal topluluklarda düşük bağıllık ve özelleştirilmiş faaliyet tarzları hakimdir. Organik topluluklardaki organizasyonların zaman ve mekana bağıllığı, sanal toplulukların ‘dijital yerleşkeleri ve eşzamansızlık düzenekleri’ sayesinde ortadan kalkmıştır. Organik topluluklarda dilsel pratikler ve etkileşim ritüellerinin, sözel ve sözel olmayan öğelerle sınırlı olmasına rağmen, sanal topluluklarda sözel öğelerin yanı sıra dilüstü iletişim olanakları gelişmiştir. Son olarak; organik topluluklarda bütüncül, tekli ve homojen bir kültürel kimlik türü modellenirken, sanal topluluklarda modüler, çoklu ve heterojen bir kültürel kimlik kurgulanmaktadır. Sayılan bu ayrımları destekleyen bir ayrıma giden Wellman da (1996: 2-8), benzer şekilde, ilişkilerin özelleştirilmesi ve sıklığı ile sosyal ağların yoğunluk, serilik ve sınırlılık özelliklerine vurgu yapmıştır. Birbirini tamamlayan ve destekleyen bu tahliller, farklılığın anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.

Belirli özellikleri itibarıyla organik topluluklardan ayrılan sanal toplulukları kategorize etme sorunsalı üzerine giden Armstrong ve Hagel’in sınıflandırması, günümüzde geniş kabul görmektedir (akt. Uzkurt ve Özmen, 2006: 24-30): *Fantezi, ilgi, işlem ve ilişki toplulukları*. Farklı konseptler odağında oluşturulan bu kategoriler, eğlence, bilgi, satış, sosyalleşme ve hobi gibi çeşitli sosyal aparatlara göre biçimlenmektedir (Gupta ve Kim, 2004: 2682). Ateist bireyler, tercihlerine ve kullanım motivasyonlarına bağlı olarak, herhangi bir topluluk ya da birden fazla topluluk içerisinde sosyalleşerek, sosyal inşada yer almaktadır. Karikateist topluluğu ise, ilgi ve ilişki topluluğu kategorilerinde yer alabilecek hibrid bir yapı içermektedir.

Egemen toplumsal düzeneklerle ilişkilerinde, Öteki olarak kimliklendirilen/tanımlanan Ateist grupların, sanal toplulukları bir telafi ortamı ve yeniden kimliklenme aracı olarak kullanmaları kaçınılmazdır. Nitekim Donath’ın yaklaşımıyla (1998: 1), sanal toplulukların önemli işlevlerinden biri de kimliklendirmedir. Sanal topluluklar, kalıtsal normlar ve beden özelliklerinden bağımsız bir kimlik yapısını bireylere sunmaktadır. Bu açıdan, gerçeklik bağlamında örselenen kimliklerine bir onarım ya da direnç seti kurmak isteyen Ateist gruplar, kendi egemenlik alanlarındaki sanal toplulukları, kimlik inşası için kullanmaktadır. Araştırmanın ileriki bölümlerinde görüleceği üzere, Karikateist toplumsalında da benzer şekilde, kolektif bir kimlik üretme çabası mütemadiyen sürmekte ve desteklenmektedir. Ancak belirtilmesi gereken nokta; bu toplulukların faaliyetleri her ne gerçeklik bağlamına sirayet etse de, tesirin sınırlı bir alanda sıkışmasıdır.

4. Araştırmanın Metodolojik Tasarımı

Bu çalışmanın eğildiği sorun, toplumun egemen kimlik aksları arasında dar bir alanda sıkışan ve baskı altında tutulan Ateist Öteki’nin, ‘başka’ bir tür toplum kurarak, ‘başka’ bir biçimde ve güçlü şekilde açığa çıkmasıdır. Baskı altında tutulmanın gerilimle açığa çıktığı bu yeni hareket, geleneksel yapı ile ilişkisinde, tarihsel bazı kurguları aşındırmakta ve Öteki olanın denetim ağlarını yırtarak dışa taşması, kimlik düzeyinde bazı dönüştürücü sonuçlar içermektedir. Bu çalışma, baş aşağı olmuş ve tersine dönüş bir kimlik temsiliyetinin hatlarını açıklayarak, artık baskı altında tutulması görece zorlaşan Öteki’nin nasıl bir formda açığa çıktığını görünür kılacaktır.



Bu çalışmanın amacı, geleneksel medya temsilleri ve toplumsal ilişki örüntüleri içerisinde Öteki olarak tanımlanan/kimliklendirilen Ateistlerin, sosyal medya ortamlarındaki öz-temsili pratiklerini ve öz-kimlik kurgularına dayanak olarak tasarladıkları Öteki'nin kodlarını ve inşa sürecini açığa kavuşturmak. Araştırma kapsamında, sosyal medyanın temsil konusunda sunduğu yeniliklerle birlikte, yeniden ve alternatif bağlamda üretilen Öteki kimliğinin değişen niteliğini sunmak da amaçlanmaktadır. Bu amaçlardan hareketle, çalışmada şu sorulara yanıt aranacaktır;

- Sosyal medya ile 'Öteki' kimliğinin kurulması arasında nasıl bir bağlantı vardır? Öz-temsili olanakları, 'Öteki' kimliğine nasıl bir form kazandırmaktadır?
- Karikateist Toplumsal içerisinde Ateist kimliği nasıl kurulmaktadır? Ateist kimliğinin ilişkili olduğu 'Öteki' kodlar nasıl üretilmektedir?
- Karikateist Toplumsalın 'Ötekileri' kimlerdir? Bu 'Ötekilerin' ontolojik gerekçeleri nasıl açığa çıkmaktadır?

Bu araştırma, sosyal medyadaki Ateist topluluklardan biri olan Karikateist topluluğundaki öz-temsilleri ve alışılmadık şekilde Öteki'ye dönüştürülen dini inançların, topluluk içindeki yeniden inşa edilme biçimlerini ortaya koymasından önemlidir.

Araştırma, Karikateist Facebook topluluğu (<https://www.facebook.com/karikateist/>) sayfasındaki yönetici odaklı sayfa paylaşımları ve kullanıcıların bu paylaşımlara katılım (beğeni, yorum, paylaşım) pratiklerini kapsamaktadır. Araştırma alanı olarak seçilen Karikateist topluluğu, hem Öteki olarak tanımlanan Ateist bireylerin hâkimiyetindeki bir toplumsal alanı ifade etmesi, hem de bir milyonu geçen beğeni sayısı ile Türkiye'de sosyal medya üzerinden bir araya gelen Ateist topluluklar arasında en popüler ve öncü olması nedeniyle etkili bir öz-temsili ve sosyallik süreci içermektedir. Nitekim neredeyse tüm Ateist topluluklar, Karikateist'i referans göstermektedir. Araştırmanın sosyal medya boyutunun Facebook'la sınırlandırılmasının nedeni, günümüzde en fazla kullanılan sosyal ağ sitesi Facebook'un, her geçen gün daha fazla internet kullanıcısının tercih ettiği bir sosyalleşme alanı haline dönüşmesidir. Öyle ki sosyal medya kullanıcıları, internet üzerindeki sosyalleşme vakitlerinin oldukça önemli bir bölümünü Facebook'a ayırmaktadır (www.businessinsider.com). Ayrıca, topluluk ilk olarak Facebook'ta kurulmuş ve diğer platformlara yayılmıştır. Bu nedenle topluluk tarafından en aktif kullanılan sosyal medya hala Facebook olarak görülmektedir.

Araştırmada bulgulara ulaşma yöntemi olarak Netnografi kullanılmıştır. Yöntemi anket, odak grup görüşmesi ya da içerik analizi gibi yöntem ve tekniklerden ayıran yönü, toplulukların kültürel içgörüsünü ve bağlamını incelemesidir. Bu noktada, topluluklardaki paylaşımlar içerik olarak değil, kültürel bir anlam olarak değerlendirilmekte, semboller, fotoğraflar, videolar, yorumlar, dil, iletişimci özellikleri ve etkileşime odaklanılmaktadır (Kozinets, 2010: 5). Araştırmacı sürece dahil olarak, tıpkı bir etnograf gibi topluluğun doğal alanlarındaki sosyal paylaşımları tanımlayan bulgulara ulaşmaktadır. Netnografide araştırma süreci beş aşamadan oluşmaktadır; giriş ve araştırma planlaması, veri toplama aşaması, analiz ve yorumlama, araştırma etiğinin sağlanması ve üye kontrolleri (Vernalı, 2013: 13-14). Belirtilen aşamalar bu çalışmada şöyle gerçekleşmiştir;



Giriş ve Araştırma Planlaması: Araştırmanın sondaj aşamasında, öncelikle çalışma sahası anlaşılmaya çalışılmıştır. Facebook iletişim kanalları ve Topluluk Sayfası özelliklerini taşıyan çalışma sahası, Ateist ve diğer dini inançsız kimlik kategorilerinden kullanıcıların çoğunlukta olduğu bir toplumsallık teşkil etmektedir. Karikateist Facebook topluluğu, diğer sanal toplulukların ötesinde, özel bir ilgi alanından çok daha fazlasını ifade etmektedir. Çünkü bu topluluk, kullanıcıların sadece eğlenceli vakit geçirdiği bir sosyal alan değildir. Aynı zamanda toplumun ultra ötekilerinden kabul edilen Ateistlerin, bir araya gelerek kendi toplumsallığını inşa ettiği bir sosyal yapıdır. Nitekim topluluk içi sosyal üretimler, gerçeklik bağlamındaki ilişki pratiklerine sirayet edecek kadar etkilidir. Üstelik topluluk gerçeklik bağlamında somut bir şekilde bulunmamasına rağmen yadsınamayacak bir gerçeklik performansı ile kolektif Ateist kimliğinin kurulumuna aracılık etmektedir. Çalışma sahasındaki paylaşımlar ve topluluk kurguları, Ateist doktrinler temelindeki bir sosyal organizasyonu kurmaktadır. Çalışma sahasına ilişkin detaylı veriler, analiz bölümünde kapsamlıca açıklanmaktadır.

Planlama safhasında, sayfa içi pratikleri kategorize eden ve dağınık halde duran toplumsallığı yapılandırarak veri toplama araçları saptanmıştır. Topluluk içindeki toplumsallığın sistematik biçimde tanımlanabilmesi için uzun bir izleme ve gözlem süreci yaşanmış, sayfa içerikleri gün gün takip edilerek notlar alınmıştır. Çalışma sahasında kayıt altında olan 2016 Aralık-2017 Aralık periyodundaki zaman dilimi, çalışmanın zamanlılığını teşkil etmiştir. Zaman Tüneli'nde geriye gitme işlemi, içerikler benzeşene ve topluluğun sistematığı anlaşılana kadar sürmüştür ve 2017 Aralık Ayı bu anlamda başlangıç noktası kabul edilmiştir. Sosyal medyanın veri depolama özellikleri sayesinde, Zaman Tüneli'ndeki kayıtlı içeriklere ulaşım, günün her anında mümkün olmuştur. Zamanlılığın belirlenmesi ile birlikte, ölçmenin yapılacağı gözlem süreci ve araçları dizayn edilmiştir. Topluluk yöneticileri ile irtibata geçilerek araştırma sürecinden bahsedilmiş ve görüşler alındıktan sonra, veri toplama süreci başlatılmıştır.

Verilerin Toplanması: Çalışmada veriler, katılımsız gözlem tekniği ile toplanmıştır. Gerçek profili ile topluluğa dahil olan araştırmacı, süreçlere katılım sağlamadan, dışarıdan bir süreç izlemesi gerçekleştirmiştir. Süreç boyunca paylaşımlar ve paylaşımlar eksenindeki yorumlaşmalar, bilgisayar ve mobil telefonda 'screenshot/ekran fotoğraflama' tekniği ile kaydedilmiş, aynı zamanda yazılı notlar alınmıştır. Gözlem süreci, sürekli geriye dönüşlerle dinamik bir yapı içermektedir. Geçmiş zamanlardaki paylaşımlar, değişiklikleri ve katılımları tespit etmek amacıyla periyodlar halinde tekrar incelenmiş ve araştırma amacıyla ilintili önemli değişiklikler not alınmıştır.

Çalışmanın gözlem verilerini desteklemek amacıyla sayfa yöneticileri ile derinlemesine görüşme, sayfa içindeki bazı kullanıcılarla ise enformel nitelikte kısa görüşmeler yapılmıştır. Sayfa yöneticilerine iletilen yapılandırılmış görüşme formu, yazılı olarak cevaplanmıştır. Yorumlar üzerindeki gözlemlerde, Biz ve Öteki ilişkisine dair önemli veriler sunan Ateist ya da diğer dini inançsız kullanıcılar, yaptıkları yorumlardaki kimlik tutumları ve söylemleri dikkate alınarak, (1)İleri muhafazakar, (2) Muhafazakar, (3) İlimli, (4)İleri İlimli kategorilerine ayrılmıştır. Bu kategorilerden özellikle Muhafazakar düzeydeki kimlik paydaşlarından 10 kullanıcı ile iletişime geçilerek görüşme talep



edilmiş ve yaptıkları yorumlar özelindeki kimlik algıları sorulmuştur. Görüşme alanının sınırlı tutulmasının nedeni, Netnografi yönteminin ‘gözlem’ ağırlıklı karakterine sadık kalmak ve çalışmanın metodolojik tasarımını bozmamaktır.

Verilerin Analizi ve Yorumlanması: Verilerin analiz ve yorumlama sürecinde topluluk içi dinamiklere sadık kalınmıştır. Tanımlayıcı bir araştırma türü olan çalışmanın gözlem verileri, betimsel analiz ilkeleri çerçevesinde, sürece ışık tutacak şekilde analiz edilmiştir. Süreç, dini değer yargılarının dışında, tamamen kimlik temsili ve Ötekilik ilişkisi bağlamında anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerin ortak noktaları, bağıntıları ve bağlamları üzerinde çeşitli kategoriler ve açıklayıcı kavramlara ulaşılmıştır. Gözlem verileri bu kategoriler ışığında tasnif edilmiş ve temsil gücü yüksek olan ve süreci iyi tarif eden içerikler amaçlı örnekleme esasına göre seçilerek, çözümlenmeye tabi tutulmuştur.

Sayfa yöneticilerinden toplanan görüşme verileri, sayfa içi dinamikleri ve topluluk kurgusunu yönlendiren yöneticilerin ‘kimlik’ tutumlarını anlamaya yardımcı olmuştur. Veriler, gözlem verileri ile ilişkilendirilmiş ve gözlem sürecini desteklemek için tasnif edilmiştir. Kullanıcılarla yapılan enformel görüşmelerdeki verilerin bir kısmı ise, yorum odaklı sosyal ilişkileri açıklayan gözlem verilerini zenginleştirmek amacıyla çözümlenme kısmında tartışılmış, ancak toplanan verilerin önemli bir kısmı çözümlenmede kullanılmadan, sorunun tespiti ve sürecin daha iyi anlaşılması aşamalarında araştırmacıya yol göstermiştir.

Araştırma Etiğinin Sağlanması ve Üye Kontrolleri: Araştırmacı araştırma süresince gerçek kimliğini açık tutmuş ve kendi özel profilini kullanmıştır. Araştırma gizli bir izleme süreci olarak işlememiştir. İlk olarak sayfa yöneticileriyle iletişime geçilerek, toplulukla ilgili yapılması planlanan iki farklı araştırmadan söz edilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Nitekim sayfa yöneticileri araştırmacı tarafından hazırlanan görüşme sorularını yanıtlamıştır. Ancak tüm kullanıcılara ulaşmak mümkün olmadığı için, sadece iletişime geçilen ve görüşme yapılan kullanıcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiştir. Araştırma içerisinde hiçbir kullanıcının kimliği açıklanmamıştır.

5. Bulgular ve Tartışmalar: ‘Öteki’ Toplumun ‘Biz’ Olma Serüveni

Araştırma kapsamında Karikateist Facebook topluluğu sayfasındaki sosyal üretim süreçleri incelenmiş ve çeşitli kategorisel saptamalar çerçevesinde tartışılmıştır. Bu bağlamda, topluluk demografisi, amaçları, sosyal yapının düzenlenmesi ve işleyiş mekanizmaları, topluluğun dili ve sosyal performansları açığa kavuşturulmuştur.

5.1. Topluluk Demografisi: ‘Öteki’ nin ‘Biz’leşmesi

Karikateist Facebook topluluğu, 1.054.130* beğeni sayısı ile büyük bir sosyal yapı niteliğindedir. Facebook’un özelliği gereği, bir topluluk sayfasını beğenmeden de takip etmek ve süreçlere katılım sağlamak mümkündür. Bu nedenle, topluluğu takip eden kullanıcı sayısının çok daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Karikateist, sadece

* Beğeni sayısı 18.05.2018 tarihine aittir.



Ateistlerin değil, çok sayıda inanç mensubunun dâhil olduğu ve paylaşımlara katılım sağladığı bir topluluktur.

Karikateist topluluğunda üretilen toplumsallığı anlamak için, topluluğun demografik özelliklerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Topluluğun özel bir ilgi alanı olan ‘dini’ niteliğe sahip olması, dini kimlikleri, topluluk sayfasının demografik bileşenleri arasında başat ve ayırt edici bir konuma yükseltmektedir. Sayfa içindeki paylaşımlar ve yorumlar, kullanıcıların büyük bir çoğunluğunun Ateist ve diğer inançsız kimliklere (Agnostik, Deist v.s.) sahip olduğunu** açıkça ortaya koymaktadır. Dini inançlıların azınlık konumunda olduğu toplulukta, bir dini inanç kategorisi olarak İslam ve Müslümanların en belirgin azınlık olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü sayfadaki ötekileştirmeye karşı tepki ve eleştiri yorumlarının geneli Müslüman kullanıcılar tarafından yapılmakta ve İslami gerekçeler sunulmaktadır. Ateistlerin sahip olduğu toplumsal çoğunluk, topluluk içi egemenlik ve ‘Biz’ kavrayışının hangi kimlikleri kapsayacak şekilde kurgulandığını ortaya koymaktadır. Nitekim topluluk içinde dini inançsızlar, gerçekliğe karşıt bir şekilde, ‘Biz’ bilinci ile var olurken, dini inançlıların bir ‘Öteki’ olduğu fikri sürekli yeniden üretilmektedir. Ayrıca sayfa içinde erkek egemen bir yapı ve söylemin bulunduğunu da belirtmek gerekmektedir. Kullanıcı profilleri incelendiğinde büyük çoğunluğun erkek kullanıcılardan oluştuğu göze çarpmaktadır. Bu durum, gerçeklik bağlamındaki erkek egemen toplumsallığın, Karikateist için de geçerli olduğuna işaret etmektedir.

5.2. Topluluk Amaçları (ya da Gerekçeleri): ‘Gövde Gösterisi’

Her toplulukta olduğu gibi, Karikateist toplumsallığını da meydana getiren ve bireyleri bir arada tutan belirli amaçlar bulunmaktadır. Topluluğun, ateizmi meşrulaştırma ve ateist doktrinleri yaygınlaştırma gibi çok sayıda amacı bulunmaktadır. Ancak bu amaçlardan en belirgin ve etkili olanı, ateistlerin kendilerine ait bir toplumsal alan oluşturma çabasını yansıtmaktadır. Bu çaba, topluluk içindeki pratiklerde alenen ya da dolaylı bir şekilde sürekli vurgulanmaktadır. Topluluk sayfası yöneticileriyle yapılan görüşmede de sözü edilen hâkim toplumsallık ve öz-temsili fikri ön plana çıkmaktadır. Yöneticiler amaçlarını şöyle ifade etmektedir;

[K]arikateist, sadece ateistlerin değil fakat tüm dinsizlerin buluşabileceği, kendilerinin yalnız olmadığını görebileceği ve gövde gösterisi yapabileceği bir sayfadır.

Burada dikkat çeken iki temel nokta vardır. İlki, yöneticilerin Ateistler başta olmak üzere tüm dinsizleri kapsayan bir tanım ve kapsam üreterek ateistliği üst kimlik olarak konumlandırmaları, ikincisi ise, ‘gövde gösterisi’ ifadesiyle somutlaşan toplumsal egemenlik alanı fikridir. Nitekim sosyal medyanın Öteki açısından nasıl bir telafi ortamına dönüştüğü, alternatif toplumsallık vasıtasıyla görünür olmaktadır. Bu toplumsallık içindeki ilişkiler ve medyatik öz-temsiller, gündelik yaşamı telafi etme

** Göker ve Keskin tarafından (2016) 1000 topluluk üyesinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmada, topluluk üyelerinin %50,8’inin ateist, %17,7’sinin deist, %13,5’inin agnostik, %12,8’inin Müslüman, %0,2’sinin Hristiyan, %0,2’sinin Musevi ve %4,8’inin diğer inançlara mensup olduğu bulunmuştur.



mekanizmasına dönüşmektedir. Öteki, kendi toplumsallığı içinde ‘gövde gösterisi’ yapmaktadır. Üstelik bu ‘gövde gösterisi’ tartışmaya açılmadan kesin bir kural şeklinde sunulmaktadır. Nitekim sayfanın açıklayıcı bilgileri arasında ‘*Karikateist bir tartışma ortamı değildir*’ ifadesi yer almaktadır.

Sosyal medyanın sunduğu zaman ve mekân tanımaz birliktelik imkanı, topluluğun varlığını gerekçelendirmektedir. Çünkü gündelik hayatta pek fazla görünmeyen ateist kimliği, topluluk içinde keskin bir şekilde ifade edilmektedir. Sayfanın bir yöneticisi bu durumu şöyle açıklamaktadır;

[B]ence Facebook ortamını Karikateist'ten önce ve Karikateist'ten sonra diye ikiye ayırabiliriz. Çünkü eskiden bu kadar dinsiz yoktu ve var olan da bir arada değildi.

Karikateist yöneticileri kadar, sayfa takipçilerinin bilişsel yaklaşımları ve bireysel gerekçelendirmeleri de önem arz etmektedir. Bu gerekçelendirme ve bir bakıma kimliklendirme yaklaşımını, sayfanın esaslı takipçilerinden birinin sayfa gönderisinde görmek mümkündür;

[K]arikateist'in en eski takipçilerinden biriyim, Burası ateizm okulu gibidir, gerçek bilgi kaynağıdır. Maksat sayfaya üye sayısını artırmak değil, insanları bilgilendirmek, gerçekleri göstermek amaçlıdır. Bunu da gayet başarılı şekilde yapmaktadır. Gerçekleri öğrenmek isteyenleri aydınlatacak, en bilgi birikimine sahip topluluk sayfasıdır.... (Bana göre TEK'dir)
:)*)**

Görüldüğü üzere, formel okul pratikleri içerisinde kimliğine bir dayanak teşkil edemeyen dezavantajlı bireyler, kendi enformel okullarını yaratarak, kimliklerinin ihtiyaç duyduğu olumsal değerleri üretmektedir.

5.3.Sosyal Yapının Düzenlenmesi ve İşleyiş Mekanizmaları

Karikateist toplumsallığındaki sosyal düzen ve işleyişi tarif eden en iyi ifade, ‘sanallık’tır. Çünkü Facebook üzerindeki bu toplumsal gerçeklik, gerçek kişilerin sanal profiller üzerinden sağladıkları sosyal girdiler aracılığıyla inşa edilmektedir. Ancak kendi dinamikleri içerisinde güçlü bir gerçeklik algısı yaratmakla birlikte, toplumsallığın gündelik hayat gerçekliğine sirayet etme seyri izlediğini de söylemek mümkündür.

Karikateist toplumsallığının hammaddesi niteliğindeki içerikler, gerçek kimlikleri belirsiz olan ve takma ad kullanan sayfa yöneticileri tarafından hazırlanmakta ve sosyal dolaşıma sokulmaktadır. Sayfadaki etkileşim, yöneticilerin kurguladığı görsel materyaller ve kullanıcıların bu materyallere, beğeni, yorum ve paylaşma yoluyla katılması şeklinde gerçekleşmektedir. Topluluğa dâhil olan kullanıcıların, içeriklerin üretim aşamasında hiçbir belirleyiciliği bulunmamaktadır. Bu durum topluluk üyelerini, geleneksel medya araçlarındaki kadar olmasa da edilgenleştirmektedir. Çünkü üyeler, tıpkı bir televizyon

*** Kullanıcı yorumları, doğrudan alıntılanmış ve redakte edilmemiştir. Yazım hataları, kullanıcıların dilsel pratiklerini ortaya koymak amacıyla doğrudan yansıtılmıştır.



izleyicisi gibi, kendisine sunulan içerikleri takip etmekte ve bu içerikler özelinde ilişki pratiği geliştirmektedir.

Önceleri her paylaşımda bulunan kaynak niteliğindeki “Alfa”, “Carl”, “Fact” gibi yönetici takma adları, son zamanlarda kaldırılmış ve paylaşımlar kaynak belirtilmeden yapılmaya başlanmıştır. Paylaşımların takma isimlerle yapılması güvenlik kaygısının bir sonucu olarak görünürken, aslında paylaşımlara kolektif bir kimlik kazandırma amacı da bulunmaktadır. Nitekim kim olduğu bilinmeyen anonim bir kişi ya da grup, belirgin bir kimliğe sahip olmadığı için her bir kullanıcıyı ayrı ayrı kapsamaktadır. Ancak kaynağın belirsizliğinden dolayı güvenilirlik problemleri yaşanması beklenirken, topluluk üyelerinin içerikleri çok fazla sorgulamaması, dikkat çeken bir ayrıntı olarak ön plana çıkmaktadır.

Sayfadaki sosyal içerikleri kontrol eden yöneticiler, profesyonel bir yapının aksine amatör kullanıcılardan meydana gelmektedir. Yöneticiler bu durumu şöyle açıklamaktadır;

[S]ayfanın yöneticileri hep sıradan insanlar, bazı komplo teorilerine kendilerini kaptırmış dincilerin sandığı gibi öyle arkamızda güçlü, eli uzun, zengin bir kaynak yok. internet faturasını ödeyemeyen yöneticilerimiz vardı!”

Topluluktaki sosyal içerikler üzerindeki yönetici hâkimiyetine rağmen, topluluğu idare eden bir liderlik statüsü bulunmamaktadır. Toplulukta lidersizlikle birlikte, sosyal yaşamı düzenleyen önceden tanımlanmış kurallar, örgütsel görev dağılımları ve formel yapılanmaların yer almadığı görülmektedir. Topluluk içerisinde düzenleyici bir mekanizma bulunmasına rağmen, zaman içerisinde gelişen ilişkilere bağlı olarak kültürel bir önkoşul ortaya çıkmış ve topluluğun karakteristik özellikleri belirginleşmiştir. Topluluk içindeki her kullanıcı, içinde bulunduğu ortamın ateist egemen bir yapı olduğu ve ilişkilerin de ateizmi kapsayan normlar çerçevesinde şekillendiği varsayımına sahiptir. Bu nedenle kurallar ilişki örüntüleri içinde doğal ve belirli bir varsayımına bağlı olarak üretilmekte ve güncellenmektedir. Bu varsayımına dayalı yapının dışına çıkan herkes öteki olarak işaretlenmekte ve çok sayıda kullanıcı tarafından toplumsal dışlama refleksi hareketine geçirilmektedir.

Topluluk kullanıcılarının, sayfa yöneticilerinin sürece katılmadığı bir ilişki kurması mümkün olmadığı için, etkileşim oldukça düşüktür. Çünkü kullanıcılar arası ilişkiler sadece yönetici paylaşımlarının yorum bölümünde, karşılıklı yorumlaşmalar şeklinde gerçekleşmektedir. Birçok kullanıcı birbirinden habersiz ve topluluk bilinci olmadan sayfaya katılmakta ve tikel pratiklere yönelmektedir. Topluluk süreçlerinde örgütsel bir dizayna tanık olmak mümkün değildir. Ayrıca topluluğa dâhil olmak için sayfayı beğenme zorunluluğu bulunmamaktadır. Çok sayıda kullanıcı dışarıdan biri olarak içeriklere katılım sağlamaktadır. Bu durum toplumsallığın kesin sınırları ve işlem alanını belirsizleştirmektedir.

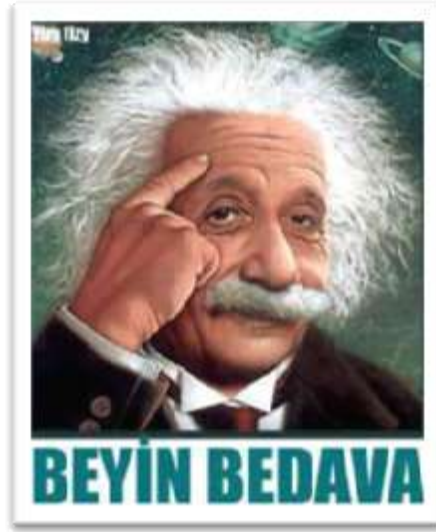
5.4. Topluluktaki Dilsel Pratikler

Topluluğun sahip olduğu ‘Karikateist’ ismi, ‘Karikatür’ ve ‘Ateist’ kavramları bir araya getirilerek türetilmiştir. Topluluk ismi aslında, topluluktaki dilsel pratiklerin mizahi



çerçevede işlediği hakkında ipuçları sunmaktadır. Nitekim topluluk içindeki edimler değerlendirildiğinde mizahın, salt güldürü ve ayrıca hafife alma skalasında esnetilerek kullanıldığını söylemek mümkündür. Topluluk sayfasının mizahi dilini yansıtan en önemli göstergelerden biri, profil fotoğrafıdır.

Görsel 1: Topluluk Sayfası Profil Fotoğrafı



Profil fotoğrafında yer alan Albert Einstein görseli, topluluk içinde ön plana çıkan ve ortak olarak kullanılan belirgin tek semboldür. Toplulukta özgün dilsel ifade ve semboller yerine genel kavramlar üzerinden ilişki kurulmaktadır.

Gerek yöneticilerin paylaşımları gerekse topluluk üyelerinin yorumlaşmalarında alaycılık, aşağılama ve ötekileştirme içeren mizahi bir dil vardır. Örneğin; sayfa yöneticileri kimi zaman “*Günaydın, her sabah uyandığınızda birkaç sayfa okuyun ey kafirler ☺*” ya da “*Blade’le*** dinimi öğreniyorum; ders:8*” gibi mizahi içerikli ve yerici paylaşımlar yapmaktadır. Kimi zaman ise inançsız kullanıcıların yorumlarına cevaben, “*...Şimdiye kadar bu sebeple birini dövmüşlüğüm ya da döveceğim yok ☺*” gibi mizahi yorumlar gözlenmektedir. Yapılan görüşmede yöneticilerin mizahi tona dair açıklaması ise şöyledir;

[Ö]ğrenmekten ziyade gülmek ve eğlenmek için sayfayı takip ettikleri yadsınamaz bir gerçek. Öğretici paylaşımlar ile bir yere varamazsın, başarının sırrı mizahtır”.

Kullanıcılar arasında samimi bir dil kullanılmakla birlikte, sayfa yöneticilerinin de gerek paylaşımlarında gerekse kullanıcılarla girdikleri etkileşimde samimi bir üslup takındığı dikkat çekmektedir.

*** Blade, vampirlerle savaşan, hayali bir film kahramanıdır.



Sayfa içindeki mizah bazı kullanıcılar tarafından argo ve küfür boyutuna kadar taşınmaktadır. Sayfa yöneticilerinin de nadiren argo içerikli paylaşımlarda bulunduğu tanık olunmuştur. İnançsız kullanıcılar için mizahi bağlamda kullanılan argo, dini inançlı (özellikle de Müslüman) kullanıcılar tarafından tepki ve eleştiri bağlamında kullanılmaktadır. Hatta inançsız kullanıcılar arasında, dini inançlı kullanıcıların argo ve küfür kullanımı üzerinden mizahlar da geliştirilmekte ve alay konusu edilmektedir. İnançsız kullanıcıların kullandığı mizahi dil, kendilerine yöneltilen eleştiri durumunda ton değiştirerek sertleşmekte ve kimi zaman tepki içermektedir. Bu durum ötekinin rahatsız edici bir unsur olmasıyla yakından ilgilidir.

5.5. Topluluk Performansları: Ötekiliğin Yeniden İnşası

Topluluk içi sosyalliğin kurulması süreci olarak değerlendirilen performanslar, yönetici paylaşımları ve topluluğa dahil olan üyelerin bu paylaşımlar üzerinden kendi öz kimlikleri ve paylaşılan içerik hakkındaki ifadeleri bağlamında değerlendirilecektir. Nitekim yönetici paylaşımları toplumsallığın belirli bir tarzda kurulmasını sağlarken aynı zamanda medyatik bir temsil niteliği de taşımaktadır. Bu durum, temsil pratiklerinin, sosyal ilişkilerle iç içe geçmiş bir şekilde sürdürülmesine olanak tanımaktadır.

Yönetici paylaşımları, sosyal dolaşım dışında, sayfanın arayüz görünümünde ortaya çıkan görsel kimliğe de sirayet etmektedir. Bu sebeple, profil fotoğrafı ve kapak fotoğraflarının önem taşıdığı söylenebilir. Önceki bölümde sunulan profil fotoğrafının dışında, sayfanın kapak fotoğrafında konumlandırılan Ötekiliği açıkça görmek mümkündür.

Görsel 2: Topluluk Sayfasının Kapak Fotoğrafı



Görselde yer alan “*Sen ona inanç dersin, biz korku deriz*” ifadesi, toplulukta hakim olan ‘biz’ ve ‘öteki’ ayrımını açıkça belli etmektedir. Ayrıca söylemde yer alan ‘biz’e karşılık ‘öteki’nin ‘sen’ şeklinde konumlandırılması, egemenlik ve çoğunluk kavrayışını da yansıtmaktadır.

Yönetici odaklı paylaşımlar genel olarak resim ve video şeklinde gerçekleşmektedir. Yöneticilerin görsel bir materyal olmadan, sadece yazılı ifade paylaşımı oldukça nadirdir.



Paylaşımlar ağırlıklı olarak bilgisayar ortamında hazırlanmış bir görselden oluşmaktadır. Arka plana konulan görsel üzerinde bulunan yazılı ifadeler, verilmek istenen mesajın anlatı yapısını oluşturmaktadır. Topluluk sayfasının paylaşım sıklığı oldukça yüksektir. Her gün aktif olarak çok sayıda görsel yüklenmektedir. Toplamda 40 binin üzerinde resim ve video bulunmaktadır. Bu görseller üzerinden belirli temsil pratiği hayata geçirilmektedir. Paylaşılan görseller incelendiğinde, Ateizmin ve Ateistlerin kendi kavramları, doktrinleri ve anlatıları yerine, olumsuzlanan, çelişkiler silsilesi içinde kurgulanan ve toplumsal bozuklukların merkezinde konumlandırılan dini inançlar ve inançlılar çerçevesinde temsil edildiği göze çarpmaktadır. Öyle ki yöneticilerin, doğrudan Ateizmle ilgili bir paylaşımını, dini inançları konu alan paylaşımlara göre azınlıktadır. Paylaşımların geneli İslam ve Müslümanları hedef alacak şekilde kurgulanmakta ve Ateizmin 'doğruluğu' savı, 'kötü' 'yanlış' ve 'olumsuz' olarak kurgulanan dini inançlar üzerinden sunulmaktadır.

Görsel 3: Topluluk Sayfasındaki Paylaşımlardan Bir Örnek



Görsel 3'te sunulan görsel, yönetici paylaşımlarındaki hâkim yaklaşımı yansıtmaktadır. Görselde görüldüğü üzere Ateizm, 'Biz' ve 'Öteki' kıyaslaması üzerinden temsil edilmektedir.

Paylaşımların genel temaları incelendiğinde, doğrudan dini inançların olumsuzlandığı içerikler, dini inançlıların olumsuzlandığı içerikler, dini inançları olumsuzlayan veya ateizmi olumlayan atıflar, karikatürize anlatımlar, ateizmle ilgili bilgiler ve siyasi eleştiriler şeklinde bir dağılım ortaya çıkmaktadır.

Dini inançların olumsuzlanması, hedef gösterilen inançların kutsal kitapları üzerinden sağlanmaktadır. Topluluk içindeki en belirgin öteki dini inanç İslam'dır ve genellikle İslami içerikler üzerinden bir karşıtlık kurgulanmaktadır. Çelişki olarak tespit edildiği savlanan ayetler ya da sözler, yorumlanarak sunulmaktadır. Ancak İslam dinine mensup kişiler, bu temsil pratiğinde yer almamakta, hatta itiraz ya da düzeltme yoluyla yer almak



isteyenler, tazyikli bir dışlama, aşağılama ve ötekileştirme reflekslerine maruz kalmaktadır.

Topluluk içinde öteki olarak konumlandırılan dini inançlılar (özellikle Müslümanlar) genellikle cahil, saldırgan, terörist, putperest, sapkın, aptal, ahlsız, suçlu, bağınaz ve modernlik düşmanı olarak temsil edilmektedir. Tıpkı geleneksel medyanın ötekilere uyguladığı temsil pratikleri gibi, topluluk içi temsillerde de kişi ya da grupların davranışları tüm inançlara mal edilmekte ve inançlar kötü ve olumsuz bir kurgu çerçevesinde sunulmaktadır. İnançların evrensel ahlak ve insani değerlere olan katkıları hiçbir şekilde temsil edilmemektedir.

Görsel 4: Topluluk Sayfasındaki İnançlı Temsillerinden Örnekler



Görsellerde sunulan temsil pratiği, Öteki'nin olumsuzlanması üzerinden işlerlik kazanmaktadır. Temsillerde hedef gösterme, yaftalama ve aşağılamanın yanı sıra, alaycı



ve argo içeren üsluplar vardır. Öyle ki kimi zaman dinlerin kutsal kitapları ve peygamberleri, seviyesi düşük esprilerle temsil edilmektedir.

Toplumlar tarafından kabul gören ve kanaat önderi niteliğindeki tanınmış kişilerin görüşleri, içeriklerin etkisini artırma noktasında önemlidir. Bu bağlamda sayfa içi paylaşımlarda gerek inançları olumsuzlama gerekse ateizmi olumlama açısından kullanılan atıflar mevcuttur.

Görsel 5: Topluluk Sayfasında Kullanılan Atıflardan Bir Örnek



Görsel 5’de Ricky Servais’e yapılan bir atıf örnek olarak sunulmuştur. Örnek görselde, Biz ve Öteki mücadelesinin, Biz lehine sunulması dikkat çekmektedir.

Topluluk sayfasında en dikkat çekici paylaşım yönelimlerinden biri, siyasi yergi ve ötekileştirme içerikli olanlardır. Topluluk amaçları ve niteliği ile örtüşmeyen siyasi temsiller, yapılan paylaşımların önemli bir kısmını oluşturmakta, topluluk içindeki kolektif Ateist kimliğini kuran etkili bir kod işlevi üstlenmektedir. Türkiye’deki sadece belirli bir siyasi partiyi hedef alan ve bu partiye mensup siyasi aktörleri öne çıkaran siyasi ötekileştirme pratikleri, diğer siyasi parti ve aktörleri genel olarak kapsamamaktadır. Aşağılama ve argo kullanımına kadar uzanan temsillere, çok sayıda inançlı ve inançsız kullanıcı tarafından eleştiri yöneltirse de paylaşımlarda kesinti olmamaktadır. Bu durum aslında yöneticilerin, topluluk üyelerinin taleplerini hangi ölçüde dikkate aldığını da yansıtmaktadır. Nitekim yöneticiler, “*Öyle her yorumu dikkate alırsan iyi bir yönetici olamazsın*” şeklindeki açıklamalarıyla durumu özetlemektedir.

Sayfa yöneticilerinin paylaşım performansında en dikkat çeken ayrıntılardan biri de teşhirdir. Yöneticiler kimi zaman kendilerine gelen tepki içerikli mesajları alaycı bir boyutta teşhir ederken, genellikle kendilerini olumlayan mesajları teşhir etmektedir. Bu yöntem, aleni ya da örtük bir Ötekilik pratiğini içerisinde barındırmaktadır. Aşağıdaki tanıklıkta, sayfayı olumlayan bir teşhir örneği yer almaktadır.



[İ]yi ki varsın Karikateist, iyi ki! Birçok anlamda sıkışmış, bunalmış, cevapsız kalmış benliğimi aydınlığa çıkarmaktaki yegâne büyük yardımcı olduğunuz için teşekkür ederim. Ben yıllardır sayfanızı Facebook üzerinden aratarak, arada bir de varmış yeni diye yoklayarak takip ettim. Aslında hep yazmak istedim size ama genelde tutuk kaldım. Bugün her zaman uğradığım bir mekâna uğrayıp gökyüzüne bakarken ve gezinirken sayfanızca aslında ne kadar riskli ama bir o kadar da güzel, takdir edilesi bir iş yaptığımız geldi aklıma. Dedim ki teşekkür etmeliyim ve yaptım. Çok özür dilerim sizi takip edemediğim için. Bunu çok isterim ama siz de biliyorsunuz Türkiye’de bu denli fikirlere bağlılığı göstermek oldukça riskli, tehlikeli. Ama bir gün inanıyorum ki ilim yolundaki bu düşünceler ve inanış hakkındaki bu düşünceler rahatça paylaşılabilir. [...] İyi ki varsınız!

Sayfadaki toplumsallığın bir diğer yönünü yorumlar oluşturmaktadır. Paylaşımların altına yapılan yorum trafiği incelendiğinde, yüksek bir sosyal akışın sağlandığı göze çarpmaktadır. Ancak bu akış, kullanıcıların bireysel katılımları ya da az sayıda kullanıcının birbiriyle giriştiği diyaloglar şeklinde gerçekleşmektedir.

Ateist ve diğer inançsız kullanıcıların yorumları genellikle, paylaşılan içeriğe beğeni-destek, ötekileştirme pratiklerine katılım içerirken sınırlı sayıda kalan özeleştirici içerikli yorumlar da bulunmaktadır. Sayfadaki yönelimin Ateizme zarar verdiği ya da abartıldığı yönünde düşünce bildiren sınırlı sayıdaki inançsız kullanıcı, dışlama reflekslerine maruz kalmaktadır. Örneğin; yapılan paylaşımlardan rahatsızlığını dile getiren ve ateist olduğunu belirten bir kullanıcı yorumunun altında 64 yorum yapılmış ve bu yorumların çoğunda dışlama ve baskı ön plana çıkmıştır. Bazı yorumlarda yer alan, “*abartma kardeşim, burada eğleniyoruz. Neyi ciddiye alıyorsun*”, “*beğenmiyorsan seni dışarı alabiliriz*”, “*İşte, ateistlerin yobazına bir örnek*” ifadeleri, iç ötekileştirme kurgusu da ortaya konulmaktadır. Çoğu zaman sayfa yöneticileri de bu tarz yorumlara dâhil olmaktadır.

Sayfadaki inançsız kullanıcıların inançlara ve inançlılara ilişkin yorumları genellikle alaylama ve ötekileştirme içermektedir. Bu yorumlar arasında; “*Müminünlara selam!*”, “*Müslüman cahiller gerçeği neden hala göremiyor acaba*” v.s. çok sayıda ötekileştirici ifade bulunmaktadır. Araştırma kapsamında bu tarz yorumlar yapan bazı kullanıcılara ulaşılarak, yorumların nedeni sorulmuştur. Kullanıcılardan alınan yanıtlar şöyledir;

K1: [B]iz çok baskı ve zulüm gördük. Kimliğimizi yaşayamıyoruz. Burada beni ezenlerle özgürce ve isyan edercesine alay etmek istiyorum.

K2: [B]unlara (inançlılar) adam akıllı laf anlatılmıyor. Çok denedik olmadı. Biz de anladıkları dilden konuşuyoruz.



K3: [N]edeni çok basit. Birisi beni olmadığım biri gibi yargılarken duyduğum küfür ve hakareten çok daha azını yazdım. Hem bu benim sık yaptığım bir şey değil, sadece tahammül edemediğim saçmalıklarda böyleyim.

Dini inançlı (çoğunluğu Müslüman) kullanıcılar ise genel olarak tepki-eleştiri, içerikteki temsile yönelik açıklama/savunma, soru, inanca davet ve alay içerikli yorumlar yaparken, az sayıda da olsa içeriği destekleyici yorumlar da bulunmaktadır. Karikateist sayfası, Müslümanların çoğunlukta olduğu kullanıcılar tarafından şikâyet edilerek zaman zaman kapanmakta ve belirli bir süre sonra tekrar aktif hale gelmektedir. Nitekim sayfa yöneticileri bu duruma ilişkin bir çağrı yaparak, toplumsal dayanışmaya davet etmiştir;

[M]erhabalar... Son bir kaç aydır bazı paylaşımlarımız (küfür, hakaret vs. olmadığı halde) şikâyet edilip, kaldırıldı. Yöneticilerimizden bazıları uzun bir dönem paylaşım yapamama cezası aldılar. Sayfanın sol üst kısmında bulunan 'değerlendirme' bölümünden 5 Yıldız verebilerseniz sayfanın ortalaması yükselecek ve sahte (fake) hesaplar tarafından yapılan sahte şikâyetler geçersiz kalacaktır. Değerlendirme yapan herkese şimdiden çok teşekkür ederiz.

Görüldüğü gibi, gerçek toplumsal bağlamda bir araya gelme ve toplumsal hareket oluşturma olanakları oldukça zayıf olan Ateist bireyler, sosyal medya aracılığıyla belirli bir sosyal hareket ve dayanışmayı kurabilmektedir. Ancak Müslüman kullanıcılar başta olmak üzere çoğu dini inançlı kullanıcının yorumlarının altlarında, yöneticiler dahil olmak üzere çok sayıda kullanıcının dışlayıcı ve ötekileştirici ifadeler kullanarak toplumsal dışlama mekanizması geliştirdiği görülmektedir. Bu mekanizma tıpkı gerçek gündelik hayattaki gibi işlemekte ve çoğunluğun azınlık üzerindeki tahakkümünü yansıtmaktadır. Ateist olduğu gözlemlenen bir kullanıcı, duruma örnek olarak, dini inançlı bir kullanıcının yorumunun altında şu ifadeleri kullanmıştır;

[S].... I... a... yobazı elindeki cocuğa yazık senin gibi yobazın cocuğu olmuş cocugunu bırak suriye hemen yanı başında bekleme cihada katılma i... b..... belli olmasın.. 🤔🤔🤔🤔
🤔 nefret ediyorum sen ve sen gibilerden inandığın allah belanızı versin..”.

Hatta bir başka kullanıcı biraz daha ileri giderek, çoğunluğun tahakkümünün varabileceği ufuk noktasını örneklendirecek bir paylaşımda bulunmuştur. Sayfa hakkında yorumda bulunan kullanıcı, sayfayı tanımlamak için şu ifadeleri seçmiştir;

[Ç]ok güzel, çok da ateizm taraftarı. Tek rahatsız eden konu küfreden çomarların da yorum hakkı olması”.

Kolektif tavrın dışlayıcı refleksleri, çoğu zaman ötekinin reddine ve daha da ilerisinde onun imhasına odaklanmaktadır. Bu nedenle Öteki'yi susturmak, onun toplumsal alandan dışlanarak 'yok' hükmünde sayılmasının anahtarıdır. Üstelik Öteki yok sayılacağı vakit,



bir günah keçisi gibi ‘suçu’ ile birlikte yargılanmaktadır. Öteki’ye yüklenen ‘küfretme’ suçu, sayfa içindeki çoğunluğun genel tavırları arasında sıradan bir hal olsa bile, Öteki’nin bu tavrı sergilemesi, tazyikli bir refleks kurulumu olarak geri dönmektedir.

6. Sonuç

Ötekilik, toplumsal alan içindeki egemenlik mücadelesinin bir gereği olarak insanlık tarihi boyunca her zaman var olmuştur. Çalışmada elde edilen bulgular, Ötekilik tanımlarının evrensel düzeyde ve sadece belirli bir grubu kapsayacak şekilde kendiliğinden oluşan bir kavram olmadığını, toplumsal çoğunluk ve egemenlik alanlarıyla ilişkiselliğini ortaya koymaktadır. Çalışma, toplumsal azınlığı nedeniyle ötekileştirilen ve olumsuzlanan Öteki grupların da kendi toplumsal egemenlik alanlarında Öteki’sini nasıl yarattığı ve kendini bu Öteki üzerinden nasıl olumladığını güncel ve etkili bir örnek üzerinden açıklamıştır. Üstelik Karikateist özelinde sınırlandırılan bu grup dinamiği, kolektif Biz kimliğini, bağımsız ya da özgül tanımlayıcılar yerine, sevimsiz Öteki olan dini inançlılar üzerinden kurmuştur. Dolayısı ile dini inançlıların kimliğini kurarken ihtiyaç duyduğu ötekilerden biri olan Ateistler, bir yer değiştirmeye pratiği ile Ötekiliğin boyutunu değiştirmiştir. Nihayetinde Keskin’e göre (2017: 200), Ötekilik, salt olarak yalnızca tek bir tarafa has bir var olma biçimi değildir. ‘Ben’ kimliği, varlığını temellendirmek için Öteki’ne ne kadar ihtiyaç duyuyorsa, Öteki olarak tanımlanan kimliklerin de kendi çabaları ile kurduğu bir Biz ve Öteki kavramı her zaman vardır.

Çalışmadan çıkarılabilecek en önemli sonuç; Ötekiliğin mağduriyetini yaşayan örselenmiş ve madun kimlikli grupların, kendi egemenlik sahalarında, yakındıkları ve şikâyet ettikleri pratikleri uç boyutlarda sergilemesidir. Ötekiliğin yüzleşmek zorunda olduğu dilsel bir kimlik tahakkümü olan Damga fikrini kavramsallaştıran Goffman (2014: 43), kendinden olmayanlarla kurduğu günlük ilişkilerinde olumlu karşılıklar bulmaktan yoksun kalan ve içe kıvrılmaya zorlanan damgalı kişilerin; şüpheli, endişeli, bunalımlı, ne yaptığını bilmez ve en önemlisi hasmane birine dönüştüğünü vurgulamaktadır. Ateist kimliğinin Karikateist toplumsalı içindeki uzlaşmaz ve sivri tavrını, hasmane dönüşüm süreci ve baskı altında tutulmaya karşı bir saldırganlık ilişkisinde açıklamak mümkündür. Çünkü damgalanan bireyler, kimliğin hasmane dönüşümü ile birlikte, etkili bir taktik olan gizlenme, geri çekilme ve susma yerine ‘el mi yaman ben mi yaman’ dercesine hasmane bir tavırla karma etkileşimlere girişme niyeti beslemektedir (Goffman, 2014: 49).

Topluluk içindeki kimlik inşası üzerine konuşurken, mizahın kurucu bir unsur ve direniş mekanizması olarak kapladığı alana özellikle değinmek gerekmektedir. Mizah, eleştireliliğin ve direnişin sembollerinden biri olarak, Ateist kimliğinin sosyal medyadaki kurgusal yansımaları arasında göze en fazla çarpan ve gerilim yaratan unsurdur. Çünkü mizah bu topluluğun karakteri içinde salt bir güldürü nesnesi değil, kimlik üzerinden sürdürülen savaşımın en çetin şartlarını içeren ve kimliği çeşitli zevallerden korumak üzere programlanmış, bilinçli retoriktir. Bu mizahi retorığı, *Reductio Ad Absurdum* (Saçmaya İndirgeyerek Tartışma) (Somay, 2018: 6) kategorisinde değerlendirerek, dini inançlara ilişkin tartışılan kimlik değerlerinin, ‘Absürt’ mizahın nesnesine



dönüştürüldüğünü ifade etmek mümkündür. Ancak, rasyonelliği ve görgül yaklaşımı bir saik olarak konumlandırılan Ateizm görüşünü paylaşan ahalinin, kimlik meselesini ‘saçma’ kodlara indirgeyerek tartışması, Göker’in, Ritzer’den ilhamla sosyal medyayı tanımlamak için kullandığı ‘akılcılığın akıldışı pratikleri’ uyarlamasını önemli kılmaktadır. Göker’e göre (2014: 408-409), sosyal medyadaki iletişim ve etkileşimin doğası, iletişimin fetiş hale gelmesi ve iletilen içeriğin sorunlu hale gelmesi ile akıldışı bir hal almaktadır.

Sunduğu yeniliklerle toplumsallığın veçhesini sürekli dönüştüren sosyal medyanın, gelecek süreçlerdeki toplumsal üretim ve paylaşım ilişkilerinin şekillenmesinde daha fazla etkili olacağını söylemek, oldukça güçlü ve geçerli bir öngörü olacaktır. Çünkü sosyal medya gerçekliği, gün geçtikçe asıl gerçekliğe ikame edecek boyutlara ulaşmaktadır. Tıpkı bir paralel evren önermesi gibi, gerçeklik bağlamında egemen konumda olan gruplar, sosyal medyanın paralel gerçekliği içerisinde konumu yitirmekte ve egemenlik algısı yer değiştirmektedir. Bu nedenle, sosyal medyanın gözlemlenmesi ve boyutlarının hesaplanması sosyal bilimcilerin öncelikli odak noktalarından biri olmalıdır. Aksi takdirde iletişim disiplini, süreci anlamak ve kontrol etmek yerine yalnızca sonuçların açıklanmasıyla yetinmek durumunda kalacaktır.



Kaynakça

- Alpman, P. S. (2015). Toplumsal Eşitsizlikler Üzerinde Etnisitenin Etkisi, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Blanchard, A. (2004). Blogs as Virtual Community: Identifying a Sense of Community, *Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* içinde, Ed. L. G. Gurak ve d. Erişim tarihi 12 Aralık 2017, https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172837/Blanchard_Blogs%20as%20Virtual%20Communities.pdf, 2.
- Connolly, W., E. (1995). *Kimlik ve Farklılık, Siyasetin Açmazlarına Yönelik Çözüm Önerileri*. Çev. Ferman Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Donath, J. S. (1998). Identity and Deception in The Virtual Community, *Community in Cyber Spaces* içinde, ed. P. Kollock and M. Smith. London: Routledge.
- Girardi, J. (2005). Çağdaş Ateizmin Problemi, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Çev. Murtaza Korlaelçi, 41, 371.
- Goffman, E. (2014). *Damga: Örselelenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*, Çev. Ş. Geniş, L. Ünsaldı ve S. Ağırnaslı, Ankara: Heretik Yayınları.
- Göker, G. (2014). İletişimin McDonaıldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme, *Turkish Studies*, 10(2), 408-409.
- Göker, G. (2015). *Göç, Kimlik, Aidiyet: Kültürlerarası İletişim Açısından İsveçli Türkler*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2016). Sosyal Medyada Topluluk İlişkileri: Karikateist Facebook Topluluğu Üzerine Bir Araştırma, *ASOS Journal*, 22, (2016), 88-108.
- Göker, G. ve Keskin S. (2015a). Haber Medyası ve Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 41, 236.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015b). Sosyal Medya Türevi Olarak Sosyal İçerik Platformları: Betimsel Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(39), 863.
- Grossberg, L. (2003). Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?, *Questions of Cultural Identity* içinde, Ed. Stuart Hall, California: SAGE Publications.
- Gupta, S. ve Kim, H. W. (2004), Virtual Community: Concepts, Implications, And Future Research Directions, *Proceedings Of The Tenth Americas Conference On Information Systems*, New York, August.
- Güngör, N. (2011). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, Ankara: Siyasal Yayınları.
- Jenkins, H. (2017). Medya Yöndeşmesinin Kültürel Mantığı, *Yeni Medya Kuramları İçinde*, Ed.: Filiz Aydoğan Boschele, İstanbul: Der Yayınları.
- Jenkins, H. (2001). Convergence? I Diverge Digital Renaissance, *MIT Technology Review*, (June).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York and London: New York University Press.
- Keskin, S. (2017). Dini Ötekilik ve İletişimsel Pratikler: Din Değiştirenler Üzerine Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.



- Kozinets, R. V. (2010). Netnografi: Pazarlamacının Gizli Silahı, <http://kozinets.net/wp-content/uploads/2012/01/netnography-turkish.pdf>, adresinden ulaşıldı, erişim tarihi 22 Ekim 2018.
- Passerini, P. (2010). Kimlik İronilerinden İroni Kimliklerine, *Avrupa Fikri* içinde, Ed. Anthony Pagden, Çev. Rahmi Ögdül ve Mesut Varlık, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Schnapper, D. (2005). *Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki İle İlişki*, Çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Somay, B. (2018). Dışkı, Başarı ve Entelektüel Kibir, https://www.academia.edu/19634400/D%C4%B1%C5%9Fk%C4%B1_Ba%C5%9Far%C4%B1_ve_Entelekt%C3%BCel_Kibir adresinden ulaşıldı. (Erişim Tarihi, 19.05.2018).
- Taylor, C. (2005). *Tanınmanın Politikası, Çokkültürcülük*. Haz.: Amy Gutmann, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul: K.Y.K. Yayınları.
- Toruk, İ. ve Sine, R. (2012). Haber Söylem Üretimindeki İdeolojik Etki: Wikileaks Haberleri, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırma Dergisi*, 31, 362.
- Uzkurt, C. ve Özmen, M. (2006). Pazarlama Yöneticileri İçin Yeni Bir Fırsat: Sanal Topluluklar, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1, 24-30.
- van Dijk, J. (1997). The Reality of Virtual Community, *Trends in Communication*. 1 (1), 40-41.
- Varnalı, V. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde*, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Wellman, B. (1996). For a Social Network Analysis of Computer Networks: A Sociological Perspective on Collaborative Work And Virtual Community, *ACM SIGCPR/SIGMIS Conference on Computer Personnel Researches*, Denver, Colorado USA, April 11-13.
- Yılmaz, Hakan (2010). Biz”lik, “Öteki”lik, Ötekileştirme ve Ayrımcılık: Kamuoyundaki Algılar ve Eğilimler. https://www.academia.edu/3075718/T%C3%BCrkiyede_Bizlik_%C3%96tekilik_%C3%96tekile%C5%9Firme_ve_Ayr%C4%B1mc%C4%B1k_Kamuoyundaki_Alg%C4%B1lar_ve_E%C4%9Ffilimler_Kamuoyu_ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1n%C4%B1n_bulgular%C4%B1n%C4%B1n_k%C4%B1sa_de%C4%9Ferlendirmesi_2010_ adresinden ulaşıldı (Erişim Tarihi: 22 Kasım 2018).
- <http://www.businessinsider.com/time-on-facebook-2011-9> adresinden ulaşıldı. (Erişim Tarihi 22 Kasım 2018).
- <https://www.facebook.com/karikateist> adresinden ulaşıldı. (Erişim Tarihi 22 Kasım 2018).