

**T.C**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**



**ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI**  
**SOSYAL MEDYADA DAYANIŞMA OLGUSU**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM**

**HAZIRLAYAN**  
**Şengül HUZZİYAS**

**ELAZIĞ-2017**

**T.C**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI SOSYAL**  
**MEDYADA DAYANIŞMA OLGUSU**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM**

**HAZIRLAYAN**  
**Şengül HUZZİYAS**

Jürimiz, .../.../..... tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans / doktora tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

**Jüri Üyeleri:**

- 1.
- 2.
- 3.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun.....tarih ve .....  
..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Ömer Osman UMAR**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

**ÖZET****Yüksek Lisans Tezi****Özgecan Aslan Cinayeti Sonrası Sosyal Medyada Dayanışma Olgusu****Şengül HUZZİYAS****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ-2017; Sayfa: X+91**

İletişim çağı olarak adlandırılan 21. yüzyılda teknoloji ve internet gelişimine büyük ivme katmıştır. Bu gelişmeler bireyi ve toplumu büyük oranda etkilemiş, geliştirmiş ve dönüştürmüştür. Gelişmeler bireyin iletişim kurma şeklini, yaşamını ve toplumsal bakışını değiştirmiştir. Dünyayı daha küçük bir yapıya dönüştürürken, toplumsal olaylara bakış açısına da yenilikler getirmiştir.

Günümüzde iletişim şekilleri, sunulan imkânlar doğrultusunda gelişmeye devam ederken bireylerin toplumsal olaylara katılması ve tepki yöntemleri de değişmektedir. Sosyal medyanın altın çağını yaşadığı bu günlerde sosyal medya, insanların vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Sosyal medyada yatıp kalkan insanlar toplumsal olaylara buradan katılmakta ve tepki göstermektedir.

Toplumun temel yapı taşlarından birisi olan kadınlar zaman zaman hiç de hak etmedikleri davranışlara maruz kalmakta, bazen de şiddet olaylarıyla karşılaşmaktadırlar. Yaşanan bu olumsuzluklar sosyal medyada yer almakta ve tepkiler bu mecra üzerinden verilmektedir.

Bu çalışma kuramsal ve uygulama kısımlarından oluşmakta, Özgecan Aslan cinayeti sonrası sosyal medyadaki dayanışma olgusunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Facebook kullanan 500 kişiye online anket uygulanmıştır ve Özgecan Aslan adına açılan Facebook hesabı içerik çözümlemesi tekniği ile incelenmiştir. Sonuç olarak Özgecan Aslan cinayeti sonrasında sosyal medyada dayanışmanın olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Dayanışma Olgusu, Kadın Cinayetleri, Özgecan Aslan Cinayeti, Dijital Aktivizm

**ABSTRACT****Master Thesis****The Case of Solidarity on Social Media After Özgecan Aslan Murder****Şengül HUZZİYAS****Firat University****Social Sciences Institute****Communication Science Department****Elazig-2017; Page: X+91**

In the 21st century, which is called as communication age, technology and internet have added great impetus to development. These developments have greatly influenced, developed and transformed the individual and the society. Developments have changed the way in which the individual communicates, his life and social attitude. He has transformed the world into a smaller structure, and has also brought innovations in terms of social events.

Today, as the forms of communication continue to evolve in line with the opportunities presented, the ways in which individuals participate in social events and the ways in which they react are also changing. Social media is among the indispensable people in these days when social media is experiencing the golden age. People who have lived in social media are participating and reacting to social events here.

Women, one of the basic building blocks of society, are sometimes exposed to unfulfilling behaviors and sometimes violence. These negativities are taking place in social media and reactions are given through this medium.

This study is composed of theoretical and practical parts and aims to reveal the possibility of solidarity in social media after the murder of Özgecan Aslan. A mixed method was used in the study. An online questionnaire was applied to 500 people using Facebook and the Facebook account opened for Özgecan Aslan was examined by content analysis technique. As a result, Özgecan Aslan has been determined to be a social media partner after the murder.

**Keywords:** Social media, Solidarity case, Women's murders, Özgecan Aslan Murder, Digital Activism.

## İÇİNDEKİLER

|                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| <b>ÖZET .....</b>             | <b>II</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>          | <b>III</b>  |
| <b>İÇİNDEKİLER.....</b>       | <b>IV</b>   |
| <b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b> | <b>VII</b>  |
| <b>TABLolar LİSTESİ .....</b> | <b>VIII</b> |
| <b>ÖNSÖZ .....</b>            | <b>IX</b>   |
| <b>KISALTMALAR .....</b>      | <b>X</b>    |
| <b>GİRİŞ.....</b>             | <b>1</b>    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

|                                                                |          |
|----------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1. SOSYAL MEDYA .....</b>                                   | <b>4</b> |
| 1.1. Sosyal Medya .....                                        | 4        |
| 1.1.1. Sosyal Medya Kavramı .....                              | 8        |
| 1.1.2. Geleneksel Topluluklar .....                            | 11       |
| 1.1.3. Sanal Topluluklar .....                                 | 12       |
| 1.1.4. Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya.....                  | 15       |
| 1.1.5. Sosyal Medya Tarihi.....                                | 16       |
| 1.2. Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Arasındaki Farklar ..... | 18       |
| 1.3. Sosyal Medyanın Avantajları .....                         | 20       |
| 1.4. Sosyal Medyanın Dezavantajları.....                       | 21       |
| 1.5. Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook.....                   | 25       |
| 1.5.1. Facebook.....                                           | 25       |
| 1.5.2. Facebook Kullanımı .....                                | 27       |

### İKİNCİ BÖLÜM

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| <b>2. KADIN CİNAYETLERİ.....</b>                       | <b>32</b> |
| 2.1. Kadın ve Kadına Yönelik Şiddet.....               | 32        |
| 2.1.1. Kadına Yönelik Şiddetin Sınıflandırılması ..... | 33        |
| 2.1.1.1. Fiziksel Şiddet.....                          | 33        |
| 2.1.1.2. Ekonomik Şiddet.....                          | 34        |
| 2.1.1.3. Psikolojik Şiddet .....                       | 34        |
| 2.1.1.4 Sözel Şiddet .....                             | 34        |
| 2.1.1.5. Cinsel Şiddet.....                            | 35        |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.2. Kadın Cinayetleri ve Hukuki Mevzuat ..... | 35 |
| 2.3. Özgecan Aslan Cinayeti .....              | 36 |

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3. DAYANIŞMA ÖRGÜTLERİ .....</b>                                    | <b>38</b> |
| 3.1. Alternatif/ Sivil Medya .....                                     | 38        |
| 3.3. Geleneksel Dayanışma Örgütleri .....                              | 41        |
| 3.4. Kadın Dayanışma Örgütleri .....                                   | 43        |
| 3.5. Kadına Şiddet Temalı Dayanışma Örgütleri .....                    | 44        |
| 3.6. Dayanışma Örgütlerinin Yapısı ve İşlevleri.....                   | 45        |
| 3.7. Dayanışma Psikolojisi .....                                       | 46        |
| 3.8. Sosyal Medyada Dayanışma Örgütleri ve Motivasyon Kaynakları ..... | 48        |

### DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

#### 4. ÖZGECAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI SOSYAL MEDYADA

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>DAYANIŞMA OLGUSU.....</b>                                 | <b>51</b> |
| 4.1. Problem .....                                           | 51        |
| 4.2. Amaç .....                                              | 52        |
| 4.3. Önem .....                                              | 53        |
| 4.4. Araştırma Soruları .....                                | 53        |
| 4.5. Evren ve Örneklem .....                                 | 54        |
| 4.6. Araştırmanın Sınırlılığı .....                          | 54        |
| 4.7. Araştırmanın Modeli .....                               | 54        |
| 4.8. Verilerin Toplanması .....                              | 55        |
| 4.9. Bulgular ve Yorum.....                                  | 55        |
| 4.9.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri ..... | 55        |
| 4.9.1.1. Cinsiyet Dağılımı .....                             | 56        |
| 4.9.1.2. Yaş Dağılımı .....                                  | 56        |
| 4.9.1.3. Medeni Duruma Göre Dağılım .....                    | 57        |
| 4.9.1.4. Eğitim Durumuna Göre Dağılım .....                  | 58        |
| 4.9.1.5. Mesleğe Göre Dağılım.....                           | 58        |
| 4.9.1.6. Yaşadıkları Yere Göre Dağılım .....                 | 59        |
| 4.9.1.7. Sosyal Medyayla İlgili Sorular .....                | 59        |
| 4.9.2. Özgecan Aslan ile İlgili Sorular .....                | 66        |
| 4.9.3. İçerik Çözümlemesi.....                               | 71        |

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>SONUÇ .....</b>            | <b>77</b> |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>          | <b>81</b> |
| <b>EKLER .....</b>            | <b>88</b> |
| Ek 1. Orijinallik Raporu..... | 88        |
| Ek 2. Anket Formu .....       | 89        |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>         | <b>91</b> |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Şekil 1:</b> Cinsiyete Göre Dağılım .....                                                                                 | 56 |
| <b>Şekil 2:</b> Yaşa Göre Dağılım.....                                                                                       | 56 |
| <b>Şekil 3:</b> Medeni Duruma Göre Dağılım .....                                                                             | 57 |
| <b>Şekil 4:</b> Öğrenim Durumuna Göre Dağılım .....                                                                          | 58 |
| <b>Şekil 5:</b> Mesleğe Göre Dağılım .....                                                                                   | 58 |
| <b>Şekil 6:</b> Sosyal medyayı ne kadar zamandır kullanıyorsunuz .....                                                       | 59 |
| <b>Şekil 7:</b> Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz? .....                                                           | 60 |
| <b>Şekil 8:</b> Günde en az kaç saat sosyal medyada vakit geçiriyorsunuz? .....                                              | 61 |
| <b>Şekil 9:</b> Sosyal medyadaki gruplara katılıyor musunuz? .....                                                           | 62 |
| <b>Şekil 10:</b> Sosyal medya üzerindeki etkinliklere katılıyor musunuz? .....                                               | 63 |
| <b>Şekil 11:</b> Sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki veriyor musunuz? .....                                      | 64 |
| <b>Şekil 12:</b> Vermiş olduğunuz bu tepkiler sosyal medya dışındaki gerçek yaşamınızda da devam ediyor mu? .....            | 65 |
| <b>Şekil 13:</b> Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili paylaşım yaptınız mı? .....                         | 66 |
| <b>Şekil 14:</b> Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetine tepkiyi içeren gruplara katıldınız mı? .....                | 67 |
| <b>Şekil 15:</b> Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili sosyal medyadaki imza kampanyasını imzaladınız mı? .....                   | 68 |
| <b>Şekil 16:</b> Sosyal medya üzerinde Özgecan Aslan cinayetine yönelik oluşturulan tepkileri yeterli buluyor musunuz? ..... | 69 |
| <b>Şekil 17:</b> Sosyal medya üzerinde oluşturulan bu dayanışma olgusunun amacına ulaştığını düşünüyor musunuz? .....        | 70 |

**TABLÖLAR LİSTESİ**

**Tablo 1.** Sanal topluluklar ve geleneksel toplulukların aralarındaki fark ..... 14

**Tablo 2.** Özgecan Aslan Facebook sayfasındaki paylaşım analizi ..... 72



**ÖNSÖZ**

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde yol gösteren, destekleyen ve pozitif enerjisi ile motivasyonumu yükselten, sağladığı bilimsel katkı, gösterdiği rehberlik ve anlayışı için çok değerli tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Feridun NİZAM hocama teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, yüksek lisans öğrenimim süresince, derslerine katıldığım ve değerli görüşleri ile yetişmemizde katkıları olan tüm hocalarıma ve tezimin anket kısmında yardımlarını esirgemeyen Mehmet Yılmaz ATİLLA 'ya teşekkürlerimi sunarım. Akademi alanına yönelmem ve bu alanda ilerlemem konusunda beni motive eden ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen değerli hocalarım Yrd.Doç.Dr.Fatma NİSAN ve Ersin DİKER'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bütün eğitim hayatım boyunca yanımda olan ve desteklerini her zaman yanımda hissettiğim, varlıklarına şükrettiğim en değerli hazinem olan babam Ramazan, annem Raziye, kardeşlerim Tuba, Fatih ve Kevser ile eşim Burak HUZZİYAS'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## KISALTMALAR

- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri  
**ADSL** : Bağımsız Sayısal Abone Hattı  
**IRC** : Anlık Sohbet Siteleri  
**İHD** : İnsan Hakları Derneği  
**KKTC** : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti  
**S.A.V.** : Sallallahu Aleyhi Vesellem  
**TV** : Televizyon  
**USAK** : Uluslararası Stratejik Araştırma Kurumu  
**WWW** : World Wide Web



## GİRİŞ

Toplumsal bir varlık olan insan için iletişim kurmak temel ihtiyaçlarındandır, ilk etapta yakın çevre ile kurulan iletişim toplum içerisinde sosyalleşme ile genişlemekte ve farklı şekiller almaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler ile iletişim alanında yaşanan yenilikler sonrasında iletişim de şekil değiştirmiştir, yüz yüze iletişimin yerini araçlarla yapılan iletişim şekli almıştır. Küreselleşen dünyada klasik iletişim kanalları da yetersiz kalmıştır ve insanlar sosyal medya araçlarıyla iletişim kurma yoluna gitmişlerdir. Geleneksel iletişim araçları geri planda kalırken sosyal medya artan bir hızla ilerlemektedir. Adeta sosyal medyada yaşayan, sosyal medyada var olan günümüz insanları duyarlılıklarını, şikâyetlerini ve beklentilerini de bu platform üzerinden duyurmaya başlamıştır.

Demokrasiyle yönetilen toplumlarda halk yönetimde söz sahibidir, seçimler ile yönetime katılmaktadır. Bu katılım bazen seçimlerde olduğu gibi resmi yollardan değil de çeşitli grupların kurulması ve bu grupların eylem yapması şeklinde resmi olmayan yollarla da yapılmaktadır. Halkın bu tür girişimleri bazen başarısızlıkla sonuçlansa da bazen iktidar üzerinde yaptırımlar sağlamaktadır. Sosyal hareketler resmi olmayan gruplardır. Sosyal grupların temelde iktidarı etkilemek gibi amaçlarının yanında taraftar toplamak gibi amaçları da bulunmaktadır. Dayanışma örgütlerinin varlığı toplum içerisinde kabul görmeleri ile sıkı bir ilişki içerisinde.

Ülkemizde geleneklerimiz ve değerlerimize aykırı olarak daha da önemlisi insanlığa aykırı olarak kadınlar hor görülme, ikinci plana itilme, şiddetin her türlü maruz kalmakta ve dünyanın hiçbir yerinde hiçbir anlayışın kabul etmeyeceği tecavüz olayları ve kadın cinayetleri örnekleri yaşanmaktadır. Önceki dönemlerden farklı olarak mağdur ya da sindirilmiş olan kadınlar günümüzde sosyal medya sayesinde sesini daha fazla duyurabilmekte, çeşitli platformlar, gruplar, etkinlikler insanları bilinçlendirmekte ve farkındalığı arttırmaktadır.

Sosyal medyanın yaygınlaşması ve insanların bu mecralarda aktif olmasının ardından, günlük hayatta karşılaşılabilecek herhangi bir problemin çözümü için bu platformlarda “dayanışma” motivasyonu ile bir araya gelmiş birliktelikler oluşmaktadır. Günümüzde yaşanan en önemli problemlerden birisi olan kadına yönelik her türlü şiddet konusunda da sosyal medya kullanılarak bu problemler dile getirilmekte, tepkiler oluşturulmakta ve çözümler aranmaktadır. İnsan yaşamının önemli olmasının yanında

kaliteli bir hayat sürmenin her insanın (her kadının) hakkı olduğu su götürmez bir gerçektir. İnsanlık dışı yaşanan bu olayların dile getirilmesi ve benzer olayların yaşanmaması adına caydırıcı cezaların uygulanması ve önemli bir toplumsal problemin çözümüne katkı sağlaması amaçlandığından bu çalışma günümüzde büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada Özgecan Aslan cinayeti sonrasında dünyada ve ülkemizde en yaygın olarak kullanılan sosyal medya mecrası Facebook'ta oluşan tepkiler ve bunun sonucunda oluşturulan dayanışma örgütleri ile insanların bu örgütlenmelerde nasıl ve hangi amaçlarla yer aldıkları, dayanışma için bir araya getiren motivasyonlar incelenmiştir.

Araştırma güncel olması, toplumsal açıdan ciddi bir problemi içermesi ve bilimsel açıdan çok fazla ele alınmamış olması nedenlerinden dolayı önem taşımaktadır. Literatürde kadına yönelik şiddet farklı çerçevelerde ele alınmıştır, ancak meydana gelen olumsuz bir olay sonrasında sosyal medyada yaşanan gelişmeler ile birlikte ele alınmış bir çalışmanın bulunmaması bu çalışmayı özgün kılmaktadır. Bu çalışmayla toplumun temel sorunlarından birisi olan kadına yönelik şiddet ve akabinde yaşanan olaylar gündemi oldukça meşgul eden sarsıcı bir cinayet örneğiyle sosyal medyada nasıl yer aldığı belirlenmiştir. Yaşananların ne tür yankılar uyandırdığını açığa çıkarması ve sonrasında gelecekteki sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirmesi muhtemeldir.

Bu çalışma literatür taraması yapılarak ve yapılan tarama sonrasında elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulan anketin uygulanması ile oluşturulmuştur. Konuyla ilişkili basılı ve elektronik kaynaklar incelenmiştir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır; birinci bölümde sosyal medya başlığına yer verilmiştir. Bu bölümde sosyal medya hakkında bilgiler verilmekte ve sosyal medya kullanımı, bunun avantajları ve dezavantajları açıklanmaktadır. Sosyal medyanın işlevleri açıklanmaktadır ve en çok kullanılan sosyal medya mecrası olan Facebook hakkında bilgileri kapsamaktadır.

İkinci bölüm kadın cinayetleri başlığından oluşmaktadır. Bu bölümde kadına yönelik şiddet ve Özgecan Aslan cinayeti konularına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde dayanışma olgusuna, kadın dayanışma örgütlerine ve dayanışma örgütlerinin çeşitlerine ayrı başlıklar altında yer verilmiştir. Dördüncü bölüm Özgecan Aslan cinayeti sonrası sosyal medyada dayanışma olgusu başlığından oluşan uygulama bölümüdür. Burada

uygulanan anket çalışması ve içerik çözümlemesi tekniği ile elde edilen verilere yer verilmiştir.

Araştırmada en doğru bilgileri elde etmek ve bilimsel sonuçlara ulaşabilmek için elektronik ortamda 500 kişiye anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarını pekiştirmek için dayanışma amacıyla Özgecan Aslan adına açılan ve en çok beğeni alan (dolayısıyla en çok takip edilen) Facebook sayfası içerik çözümlemesi tekniği ile incelenmiştir. Elde edilen verilerin birbirini teyit ettiği, tamamladığı tespit edilmiştir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. SOSYAL MEDYA

#### 1.1. Sosyal Medya

Sosyal medyanın sosyoloji, psikoloji, iletişim gibi farklı disiplinler ile ilişkili olması tanım çeşitliliğini doğurmaktadır. Aynı şekilde sosyal medyanın yaşam pratikleri içerisinde geniş bir yelpazede yer bulması da birbirinden farklı çok sayıda tanım yapılmasına yol açmıştır.

Sosyal medyanın her alanda etkili olması ve popülaritesinin artmasıyla yapılan tanımlamalar da artmıştır, bu tanımlamaların bir kaçı şunlardır:

“Medya; kitlelere mesajlar göndererek onları olaylardan haberdar eden, halkın bilgilendirilmesinde, eğitilmesinde ve toplumsal sorunlar üzerinde tartışma platformları yaratabilen gazete, dergi, TV, radyo, internet gibi kitle iletişimini sağlayan araçlar toplamına verilen isimdir” (Türk, 2013; 55).

Alav, “sosyal medyayı internet ağı üzerinden bilgisayar, televizyon ve cep telefonu vasıtaları ile iletişimin gerçekleştirildiği medya türü” olarak tanımlamaktadır (2014: 3).

“Sosyal medya terimi kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak etkileşim kurmaları için olanak sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir” (Pelenk Özel, 2011).

Dal ve Dal (2014) sosyal medyayı, Web 2,0 sayesinde geliştirilmiş, kullanıcılara içerik yayınlama ve değişim olanağı sağlayan yeni bir internet inovasyonu dalgasını tanımlamak için türetilmiş bir dönem olarak tanımlamaktadır.

Medyanın temel amacı; dünyada ve bireyin yaşadığı ülkede olup bitenler hakkında insanları bilgilendirmek ve bunun ışığında kişinin kendi fikirlerinin oluşmasını sağlamaktır (Ceylan, 2012; 46). Bu anlamda bakıldığında medya aracılık işlevini gerçekleştirmektedir.

Teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması sonrasında internet, sosyal bir mahalleye dönüşmüştür ve bu mahallenin sınırları belirlenmemiştir, bu mahallenin sakinleri ise Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Google gibi sosyal medya mecralarıdır (<http://www.reklaminsani.com/sosyal-mahallenin-esnaflari.html>, ET: 01.03.2017).

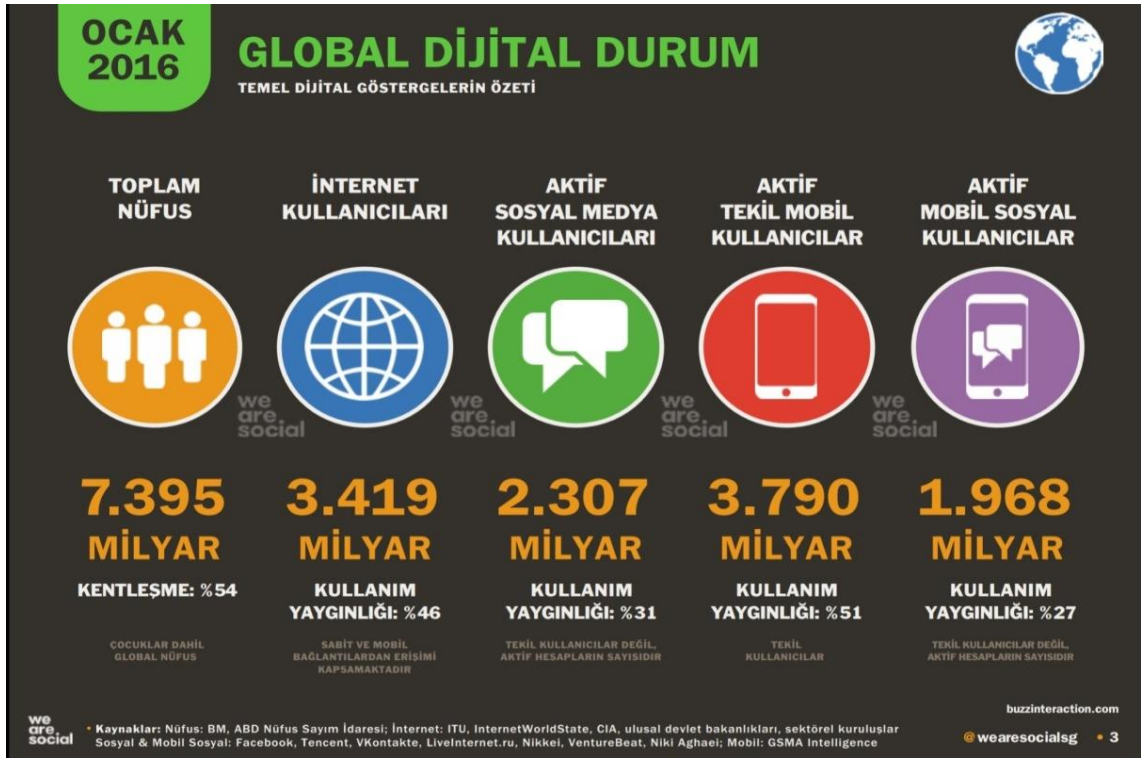
Kullanıcıyı merkeze alan sosyal medya bu özelliğinden dolayı tek bir kullanım amacını içermemektedir, kullanıcıdan kullanıcıya değişen birçok amacı barındırmaktadır, bundandır ki kullanım örüntüsündeki zenginlik sosyal medyaya yönelik tanımlamaları her geçen gün arttırmaktadır (Göker ve Keskin, 2016; 89).

Kanımızca sosyal medyanın en ideal tanımı “Katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve birbirine bağlılıktan oluşan beş farklı karakteristiğin tümüne ya da çoğuna sahip, bir tür yeni çevrimiçi medya grubu (Mayfield, 2008:5)” olarak ifade edilendir.

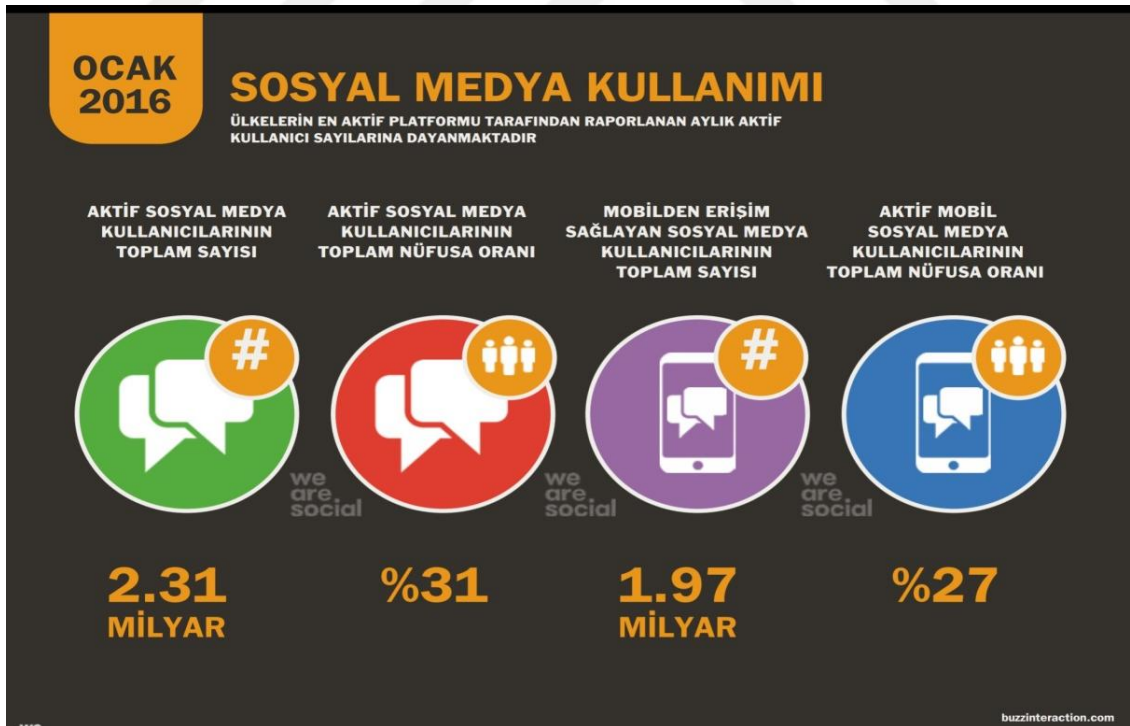
Geleneksel medya düzenini temelinden değiştiren sosyal medya aynı zamanda medya sektörüne bir takım yenilikler de getirmiştir, bireyler pasif kullanıcı konumundan aktif kullanıcı konumuna terfi etmiştir. Kullanıcılar içeriği istediği şekilde amacına/amaçlarına yönelik olarak biçimlendirip kullanabilmektedir. Sosyal medya mecraları olan Youtube, Facebook, Twitter ve Instagram geleneksel medya olarak tanımlanan (TV, Gazete ve Radyonun) alternatifi olarak da görülmektedir. Sosyal medyanın kullanım kolaylığının yanında zaman ve mekândan bağımsız olması, merkeziyetçi bir yapısının olmaması ve esnek yapısı yaygın kullanımını tetiklemektedir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı ana akım medya ile daha yakından ilişkili olsa da sosyal medya dolaylı olarak doyuma ulaştırılan gereksinimlerin görsel, metinsel olarak daha etkili bir şekilde karşılandığından dolayı bu kuram günümüzde de kullanılmaktadır (Oğuzhan vd. 2015; 149). Kullanıcılar, sosyal medya ile birçok ihtiyacını karşılamaktadır, bu da kişiyi doyuma ulaştırmaktadır.

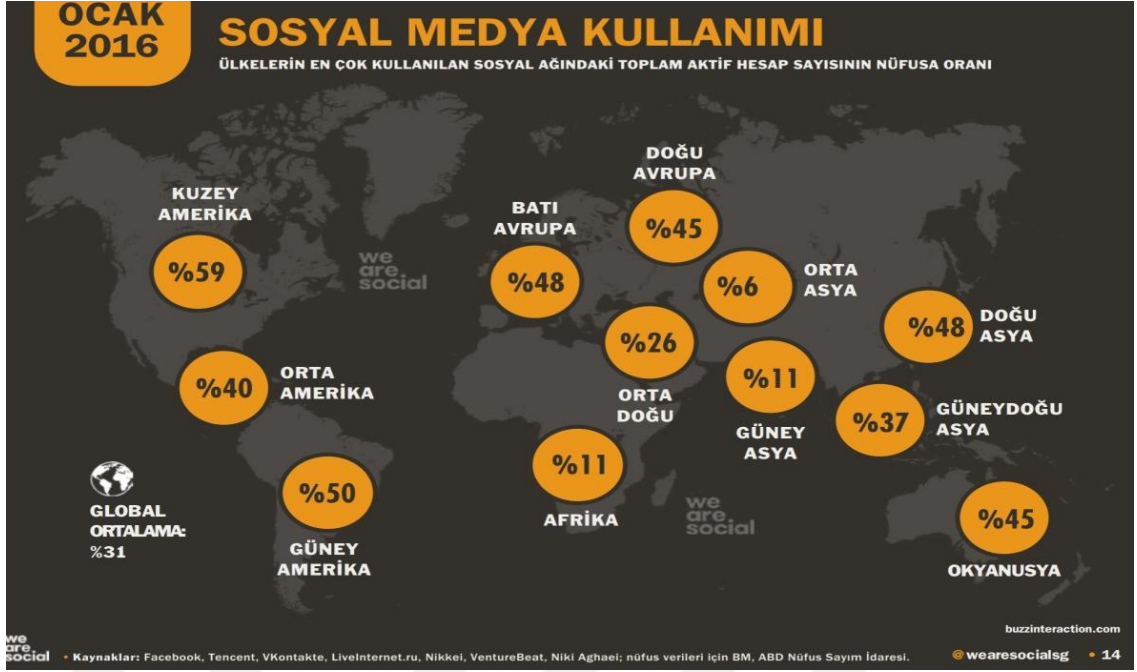
Dünyadaki internet ve sosyal medya kullanımına ilişkin 2016 yılının istatistikî verileri tabloda verilmiştir



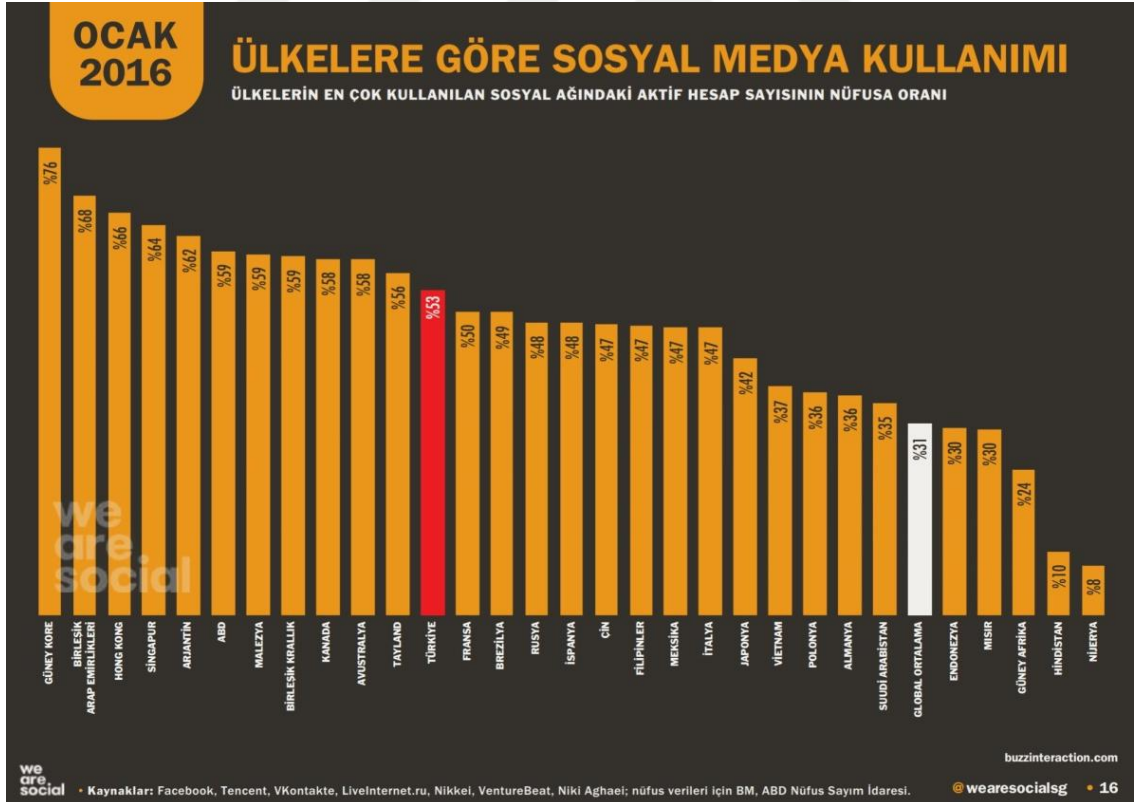
Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017

### 1.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Yaşanan teknolojik yenilikler sonrasında ortaya çıkan Web 2.0 uygulamaları kullanıcıların duygu, düşünce, fikir, bilgi, gelecek planları ve yaşanmışlıklarını paylaşma olanağı sağlamanın yanında yazınsal metin, resim ve video tabanlı paylaşımların yapılmasına da imkân vermektedir. Bu durum paylaşımlara farklı boyutlar kazandırırken kullanım yelpazesini de genişletmiştir. “Kullanıcı forumları, haber grupları, sohbet, internet günlükleri, podcast, webcast, kullanıcılar tarafından yaratılan çevrimiçi videolar”(Öztürk, 2014; 6285) olarak sıralanabilir.

Web 2.0 uygulamaları bireyleri daha aktif kılarken toplumsal etkileşimi arttırmakta ve ona yeni boyutlar kazandırmaktadır. Bu durum öyle bir hale gelmiştir ki sosyal medya, toplumsal hareketlerin temelini oluşturan vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir. Son yıllarda gerek dünyada gerekse ülkemizde yaşanan Arap Baharı ve Gezi Parkı gibi toplumsal olaylar incelendiğinde sosyal medyanın yoğun etkisi görülmektedir.

Yakın geçmişte internet geleneksel medya gibi tek yönlü bir iletişim imkânı sunarken Web 2.0 uygulamalarının kullanılmaya başlamasıyla kullanıcılar kendi içeriklerini oluşturabilmekte ve bunları sosyal paylaşım ağlarında etkileşime sunabilmektedir (Akyol, 2015; 100). Bu gelişmeler sayesinde bireyler sosyal medyayı amaçları doğrultusunda bir araç olarak kullanmakta ve şekillendirmektedir. Web 1.0 ortamında oluşturulan içerikler, çoğu zaman profesyonellerce hazırlanmıştır ve kesin bilgileri içermektedir, Web 2.0 uygulamaları ile oluşturulan içeriklerin çoğu kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır ve daha çeşitli içerikler dolaşıma sunulmaktadır (Çomu ve Halaiqa, 2014; 40). Bir uzmanın değil de kullanıcıların dolaşıma sunduğu bilgilere bakış da farklılaşmıştır, insanlar bilginin kaynağını irdelemeye başlamışlardır. Bu durum gereklidir çünkü yanlış bilgiler de ağ’da yer almaktadır.

Sosyal medyaya toplumsal bir yön belirleyerek toplumu etkileme ve bazen de toplumu yönlendirme işlevleri atfedilmiştir. Kullanımının artmasıyla bu özelliği daha da anlam kazanmaktadır. Toplumsal olaylar ilk olarak sosyal medyada yer almakta, olaylara tepkiler ilk önce ve en sert şekilde buradan verilmektedir. Birçok örnekte görüleceği gibi toplumsal olaylarda sosyal medya olaylara yön vermekte, büyük ve küresel bir boyuta taşımaktadır.

Sosyal medyanın etkileşimsellik, eşzamanlılık ve kitlesizleştirme gibi özellikleri bireylerin fiziksel olarak bir arada bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırmış ve hem

bireyler arasındaki iletişimi hem de toplumsal iletişimi yeniden şekillendirmiştir (Sayımer, 2014; 97). Bu temel özelliklerinden dolayı sosyal medya muhalefetteki grupların seslerini duyurma aracı olmuştur. Aynı zamanda bu mecra kamusal alan kavramında da değişiklikler yapmıştır. “Asıl önemli mesele bu yeni kamusal alanın, yani dijital uzam ile kent uzamı arasında oluşturulan ağlara dayalı bu alanın özerk bir iletişim alanı olmasıdır” (Castells,2013; 25).

Hatta bundan da öte sosyal medya; toplumsal bir hareketin başlayabilmesi ve varlığını sürdürebilmesinin temel şartı haline gelmiştir. Castells’e göre bir toplumsal hareketin oluşması için bireylerin duygusal olarak harekete geçmesinin başka bireylere bağlanması gerekir. Bu da bir bireysel deneyimin diğerlerine aktarıldığı bir iletişim sürecini gerektirir. İletişim sürecinin işleyebilmesi için iki gereklilik vardır: Mesajı gönderen ile alan arasında bilişsel bir uyum ve etkili bir iletişim kanalı (Castells, 2013:28).

Sosyal medya, kullanıcıların internet üzerinde kendilerini temsil eden bir profil oluşturarak zaman ve mekandan bağımsız olarak, iki yönlü ve anlık ileti paylaşımı sağlayan bir iletişim platformudur. Facebook sadece bir iletişim mecrası değildir, Facebook günümüzde neredeyse bütün örgütlenmelerin vücut bulduğu bir alan haline gelmiştir (Toprak vd. 2014; 264).

Sosyal medya her geçen gün gücüne ivme katmaktadır, bu gücün farkında olan bireyler, gruplar ve güç odakları sosyal medyayı kendi amaçları doğrultusunda en iyi şekilde kullanmaktadırlar. Sosyal medya devrimleri de bu gücün bir göstergesidir. Sosyal medyanın denetiminin mümkün olmaması bu durumu daha önemli kılmaktadır. Castells’in de belirttiği gibi “zamanımızda çok biçimli dijital yatay iletişim ağları tarihteki en hızlı ve en özerk, etkileşime dayalı, yeniden programlanabilir ve kendi kendini genişleten iletişim süreçlerinin niteliklerini belirler: İletişim ne kadar etkileşime açık ve kendi kendini yapılandırır olursa örgüt o kadar az hiyerarşik, harekete katılım o kadar açık olur. Dijital çağda ağlar oluşturan hareketlerin yeni bir tür toplumsal hareketi temsil etmesinin nedeni budur (2013:28).

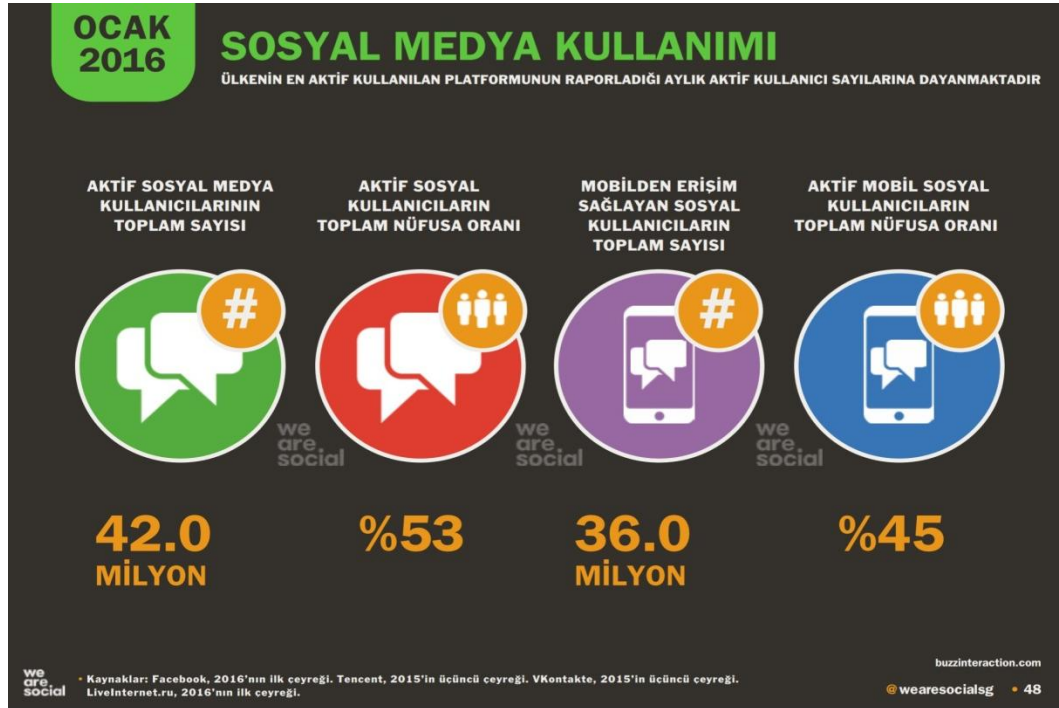
Yeni medya aynı anda farklı iletişim boyutlarının gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır (Binark, 2007; 23). Sosyal medya yaşamımıza girdikten sonra insanlar arasındaki iletişim de şekil değiştirmiştir (Babacan, 2015; 301). Daha spontane bir iletişim şekli görülmektedir, selam diyerek iletişime çok hızlı başlanabiliyor ve aynı hızda iletişim sonlandırılabilir. Aynı anda binlerce kişiyle iletişime geçilebiliyor ve

geri dönüşleri yapılabilir. Bu alanda gerçekleştirilen iletişimin samimiyeti de farklılık göstermektedir. Gündelik yaşamda iletişim kurulamayacak kişilerle veya iletişim şekliyle sosyal medyada sıklıkla karşılaşılabilir.

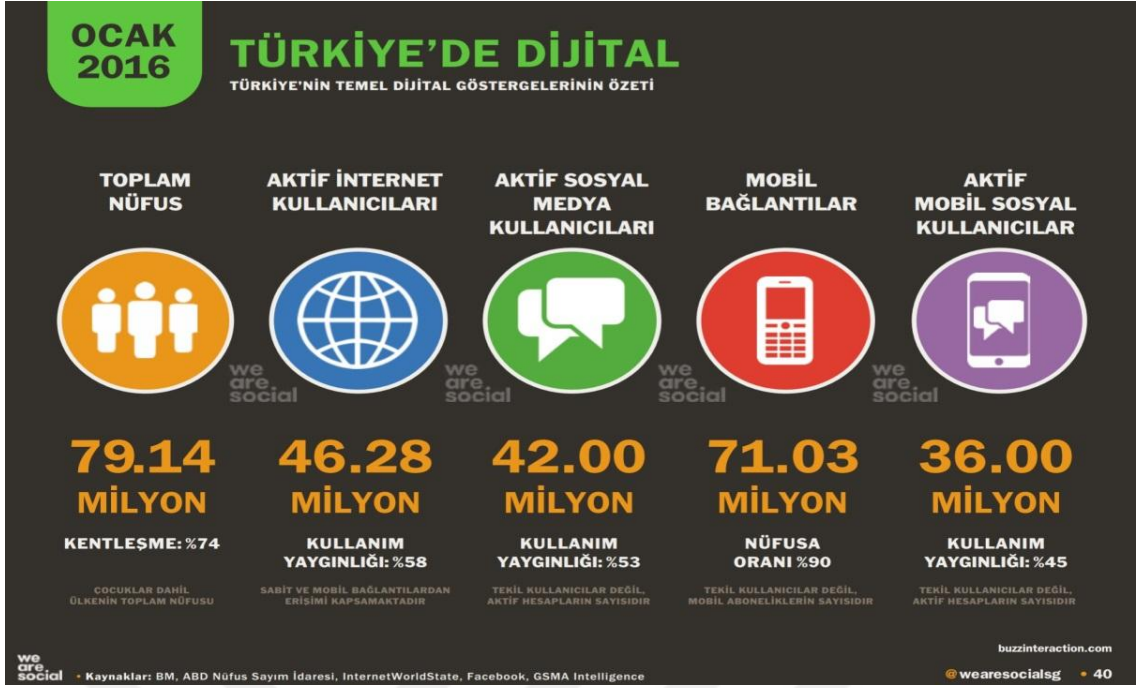
Sosyal medya, kullanımının yaygınlaşması ile kişiler arasındaki haberleşme, örgütlenme ve harekete geçme süreçlerinde etkin rol oynamıştır ve toplum içerisinde kalıcı etkiler oluşturmıştır (Şener vd, 2015; 75- 76). Bunun en somut örneklerini Mısır'da yaşanan toplumsal olaylarda ve 2013 yılında ülkemizde yaşanan Gezi Parkı olaylarında görülmüştür. Kişiler sosyal medya aracılığı ile haberleşmekte ve örgütlenmektedir. Bu olayda sosyal medyanın yoğun olarak kullanılması sonrasında sosyal medya direniş ve eylemlerin merkezi haline gelmiştir ve daha sonra meydana gelen toplumsal olaylarda da etkisini göstermiştir. Bu durum alternatif medyanın doğuşunu da tetiklemiştir.

Son dönemlerde, Arap Baharı, Wall Street, 15-M hareketi, Gezi Parkı, Tayland Protestoları ve son olarak Ukrayna'da hükümet karşıtı gösterilerin ortak paydası, merkezî ve ideolojiden uzak sadece somut bir soruna odaklanmalarıdır. Bu noktada, rahat iletişim imkânları sayesinde benzer teknik ve taktikler ile örgütlenen toplumsal hareketler var olan soruna karşı toplumsal iradenin ortaya koyulmasında, günümüzde etkin bir eylem biçimi olarak kabul edilmektedir (Çaycı ve Karagülle, 2014:6372).

Türkiye'deki sosyal medya kullanımına ilişkin veriler tabloda verilmiştir.



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017

### 1.1.2. Geleneksel Topluluklar

Türk Dil Kurumu “topluluk”u, nitelikleri bakımından bir bütün oluşturan kimselerin hepsi toplum cemaat olarak tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, 2010; 2369). Topluluğun birçok tanımı bulunmaktadır, topluluk; sınırları belirli bir mekânda aynı amaç çerçevesinde bir araya gelen bireylerin oluşturduğu sosyolojik bir yapı olarak da tanımlanabilir. Coğrafi ve fiziki şartlardan dolayı bir arada bulunan bireylerin zamanla daha özel amaçları gerçekleştirmek için bu birlikteliği sürdürmesi sonrası oluşan kalabalıklar şeklinde de tanımlanabilir. Yüz yüze iletişimin temel alındığı bu topluluk türünde kendi yapısına uygun kültürü, değerleri ve faaliyetleri bulunmaktadır. Bu değerler ve etkinlikler zamanın ve ihtiyaçların etkisiyle değişimi sürekli kılmaktadır.

Tönnies, bireylerarası iletişim sonucu ortaya çıkan toplumsal birimleri Gemeinschaft (Cemaat) ve Gessellschaft (Cemiyet) olmak üzere iki genel tipoloji altında toplamıştır (Tönnies’den akt. Haberli, 2012; 120). Bu toplumsal birimlerin oluşmasında tetikleyici unsur farkı olsa da amaç bir topluluk oluşturmaktır. İnsanlar topluluk şeklinde yaşamaya başladıklarından bu güne kadar bir araya gelme nedenleri ve şekilleri büyük değişimler göstermiştir. Kentleşmenin yaygınlaşması sonrasında yaşanan teknolojik ilerlemeler değişimlerin en önemli tetikleyicileridir. Geleneksel topluluklarda yaşanan değişimler beraberinde sanal toplulukları getirmiştir.

İnsanların sanal iletişim ağlarını bu denli hızlı bir şekilde benimsemesinin temel nedeni öncesinde yaşamını bir ağ sistemi içerisinde geçirmesidir. Birey toplumun en küçük birimi olan bir ailenin mensubu olarak dünyaya gelmektedir, büyüdükçe içerisinde bulunduğu ağ 'da genişlemektedir. İlk önce ailenin mensup olduğu toplumun içerisine karışmaktadır, mahalle, site, semt içerisinde ağı da genişlemektedir. Daha sonrasında okul hayatı ve iş yaşamına dâhil olarak çemberi daha genişletmektedir, iş yaşamındaki etkinlikler ve insanlar ile büyüme devam etmektedir. Kişi içerisinde yer aldığı ağa baktığında yaşamı boyunca birçok farklı ortamda bulunmuş ve aynı oranda çok farklı insanların hayatına dokunmuştur.

Teknolojinin ve internetin olmadığı dönemde böylesi büyük ve etkili bir ağ içerisinde bulunan bireyler için teknolojik yeniliklere uyum sağlamak çok kolay olmaktadır, nitekim sistemin yabancıları değildir. Sosyal ağlar bireyin ilk zamanlar sahip olduğu toplumsal yapıyı anımsatmaktadır. Marshall McLuhan "Understanding Media The Extensions of Man" "Medyayı Anlamak: İnsanın Uzantıları" adlı eserinde belirttiği Küresel Köy kavramı ile dünyayı bir köye benzetmektedir (Hocaoğlu, 2003, 288). McLuhan'ın bahsettiği köy sosyal medya ile günümüzde en net şekliyle görülmektedir.

Geleneksel topluluklarda kurulan iletişim ve temaslar fizikseldir ve gerçektir. Kişiye fiziksel temasta bulunmak, selamlaşmak, göz teması ile iletişim kurmak bu topluluk türünde görülen etkileşim biçimleridir (Kara, 2013; 45). Geleneksel topluluklarda/ ağlarda üyeler arasında benzerlikler çok fazladır ve genellikle sosyal ağlar ile kıyaslandığında küçük bir yapıdadırlar. Geleneksel topluluklarda ilişkiler farklı olduğu için kurulan iletişim de farklılık göstermektedir.

### **1.1.3. Sanal Topluluklar**

Sanal topluluk ya da sanal cemaat (virtual community) kavramı Howard Rheingold'a aittir (Rheingold,1987:3). "Sanal topluluklar, siber uzayda kişisel ilişkiler ağı oluşturmaya yetecek kadar kişinin kamusal tartışma için Net (networkler) üzerinde bir araya geldiği sosyal birlikteliklerdir (Rheingold, 1993) .

Sanal toplulukların e-posta listelerini, anlık sohbet sitelerini (IRC), Wikileri, alışveriş ve açık arttırma sitelerini, e-haber bültenlerini, blogları, internette oyun oynayanların oluşturduğu grupları, özel ilgilerin paylaşıldığı forumları kapsadığı kabul edilmektedir (Akar, 2010; 109). Sanal topluluklar teknolojik yenilikler ile çeşitlilik göstermektedir.

Toplum içerisinde yaşanan kadına şiddet, boşanma, ekonomik problemler, psikolojik sorunlar gibi etmenlerden dolayı içine kapanık bireyler ortaya çıkmıştır, yalnızlaşan ve kendi iç dünyasına yönelen bireyler eksikliğini duydukları etkinlikleri sosyal medyada gerçekleştirmeye ve buradaki topluluklara katılıp sosyalleşmeye başlamışlardır. Sosyal topluluklar, insanların ağ 'da dolaşmaya başlaması ve bir nevi burada yaşamaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır.

Ağ'da dolaşma imkânı sunan bu yeni iletişim şekli zamanla aynı perspektifteki bireyleri bir araya getirmiştir. Jan Van Dijk'e göre sanal cemaatler; herhangi bir zaman ve fiziksel ortamdaki bağımsız, yaşam tarzları veya benzer birçok nedenden ötürü bir araya gelmeleri mümkün olmayan kullanıcıların internet ortamında etkileşim içine girdikleri sosyal örgütlenmelerdir (Jan Van Dijk'den akt. Haberli, 2012; 124). Sanal topluluklara yönelik birçok tanımlama yapılmış ve ortak bir tanımlama üzerinde uzlaşma sağlanamamıştır, bunun en önemli sebebi sanal toplulukların zaman ve mekândan bağımsız olması ve siber uzamda varlık göstermesidir.

Sanal toplulukların oluşması diğer topluluk türlerinin oluşmasından daha kolaydır, sanal toplulukların oluşmasında tek bir ortak amacın olması yeterlidir. Tek bir amaçla kolayca oluşan sanal topluluklar aynı hızda çok çabuk dağılabilmektedir. Bir amaç doğrultusunda olduğu için amacın gerçekleşmesi veya kesin olarak gerçekleşmemesi sonrası yok olmaktadır. Tek bir amaç bireyleri bir arada tutmaya yetmektedir ancak geleneksel topluluklarda bu durum daha farklıdır. Topluluğun devamı için ortak değerlerin, inançların ve kültürün olması gerekmektedir.

Bireyler üzüntü ve umutlarını internetin serbest kamusal alanında paylaşarak, birbirleriyle bağlar kurarak, çok sayıda varoluş kaynağından projeler hayal ederek kişisel görüşlerinden ya da örgütsel bağlılıklarından bağımsız olarak ağlar oluşturdular. Bir araya geldiler (Castells, 2013:18).

Sanal toplulukların bu kadar yaygınlaşmasını kolaylık ve hıza dayandıran Castells'e göre "ağlar arasındaki iletişimin, ışık hızında işleyen enformasyon teknolojilerine dayalı yapısı, toplumdaki birtakım süreçleri dönüştürmektedir. Bu sayede insanlar kolay, ucuz ve hızlı bir şekilde bir araya gelmektedir. Birbirlerinden kısa sürede haberdar olan insanlar, böylelikle hem sosyal ağlarda, hem de gerçek ortamlarda bir araya gelerek; ortak bir sorun karşısında birlikte hareket edebilmektedir (2008:623)".

Oluşmasının kolay olması çeşitliliğini de etkilemektedir. Normal şartlarda bir araya gelemeyecek olan bireylerin sanal topluluklarda bir araya geldikleri görülmektedir, bunun en büyük örneğini aynı dili konuşmayan insanların sanal topluluk içerisinde bulunmasıdır, kullanılan iletişim şekilleri bu durumu esnetmekte ve kolaylaştırmaktadır (Haberli, 2012; 129). Dünyanın küresel bir köy olarak algılanması da bu durumu etkilemektedir. Sanal topluluklar geleneksel toplulukların bir devamı şeklinde algılanmalarına rağmen araların da bariz farklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar aşağıdaki tabloda daha net gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Sanal topluluklar ve geleneksel toplulukların aralarındaki fark

| Fiziksel Topluluklar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Sanal Topluluklar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sosyal ilişki gerçek dünyada fiziksel açıdan gerçekleşir.</li> <li>-Topluluğun sınırları coğrafi açıdan az çok bellidir.</li> <li>-Coğrafi yakınlık önem taşır</li> <li>-Bireyler yalnızca bir ya da birkaç topluluğun üyesidirler</li> <li>-İletişim eşzamanlıdır</li> <li>-İletişim yüz yüze gerçekleşir.</li> <li>-İletişim ve ulaşım teknolojilerinin eksikliğiyle sınırlanmıştır</li> <li>-Fiziksel olarak her zaman vardır</li> <li>-Etkileşimde bulunan kişiler aynı zaman ve mekânda fiziksel olarak bir aradadırlar</li> <li>-Bireylerin kurdukları sosyal bağlantılar gönüllüğe dayanmaz</li> <li>-Üyelerin yaş, cinsiyet gibi demografik özelliklerinin yanı sıra sosyo-ekonomik durumları önem taşır</li> <li>-Paylaşılan ilgi ve ortak amaçlar görece homojendir</li> <li>-Topluluk üyeleri birbirleriyle akrabalık, komşuluk ve arkadaşlık bağlarıyla bağlıdırlar</li> <li>-Üyelik görece uzun süreli ve kalıcıdır</li> <li>-Toplumsal denetim sürekli olarak vardır</li> <li>-Hiyerarşik bir yapıya sahiptir</li> <li>-Üyeler birbirlerinin kişilikleri ve karakterleri hakkında detaylı bilgiye sahiptirler</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sosyal ilişki sanal bir ortamda gerçekleşir</li> <li>-Topluluk coğrafi bir sınırlılığa tabi değildir.</li> <li>-Mesafenin kendisi hiçbir önem taşımaz.</li> <li>-Bireyler çoklu toplulukların üyeleridir ve çoklu kimliklere sahiptirler</li> <li>-İletişimin eşzamanlı olup olmaması teknolojik olanaklara ve tasarıma bağlıdır</li> <li>-İletişim teknolojik olarak var olan olanaklarla gerçekleşir</li> <li>-İletişim ve ulaşım teknolojilerinin eksikliğiyle sınırlanmış değildir</li> <li>-Yalnızca sanal etkileşim sürecinde varlık kazanır</li> <li>-Etkileşimde bulunanlar fiziksel olarak bir arada ve aynı mekânda değildirler</li> <li>-Bireyler sosyal bağlantıları kendi isteklerine göre kurarlar</li> <li>-Üyelerin demografik özellikleri farklılıklar gösterir</li> <li>-Paylaşılan ilgiler ve amaçlar heterojendir</li> <li>-Üyelerin akrabalık ya da komşuluk bağlarına sahip olma ihtimalleri düşüktür</li> <li>-Üyelikler kısa süreli ve çabuk koparılabılır bir niteliğe sahiptir</li> <li>-Toplumsal denetim yoktur ya da sınırlıdır</li> <li>-Hiyerarşik bir yapı yoktur</li> <li>-Üyeler diğer üyelerin (gerçek) kimlikleri ya da kişilikleri hakkında bir bilgiye sahip olamayabilirler</li> </ul> |

**Kaynak:** (Yanıklar, 2014; 169- 170).

#### 1.1.4. Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya

En popüler sosyal medya mecraları olan Facebook, Twitter, Instagram hayatımızın bir parçası olurken iletişim pratiklerimizi de değiştirmiştir. Sosyal medyanın özellikleri de çeşitlilik göstermektedir; kendini gerçekleştirme ve sunma, iletişim kurma, he türlü paylaşım yapma ve bilgi edinme olarak sıralanabilir. Bu özellikleri ile bireyler çok çeşitli amaçlar için sosyal medyayı kullanabilmektedirler (Haberli, 2012).

Sosyal medyanın popüleritesinin artmasıyla birlikte sosyalleşme aracı olarak kullanılması da yaygınlaşmıştır, bu durum beraberinde sanal toplulukları da hayatımıza katmıştır. Sanal toplulukların insanları sosyalleştirdiği de ayrı bir tartışma konusudur.

İlk olarak Rheingold tarafından adlandırılan “sanal topluluk”, “yeterli sayıda bireyin sanal alanda kişisel ilişki ağları geliştirmek amacıyla yeterince uzun süre boyunca ve yeterli duyguyla kamusal iletişim kurduğu sosyo-kültürel gruplaşmalar” olarak tanımlanmaktadır (Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011; 24). Online yani sanal topluluklar teknolojinin yaygınlaşması ve insanların yoğun kullanımı sonrasında ortaya çıkmıştır. İnsanların ağ’da var olması ve her türlü etkinliklerini burada gerçekleştirmeleri bu durumu daha da kabul edilir kılmıştır.

Teknolojik gelişmelerle beraber insanların yalnızlaşması ve birbirinden kopuk yaşam şekillerini benimsemesi sonrasında toplumsal bağlarda zayıflamıştır. Toplumsal değerlerini kaybeden, aradaki bağları zayıflayan bireyler yeni arayışlara başlamıştır ve bu arayış sonrasında sosyal medyayı keşfetmiştir. Sanal topluluklar bu anlamda bir kurtarıcı olarak görüldüğü için insanlar için daha anlamlı hale gelmiştir (Göker ve Keskin, 2016; 91). Teknolojinin zamanla getirmiş olduğu bu değişimler doğal bir ihtiyacı karşıladığı için hızlı bir şekilde kabul edilmiş ve yayılmıştır (Varnalı, 2013; 20). Sosyal medyanın yeni ihtiyaçlar doğurması ve insanların ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medyayı kullanması kısır bir döngü şeklinde devam etmektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu döngünün başkahramanıdır.

Online topluluklar ile reel yaşamdaki topluluklar arasında çeşitli benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Online topluluklar daha spesifik bir konu çerçevesinde bir araya gelirler ve ilk etapta küçük bir yapıdayken bu çok kısa bir zaman diliminde dünya çapında büyük bir yapıya kavuşabilir.

Göker ve Keskin’in de belirttiği gibi sanal toplulukların cemaat olarak görülmesi tartışılan bir durumdur, zaman ve mekândan bağımsız olması siber uzamda varlık

göstermesi, fiziksel bir birlikteliğin olmaması gibi özelliklerinden dolayı topluluk olarak görülmemesine rağmen sanal toplulukların da kendi nitelikleri ve gerçekliğinin olması topluluk olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (2016; 91).

Sosyal medyanın bireyleri yalnızlaştırdığı ve diğer taraftan da sosyalleştirdiği yönündeki tartışmalar devam etmektedir. Bireyler ülke sınırlarını aşan bir şekilde ağda dolaşmaktadır ve gerçek yaşamda bir araya gelemeyeceği insanlarla iletişim kurabilmekte ve gruplara dâhil olabilmektedir. Birey bunu yaparken aynı masada oturduğu insanlardan kopmakta ve bazen de en yakınındakileri görememektedir. Sosyal medyanın insanları sosyalleştirdiği bakış açısına göre değişim göstermektedir.

Sanal topluluklar fiziksel olmayan bir alanda varlık gösterse de sosyolojik bir yapısı vardır. Sanal topluluklarının birbirinden ayrılan özellikleri bulunmaktadır; bazı gruplar herkese açıktır, bazıları sadece bir kesime hitap eder ve üyeleri daha sınırlıdır. Her birinin amaçları farklıdır.

#### **1.1.5. Sosyal Medya Tarihi**

İnsanların geçmişten günümüze kadar gelen amaçlarından birisi diğer insanlarla iletişim kurma çabasıdır. Tarih içerisinde en ilkel olanından en modern olanına çeşitli iletişim kanalları kullanılmıştır ve sosyal medya günümüzdeki en son noktadır. Sosyal medya, zaman içerisinde bu alanda yaşanan gelişmelerin birleşimi ve harmanlanmış haliyle meydana gelmiştir, ancak en büyük katkıyı şüphesiz internet ve bu alanda yaşanan gelişmeler sağlamıştır. Web 2.0 uygulamaları sosyal medyanın daha güçlü ilerlemesine katkı sağlamıştır (<http://dijitalhayat.tv/yazarlar/sosyal-medyanin-tarihine-genel-bakis-1> ET: 21.12.2016). İnternetin yeni yüzünün geleneksel iletişim ile kıyaslandığında devrim niteliği taşıdığı tartışmasızdır (Kara, 2013; 31).

İnternet 20 yıl önce hayatımıza girdiğinde bizim için çok şey ifade etmiyordu, çünkü kullanımı bu denli yaygın değildi. Sınırlı kullanımının nedenleri alt yapının bu denli gelişmiş olmaması ve en önemlisi pahalı olmasıdır. İlk dönemlerde sadece belirli bir kesimin kullanımındaydı ve o dönemlerde kullanılan bilgisayarlar teknolojik özellikleri bakımından günümüz ile kıyaslandığı çok daha gerilerdeydi. Bu dönemde ağ üzerinde oluşturulan iletişim sınırlı bir kesimi kapsıyordu. Mecranın pahalı olması ve erişim güçlüğüne bu ortamda kurulan iletişimin gerçek dünyaya taşınmasını gerektiriyordu ( Irak ve Yazıcıoğlu, 2012; 8). Bu durumdan dolayı internet ve sosyal medya günümüzdeki bağımlılık seviyesine henüz ulaşamamıştı.

Teknolojik ilerlemeler devam ettikçe bilgisayar alım gücü toplum içerisinde artmaya başlamıştır ve internet erişimi de beraberinde gelmiştir. 2000’li yıllara gelindiğinde ADSL ( Bağımsız Sayısal Abone Hattı) ile tanıştık, bu yılı yarıladığımızda sosyal medya yavaş yavaş yaşamımıza giriyordu ( Irak ve Yazıcıoğlu, 2012; 10- 14). Web 2.0 uygulamasının gelişile internetin kullanım amaçları da değişmiştir. Zaman içerisinde birçok sosyal medya mecrası ortaya çıkmıştır, bunların en bilineni Facebook olmuştur. Facebook’u YouTube ve Twitter takip etmiştir, bunların dışında çok sayıda sosyal medya türü üretilmiştir ancak hepsi bu üç mecraanın gölgesinde kalmıştır. 2005 yılında hayatımıza giren Youtube video paylaşmanın merkezi olmuştur ve günümüzde çok yaygın olarak kullanılmaktadır.

Kısaca sosyal medyanın önemli yıllarına değinilecek olunursa; (<http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi>).

- 1971: İlk atılan e-mail
- 1991: WWW doğuşu
- 1994: İlk blog
- 1995: Classmates.com kuruluşu
- 1995: MIRC ve ICQ geldi
- 1996: Ask.com arama motoru hayatımıza girdi
- 1999: Blogger kuruldu
- 2000: Özgür ansiklopedi Wikipedia yayınlandı
- 2003: Blogger’a rakip geldi, WordPress
- 2004: En çok kullanılan sosyal ağ doğdu, Facebook
- 2005: Flickr ve YouTube doğdu
- 2006: 140 karakter geldi, Twitter
- 2009: Check-In kavramıyla tanıştık, Foursquare
- 2011: Google Plus geldi, ortamlar değişti
- 2012: Pinterest ile fotoğraf arşivi

“İlk sosyal ağ sitesi 1997 yılında SixDegrees.com adıyla kurulmuştur. Bu site, kullanıcıların profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur. 1998 yılında arkadaş listelerinde sörf yapmaya izin vermiştir” (<http://www.reklaminsani.com/ilk-sosyal-ag.html> ET: 01.03.2017).

Sosyal medya son yıllarda hayatımızda yaygınlaşsa da geçmişi 1970’li yıllara kadar gitmektedir, Ward Christensen ve Randy Suess adlı iki arkadaş 1978 yılında

arkadaşları ile iletişim kurmak ve bilgi paylaşmak için (farkında olmadan) BBS adlı bir yazılımı geliştirmişlerdir ve günümüzdeki sosyal ağların temellerini atmışlardır (<http://sosyalmedya.co/sosyal-medyanin-tarihi> ET: 21.12.2016).

90'lı yılların başında world wide web'in (www) halka açılmasının ardından sosyal medyanın temelleri atılmıştır (İli, 2013; 4). Web 2.0 uygulamalı ile internet kullanımı hız kazanmıştır. Teknolojik gelişmeler teknolojik kullanımı da değiştirmiştir.

Teknolojinin ilerlemesi ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile yeni sosyal medya türleri de üretilmiştir, ortaya çıkan sosyal medya türleri kimi özgün olmadılarından, kimi güncellenemediğinde kimi de güçlü rekabet karşısında zayıf kaldığından dolayı geride kalmış ve unutulmuştur, sosyal medya araçları içerisinde en güçlü ve en yaygın kullanılanları Facebook, Twitter'dır. (<http://sosyalmedya.co/sosyal-medyanin-tarihi> ET: 21.12.2016).

### **1.2. Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Arasındaki Farklar**

Geleneksel medya ile sosyal medya arasında birçok fark bulunmaktadır, bunlardan bir tanesi medya içeriğinin oluşturulmasıdır. Geleneksel medyada içerikler yayıncı grup tarafından oluşturulmakta ve bir filtrelemeden geçerek yayınlanmaktadır, dolayısıyla yayımlayan tek bir kişidir. Sosyal medyada ise herhangi bir filtreleme yapılmamakta ve içerikler oluşturulduğu şekliyle yayımlanmaktadır.

Aynı zamanda sosyal medya mecrasında kaç tane kullanıcı (arkadaş) varsa o kadar da yayımcı var demektir, arkadaş listesindeki herkes paylaşım yapabilecek bir yazılım sistemi mevcuttur. Bu yapıdan dolayı sosyal medyadaki içerik geleneksel medyadan daha fazla ve karmaşıktır. Bu karmaşık yapı denetimi de zorlaştırmaktadır.

Geleneksel medya, yayın yapabilmek için çeşitli alt yapıya sahip olmalıdır; bir gazetenin yayın grubuna, basım (matbaa), dağıtım gibi yatırımları gerektirmektedir, TV yayını için lisans sahibi olmak gerekir. Bu tür alt yapılar büyük bir finans kaynağına ihtiyaç duymaktadır, aksi durumda varlığını devam ettiremez. Sosyal medyada ise internet erişiminin olması yeterlidir, büyük maddi yatırımlara gerek yoktur ve kullanımı da ücretsizdir.

Aynı zamanda geleneksel medya kullandığı enformasyonu somut kaynaklara dayandırmak zorundadır, - yapılan bir haberin doğruluğu esastır ve bir kaynağı vardır - fakat sosyal medyada içeriği ağ'da bulunan herkes oluşturduğu için böylesi bir somut kaynağa dayandırma zorunluluğu yoktur. Kaynağın muğlaklığı sosyal medyada yer alan

bilgiye olan güveni de etkilemektedir. Sosyal medyada yer alan bilgilerin ve paylaşımların çoğu teyit edilmeye muhtaçtır.

Geleneksel medyada üretici ve tüketici sınırları kesin olarak belirlenmiştir. Sosyal medyada üretici ve tüketici ayrımı yapılmamaktadır. Üretici konumundaki kullanıcı çok kısa bir süre sonra tüketici konumuna geçmektedir, üretici ve tüketici sürekli olarak yer değiştirmektedir. TV, radyo ve gazete gibi geleneksel medya mecralarında içerik üretebilmek için eğitim almak veya o alanda uzmanlaşmış olmak gerekirken sosyal medyada böyle bir gereklilik de yoktur. Kullanıcılar istedikleri şekilde ve istedikleri konuda içerik üretip ağı sunabilirler. Bu durumun abartılması sonrasında sosyal medyada ciddi anlamda bilgi kirliliği de yaşanmaktadır.

Geleneksel medyanın bir sahiplik yapısı vardır, hükümetler veya özel teşebbüsler tarafından gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya araçlarına ise ağ'da dolaşıma katılan ve bir hesap edinen herkes sahiptir.

Geri bildirimin alınması açısından değerlendirildiğinde geleneksel medyada geri bildirim çok da açık değildir, imkân verdiği oranda alınan geri bildirimler de uzun zaman almaktadır. Geleneksel medyada yer verilen haberin etkisi uzun bir zaman sonra görülür, ancak sosyal medyada anında etkiler gözlemlenebilmektedir (<http://erencaner.com.tr/sosyal-medya-ile-geleneksel-medya-arasindaki-farklar-neler-ola-ki/> ET: 01.03.2017).

Geri bildirimlerin değerlendirmeye alınması ve bir etki oluşturmaya da net değildir. Olumsuz bir durum oluştuğunda bunu engellemek ve düzeltmek aynı şekilde zaman almaktadır. Sosyal medyada ise geri bildirimler anlık olarak alınmaktadır, istenmeyen bir durum yaşandığında anında müdahale edilebilmekte ve paylaşımlar silinebilmektedir.

Geleneksel medya sosyal medyaya göre daha katıdır. Yapılan bir haberin, yayınlanan bir makalenin içeriğini değiştirmek pek de mümkün değildir ancak sosyal medyada yer alan içerikler anında değiştirilebilmekte, düzeltilebilmektedir. Bu da sosyal medyanın daha esnek bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medyadaki bu esneklik yönetime de yansımıştır; kullanıcılar arasında ast üst ilişkisi yoktur, herkes kendi hesabının yöneticisidir. Geleneksel medyada ise bir hiyerarşik yapı vardır ve ast üst ilişkileri devam etmektedir.

Gelenekse medyadaki bilgiler, paylaşımlar ve yürütülen çalışmalar bir seferliktir, sosyal medyadaki paylaşımlarda böyle bir sınırlama yoktur

(<https://www.reachpod.com/social-media-management/sosyal-medya-ile-geleneksel-medya-arasindaki-farklar/> ET: 01.03.2017). Sosyal medyadaki iletiler ve paylaşımlar anlık olarak ve isteğe bağlı sayıda güncellenebilmektedir.

Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran bir diğer özellik ise geçmiş bilgilere ulaşma imkânıdır. Geleneksel medyada arşiv bilgilerine ulaşmak çok zordur, ancak sosyal medyada bu durum daha kolaydır

(<http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-medya-sunum.html> ET: 01.03.2017). Sosyal medyada siber suçlar kapsamında bir bilgi talep edilmiyorsa siteden kolayca temin edilebilmektedir, geleneksel medyada ise çeşitli izin ve prosedürlerin işlemesi gerekmektedir.

Geleneksel medya ve yeni medya kullanımının iç içe geçtiği gündelik yaşam pratikleri ile yeni bir toplumsal eko- sistem içerisinde yaşamaktayız (Binark, 2015; 10). Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yeni medya gündelik yaşamımızı çevreleyerek sarmıştır. Bu durum daha çok gençler arasında görülse de her yaş grubuna hitap etmektedir.

### 1.3. Sosyal Medyanın Avantajları

Sosyal medyanın geleneksel medyaya göre daha yeni bir alan olmasından dolayı çeşitli avantajları vardır. Bunlar şöyle sıralanabilir:

- **Hız:** Sosyal medyanın içerik oluşturma aşaması ve yayınlanma aşaması çok hızlı gelişmektedir, bunun için herhangi bir ön hazırlığa gerek yoktur. İnternetin 4,5 G hızında hizmet vermeye başlaması ile sosyal medyanın sahip olduğu hız avantajı daha da artmıştır. Sosyal medya mecralardaki enformasyon sürekli bir güncelleme içerisindedir. Dünyada ve ülkemizde yaşanan toplumsal olayların çok kısa bir zaman diliminde büyük kitlelere ulaşması ve taraftar bulması da sosyal medyanın bu özelliğinin bir sonucudur. 2013 yılında İstanbul'da yaşanan Gezi Parkı olaylarının çok kısa bir zaman içerisinde tüm ülkede ve dünyada yankı uyandırması da bunun bir sonucudur.
- **Ucuzluk:** Sosyal medya sadece iki unsura ihtiyaç duymaktadır; internet erişimi alt yapısına ve internet bağlantısı kurulabilen telefon, tablet ve bilgisayara. Geleneksel medyada olduğu gibi büyük finansal yatırımlara gerek yoktur. Sosyal medya için harcanan sadece zamandır.

- **Kullanım Kolaylığı:** Sosyal medya kullanımı çocukların bile rahatlıkla kullandığı bir yazılıma sahiptir. Bir sosyal medya hesabına sahip olmak yeterlidir, herhangi bir uzmanlık gerekmemektedir. Sosyal medya hesapları kullanıcıları yönlendiren bir yapıyı barındırmaktadır, hiçbir bilgiye sahip olunmasa dahi kolaylıkla kullanılmaktadır. En fazla kullanılan sosyal medya mecrası olan Facebook'un dilinin Türkçe olması da bu kolaylığın bir unsurudur.
- **Güvenilirlik:** Sosyal medya herhangi bir devletin veya finansal bir sermayenin sahipliğinde olmadığından burada yer alan bilgiler diğer medya mecralarına kıyasla daha güvenilirdir -bu durum tartışmaya açık bir durumdur-. İçeriği oluşturan kullanıcıların bağımsız olması bu durumun bir nedenidir.

Ağ'da dolaşıma sokulan bilginin kaynağı uzman kişiler olunca bilgi sorgulanmadan alınmakta veya paylaşılmaktadır, bu güven kişinin uzman olmasının yanında kullandığı kanalların da etkisi vardır (Pelenk Özel, 2011; 10). Sosyal medyadaki paylaşımların bağlayıcılığı ilk dönemlerde yoktu, günümüzde yapılan yasal düzenlemeler bu durumu değiştirmiştir.

- **Evrensellik:** Ağ'da yer alan kullanıcıların bulunduğu kıta, ülke fark etmeksizin ürettiği içerikler diğer kullanıcılar tarafından görülmekte, yorumlar yapıp tartışılabilmektedir. Sosyal medya ulus üstü bir yapıya sahiptir. Sosyal medyanın bu özelliği toplumsal hareketlerde ve sonrasında yaşanan etkileşimde daha çok kendisini göstermektedir. Olaylar Orta Doğu'da, Türkiye'de yaşanmaktadır ama Avrupa'da, Amerika'da büyük yankılar uyandırması veya Batıda yaşanan olayların tün dünyada duyulması ve uluslararası platformlarda tepkilerin verilmesi bunun sonucudur.

Sosyal medyada yer alan doğru veya yanlış bilgilerin denetlenememesi, kontrol altında tutulamaması evrensel bir nitelikte olmasından kaynaklanmaktadır.

#### 1.4. Sosyal Medyanın Dezavantajları

Sosyal medyanın zamandan ve mekândan bağımsız ve denetiminin zor olması bir takım dezavantajları da beraberinde getirmiştir. Bunlar bireysel ve toplumsal olarak farklı etki alanlarına sahiplerdir.

➤ **Özel Yaşama ve Mahremiyete Etkileri:** Mahremiyet kavramının tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Ancak bu kavramın taşıdığı anlam zamanla değişmiş ve esnetilmiştir. İnsanın ve etkileşimin olduğu her yerde mahremiyet vardır, sosyal medyada yaşayan insanlar ele alındığında bu kavram daha fazla önem kazanmaktadır.

Sosyal medya platformları özellikle Facebook kullanıcılarının ağ'da gerçek kimlikleri ile var olmalarını tenkit etmektedir. Teknolojik ilerlemelerin ve sosyal medyaya eklenen yeni yazılımlar, beraberinde yapılan güncellemeler ile sürekli kullanıcıdan yeni bilgiler eklemesini istemektedir.

Kullanıcılar da sosyal medyada var olabilmek için mahrem bilgilerini gönüllü olarak ifşa etmektedir. “Gönenli ve Hürmeriç’in Sosyal Medya: Bir alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı adlı çalışmalarında Facebook’un en büyük dezavantajının özel hayatı deşifre etmek olduğunu belirtmişlerdir” (Kara ve Özgen, 2012; 240).

Yaptıkları eylemleri, gittikleri mekânları, yaptıkları tatilleri, okudukları kitapları, yedikleri yemekleri gibi kişinin özel olan konuları başka insanlara sunmaktadırlar ve bunu gönüllü olarak yapmaktadırlar. İlk başta masumane gözüken bu durum sadece sosyal medyada var olmak veya sosyal sermayesini arttırıp sosyalleşmek amacıyla yapılmış olsa da bu bilgilerin başka insanlara sunulmuş olması özel hayatın gizliliğine aykırıdır, mahremiyet ilkelerine de uymamaktadır.

Aynı zamanda bu bilgilerin veri tabanlarında saklanması da kullanıcılar için gelecekte sıkıntılara neden olabilir. Sosyal medyanın uygulamalarından birisi olan yer bildiriminin (Check-in) yapılması sonrası art niyetli insanların bunu kullanması ve bu masum paylaşım sonrası kullanıcıların mağdur oldukları ana haber bültenlerine konu olan hırsızlık olaylarında açıkça gözler önüne serilmektedir. Aynı şekilde iş başvurusunda bulunduğu şirket tarafından sosyal medya hesapları incelenen bireylerin kimi zaman kariyer hayatları kesintiye uğramaktadır.

Facebook’taki mahremiyet anlayışı üç farklı kategoride değerlendirilebilir; kişi mahremiyeti, bilgi mahremiyeti ve mekân mahremiyetidir, bireyin özel alanına girilebilir sonuçta sosyal medya kişinin özel alanıdır, burada yapılan paylaşımlar izinsiz veya habersiz çoğaltılıp paylaşılabilir (Korkmaz, 2013; 117). Bu şekilde mahremiyet anlayışı suiistimal ediliyor, ancak kişiler yaşamlarını gönüllü olarak ifşa ettikleri için bunun zeminini yine kişinin kendisi oluşturmaktadır.

Birçok sosyal medya mecrası bulunmaktadır, bunların kullanıcılarından istediği özlük bilgileri de farklılık göstermektedir (Kara, 2013; 76). Örneğin Twitter

kullanıcısından çok fazla kişisel bilgi istemezken, Facebook resim, doğum tarihi, memleket, özel ilgi alanları ve telefon numarası gibi bilgileri istemektedir. Youtube da Facebook gibi kişisel bilgileri istemektedir.

➤ **Bağımlılık:** Sosyal medyanın ücretsiz olması, kullanım kolaylığı, herhangi bir mekâna ve zamana bağlı olmaması gibi faktörlerin etkisi ile yaygın bir kullanıma sahiptir. Kullanıcı profiline baktığımızda daha çok gençlerden oluştuğunu görmekteyiz. Gençlerin eğitim, aile ve sosyal faaliyetlerinden kısıtları zamanları sosyal medyada geçirmektedirler, bu durum bazen sosyal medya bağımlılığı aşamasına geldiği görülmektedir. Genç kullanıcıların eğitiminin aksamasına, aile içerisinde problemlerin yaşanmasına ve sosyal çevreden kopmasına neden olmaktadır. Bir masanın etrafında oturan bireyler birbirleri ile iletişim kurmak yerine ağ'da dolaşmakta ve var olmaktadır.

Sosyal medyanın yoğun kullanımı bireyler arasında kıskançlık davranışının oluşmasına neden olmaktadır (Appel vd, 2015; 278). Kullanım çeşitliliğinin getirdiği bağımlılık beraberinde insanların aralarında kıyaslama yapmasına ve bu durumun ileri boyutlara taşınmasına neden olmaktadır.

Aynı şekilde yetişkinlerde de aile hayatını olumsuz etkilemekte - bazen aile birliğinin sonlanmasına neden olmakta - , iş yaşamında sorunlara neden olmaktadır. Kontrollü kullanıldığında yararlı olan sosyal medya bağımlılık derecesinde ki kullanımlarda faydadan çok zarar vermektedir. Sosyal medya bağımlılığı sadece kullanıcıların sosyal hayatını ve ekonomik yaşantısını olumsuz etkilemekle kalmaz aynı zamanda bireylerin psikolojisini de kötü etkilemektedir. Yaptığı paylaşımları kimler beğenmiş, kaç kişi beğenmiş, kim nereye gitmiş, hangi arkadaş kiminleymiş gibi soruları sürekli düşünmek de ruh sağlığına ciddi zararlar verebilmektedir.

Sosyal medyanın yaşamımıza girdiği tarih çok eski değildir, ancak sosyal medyada geçirdiğimiz zamanı gerçeğinden ayırıp hesaplamak güçleşmiştir ( Kara, 2013; 60). Bağımlılık düzeyindeki bu kullanım alışkanlıklarından dolayı doğduğumuz andan itibaren sosyal medya kullanıyormuşuz hissine kapılmak pek de yadsınmamalıdır.

➤ **Aile Yapısına Yönelik Etkiler:** Sosyal medya kullanımı sonrasında mahremiyet anlayışında yaşanan değişiklikler, toplumun temel taşı olan aile yapısını da olumsuz etkilemiştir. Bu etkiler sonrasında bazen aile birliği de sonlanmıştır. Sosyal medyanın gençler arasında yaygın kullanıma sahip olmasının yanında, eski kuşak

bireylerin bilgi yetersizliği, ilgisizlik ve ekonomik sınırlılık nedenlerinden dolayı bu konuda geri planda kaldıkları görülmektedir. Bu ayrım aile bireyleri arasında çatışmalara neden olabilmektedir.

Özel yaşamın ifşa edilmesi de aile yapısında ve birliğinde problemlere neden olmaktadır. Sosyal yaşamımızda mahremiyet ve aileye ayrılan alanlar kesin olarak belirlenmiştir, ancak sosyal medyada bu ayrım kesin çizgilerle belirlenmemiştir (Toprak vd, 2014; -141). Bireyler kuralları esnek olan veya belirlenmemiş olan bu mecrada daha özgür davranmaktadır, bu durum aile yapısında anlaşmazlıkların ve sorunların zeminini oluşturmaktadır.

➤ **Toplumsal Saldırılar ve Provokasyonlar:** Toplum içerisinde din, mezhep, ırk, etnik köken gibi farklılıkları birer ayrıştırma unsuru olarak gören odaklar tarafından sosyal medyanın kullanılması toplumun düzeni açısından olumsuz bir durumdur. İktidara karşı örgütlenme, bu örgütlenmenin planlanması ve yönetilmesi sosyal medyanın kullanılması yoluyla gerçekleştirilmektedir. Yakın geçmişte Orta Doğu’da yaşanan “Arap Baharı” olayları ve ülkemizde 2013 yılında yaşanan “Gezi Parkı” olayları bu durumun en belirgin örneklerini oluşturmaktadır (Eren ve Aydın, 2014).

Sosyal medya devrimlerini tetikleyen, kıvılcım olan olaylar farklıdır ancak sürecin devamında yaşanan olaylar ve yöntemler benzerdir. Birçoğunun ortak noktası sosyal medyada geniş yer bulmuş olması, devamındaki sürecin buradan yürütülmesi olmuştur. Provokasyonlarda sosyal medya etkin olarak kullanılmaktadır. Bunun nedeni ise küresel anlamda etkili olması, hızlı olması ve ucuz olmasıdır.

➤ **Bilgi Kirliliği ve Manipülasyon:** Sosyal medyada yer alan bilgiler dolaşıma sunulmadan önce herhangi bir filtrelemeden geçmemektedir ve her kullanıcı içerik üreticisidir bu da bilgi kirliliğine neden olmaktadır. Bu durum sosyal medya konusunda –siber suçlar-yeterli bilgisi olmayan ve genç bireyler için fark edilmeyen sorunlara neden olabilmektedir. Farkında olmadan kullanılan yanlış bilgiler kullanıcıları zor duruma düşürebilir. Kötü niyetli odak grupları tarafından bilgiler çok kolay manipüle edilebilir. Sahte hesap ve hesabın çalınması gibi durumlarda ciddi sorunları beraberinde getirmektedir.

➤ **Ekonomik Etkiler:** Bireyler zamanlarını sosyal medyada bilinçsizce harcadıkları için iş hayatını olumsuz etkilemekte ve iş verimi düşmektedir. Yaşam

kalitesini bazen olumsuz etkileyen sosyal medya devamında ekonomik olarak da kişiyi etkilemektedir.

Aynı zamanda sosyal medya kontrolü olmayan bir mecra olduğu için şirketler ve firmalar hakkında yapılan karalama faaliyetleri maddi kayıplara neden olmaktadır. “Dünya çapında 1000’den fazla çalışana sahip 1225 firmanın yetkilileri ile görüşülerek hazırlanan bir rapora göre sosyal medya bir yıl içerisinde firmalarda ortalama 4,3 milyon dolarlık zarara neden olabiliyor” (Eren ve Aydın, 2014).

### 1.5. Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook

Dünyada sayısız sosyal medya mecrası, Facebook dışında birçok sosyal medya aracı mevcuttur ancak tezimizin kapsam ve sınırlılığı bakımından sadece Facebook’a değinilmiştir.

#### 1.5.1. Facebook

*“Harvard Üniversitesi öğrencilerinden olan Mark Zuckerberg ve iki arkadaşı 2004 yılında kendi aralarında iletişim kurmak amacıyla Facebook’u kurmuşlardır. Kısa sürede Facebook’un ünü bu üniversiteyi aşmış ve 2005 yılında İngiltere, Kanada, ABD, Meksika, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda gibi ülkelerde yaygınlaşmıştır. Facebook bu süre zarfında sadece ülke sınırlarını aşmakla kalmamış aynı zamanda kullanıcılarının niteliği de değişim göstermiştir. Son olarak da 2006 yılına gelindiğinde e- posta adresi olan bütün bireylerin kullanabileceği bir sosyal medya mecrasına dönüşmüştür. Bugün Facebook Google’dan sonra en değerli teknoloji firmalarının başlarında sayılmaktadır”* (Toprak vd, 2014; 37- 38).

Facebook, kullanıcıların yeni arkadaşlıklar edinmesine ve mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurmasına, yazılı metin, video ve resim paylaşımı yapmasına imkân sunan bir sosyal medya mecrasıdır. Facebook’un kullanım kolaylığı sunması ve birçok farklı yapıyı - metinsel paylaşımlar ve görüntü tabanlı paylaşımlar- barındırmasından dolayı yaygın bir kullanıma sahiptir. Bu yaygın kullanım diğer sosyal medya türlerini geride bırakmıştır. Bugün Facebook’un tüm dünyada milyonlarca kullanıcı bulunmaktadır. İlk kurulduğu dönemin aksine bu gün kullanıcı potansiyeline baktığımızda yarısından çoğu öğrenci olmayan diğer bireylerden oluşmaktadır.

Facebook’un kurucusu olan Mark Zuckerberg adlı üniversite öğrencisinin basit bir şekilde sanal okul yıllığı olarak tasarladığı Facebook günümüzde ilk amaçlarının çok

ötesine geçmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012; 16). Facebook'un yaşamış olduğu bu amaç sapmasının aynısını kullanıcılar da yaşamıştır, eski arkadaşlarını bulmak için çıkılan bu yolda şimdilerde çok çeşitli ve marjinal amaçlar eklenmiştir.

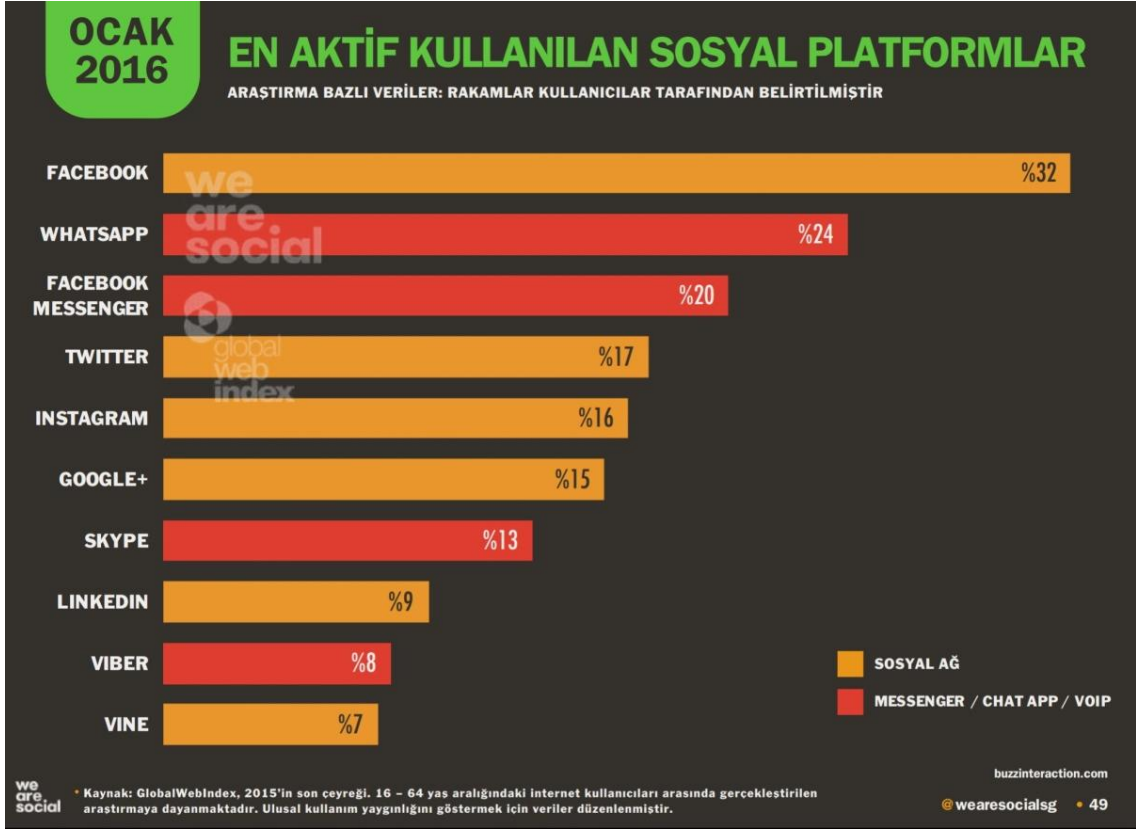
“Facebook ismini “paper facebook”dan almaktadır” (Pelenk Özel, 2011; 13). Facebook üyeliği ve kullanımı ücretsizdir, ancak medyanın reklam pastasından elde ettiği kara son dönemlerde Facebook' ta ortak olmuştur.

Sosyal medya siteleri içerisinde bir sıralama yapıldığında ülkemizde en çok kullanılan Facebook'tur. Kullanımının kolay olması, ücretsiz olması, metin ve görsel paylaşımına aynı anda olanak tanınması gibi nedenler bu sonucu doğurmaktadır. Sık kullanım nedenleri sadece Facebook'un yazılımsal özelliklerinden kaynaklanmamaktadır. Kullanıcıların toplumsal, kültürel ve psikolojik durumları da sosyal medya kullanımı üzerinde etkilidir. Toplum içerisinde kendisine bir yer edinemeyen bireyler sosyal medyada istedikleri kimlikleri inşa edip burada yaşayabilirler. Toplumsal ve kültürel baskılardan uzak hayallerinde olmak istedikleri şekilde kendilerini göstermelerine imkân vermektedir sosyal medya. Psikolojik problemlerinden dolayı gerçek yaşamda istediklerini elde edemeyen bireyler burada kendilerini tatmin edebilirler. Sosyal medyanın bu yapısından dolayı insanlar yoğun ilgi göstermektedirler.

İnternet alt yapısının güçlü olması beraberinde sosyal medya kullanımını da yaygınlaştırmıştır. İnsanlar hayatlarının her alanına sosyal medyayı dâhil etmişlerdir.

Facebook Türkiye'de en popüler olan sosyal medyadır bunun nedeni diğer sosyal medya mecralarından farklı olarak dilinin Türkçe olması ve görsel ağırlıklı bir yazılım tabanının olmasıdır. Türk toplumunda okuma oranları ile TV izleme oranları karşılaştırıldığında TV izleme oranı çok yüksektir, bu toplumsal özelliğimizden dolayı Facebook bu gün de gelecekte de en yaygın kullanılan sosyal medya mecrası olacaktır.

Facebook ailesi her geçen gün büyümektedir. Facebook bir ülke olsaydı yeryüzünde Çin ve Hindistan'dan sonra en kalabalık ülkeler arasında sayılabilirdi (<http://www.reklaminsani.com/sosyal-medya.html/page/4> ET: 01.03.2017).



Kaynak: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> ET: 05.03.2017.

### 1.5.2. Facebook Kullanımı

Facebook kullanımı için artı bir eğitime, yeteneğe ve ya uzmanlığa gerek yoktur. İnternet bağlantısına, bir cihaza ( bilgisayar, tablet, telefon) ve hesap oluşturmak için bir e posta (mail adresi) adresine ihtiyaç vardır. 13 yaşından büyük her internet kullanıcısı hesap açıp ağ'da dolaşıma girebilir.

Facebook'un yapısına bakıldığında kullanıcılara sunduğu özellikleri çeşitlilik göstermektedir, bunlar: Kullanıcının kendisinin ve arkadaşlarının (izin veriliği takdirde) yaptığı paylaşımlarının sıralandığı duvar, kişisel bilgilerini düzenleyebildiği hakkındakiler bölümü, paylaştığı yüklediği fotoğrafları içeren albümler, özel ilgi alanlarını ve hobilerini kapsayan ilgi alanları, katıldığı ve ya katılmayı düşündüğü etkinlikler, beğendiği sayfalar, katıldığı açık ve kapalı gruplar, mesajlaşma, uygulama ve oyunlardır. Facebook'un karmaşık yapısının yanında güvenlik sorunları da yaşanmaktadır, bunun için kullanıcılara çeşitli gizlilik ayarlarını yapma imkânı sunulmuştur. Facebook'taki bilgiler çok hızlı değişmekte ve güncellenmektedir.

Facebook kullanımı hayatımızı ince ince işlemektedir. Yaşam pratiklerimiz içerisinde yaygın kullanımı sonrasında dijital bir yaşam şekline büründük. Her şeyimiz dijital bir hal aldı, dijital mutluluk, dijital üzüntü, dijital öfke ve nefret, paylaşılan fotoğraflar ile dijital benliklerimizi oluşturup sunduk (<http://www.reklaminsani.com/buyuk-birader-her-yerde.html#more-980> Erişim Tarihi: 01. 03. 2017). George Orwell'in Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı romanında (2011) geçen büyük birader artık aramızda dolaşıyor, bu bazen biz olduk bazen de arkadaşlarımız oldu.



➤ **Fikir ve Düşünce Paylaşmak:** Facebook bireyleri üretici konumundan tüketici konumuna getirmiştir, aslında bu durum döngüsel bir hal almıştır. Geçmişte fikirler üretilirdi, edebi eserler oluşturulurdu ancak günümüzde üretilenler tekrar tekrar dile getirilmektedir. Paylaşımlara baktığımızda Mevlana'nın Yunus Emre'nin Mehmet Akif Ersoy'un ve Atatürk'ün sözleri sürekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki bazen bu eserlerin esas sahipleri bile vurgulanmamaktadır.

Kullanıcılar bu tür paylaşımlar yaparak kendilerini okuyan, kültürlü ve entelektüel bir bireymiş gibi lanse etmektedir, ancak kaynak kişi belirtilmediğinde bu durum bakış açısına göre değişmekte ve bilgi hırsızlığı olarak da nitelendirilebilmektedir.

Bu tür paylaşımların dışında kullanıcılar kendi düşünce ve fikirlerini de paylaşmaktadırlar. Kişiler üzüntülerini, sevinçlerini, beklenti ve kaygılarını Facebook'tan paylaşmakta ve insanların da bunlara tepki vermesini beklemektedir. Bu tür paylaşımlar kişinin gerçek kimliğini yansıtırken bazen de aldatıcı olmaktadır, çünkü kullanıcı gerçekleri manipüle ederek sunmaktadır.

➤ **İletişim Kurmak:** Kullanıcılar Facebook'u sadece bir iletişim aracı olarak da kullanabilmektedir. Bireyler "arkadaşlık daveti" göndererek iletişime geçmekte ve kendisine toplumsallaşma alanı oluşturmaktadır (Toprak vd, 2014; 45) Facebook'un mesajlaşma içeriğinin kullanılması bu amaca hizmet etmektedir. Kullanıcının dâhil olduğu gruplarda dolaylı olarak iletişim amacına hizmet etmektedir.

➤ **Arkadaş Edinmek ve Sosyalleşmek:** İlk kullanılmaya başladığında sadece eski arkadaşlarını bulmak ve onlarla iletişime geçmek amacı taşırken günümüzde farklı arkadaşlıklar edinmek, yeni insanlar tanımak gibi amaçlar da eklenmiştir. Bireyler Facebook'u bir sosyalleşme aracı olarak görmektedirler. Burada arkadaş sayısı ne kadar fazla olursa ve ne kadar fazla paylaşım yapılırsa birey o oranda sosyalleştiğini düşünmektedir.

Bireyler böyle düşünmeye devam etsin, sosyal medyanın bireyleri sosyalleştirdiği veya asosyal yaptığı yönündeki tartışmalar devam etmektedir. Sosyal medya kullanımının artması ile yüz yüze iletişim gibi temel iletişim yöntemleri azalmıştır. Aynı odada bulunan aile fertleri karşılıklı iletişim kurmuyorlar herkes bireysel olarak ağ üzerinde etkileşim kurmakta, bazen bu durum trajik-komik bir hal bile almaktadır – aile üyeleri aynı ortamdalar ancak sosyal medya üzerinden iletişim kuruyorlar-.

➤ **Sadece Var Olmak ve Merak:** Kimi kullanıcılar da sadece sosyal medya ortamında var olmak için kullanırlar. Çevresinde insanların ve arkadaşlarının bu ortamda olması, burada paylaşımlarda bulunması bireyi Facebook kullanmaya itmektedir.

Bireyler sadece merak ettikleri için de Facebook kullanabilirler. Aynı şekilde kullanıcıların kendi arkadaş listesindeki diğer bireyler hakkında merak ettiği birçok bilgiyi buradan öğrenebilmektedir. Çünkü kullanıcılar artık gittikleri yerleri, yaptıkları her hareketi ve yiyip içtiklerini burada paylaşmaktadırlar.

➤ **Oyun Oynamak:** Facebook'ta çeşitli oyunlar oynanabilmektedir. Bireyler eğlenceli vakit geçirebilmek amacıyla bu oyun odalarında oyun oynayabilmektedirler.

➤ **Kendini Gerçekleştirmek ve Ego Tatmini:** Facebook kullanıcılarının bir kısmı sosyalleşmek ve kendini gerçekleştirmek için bu sosyal medya ağında bulunmaktadır. İnsanlar Facebook'ta gerçek hayatta olduklarından çok farklı olmak istedikleri gibi bir profil oluşturabilirler ve bu şekilde ego tatmini sağlayabilirler.

➤ **Alışveriş Yapmak:** Facebook'un reklam almaya başlamasıyla birlikte kullanıcılar farklı kategorideki reklamları Facebook ortamında görmektedirler, birde Facebook'un çeşitli alışveriş imkânları sunması sonrasında bireyler alışveriş amaçlı olarak Facebook'u kullanması da yaygınlaşmıştır. Bireyler reklamını gördükleri ve ya istedikleri ürünleri sanal alışveriş yoluyla alabilmektedirler.

➤ **Bilgi Edinmek:** Kullanıcılar Facebook'ta çeşitli sayfaları beğenip takip edebilirler ve buradan bilgi edinebilirler. Kadınlara yönelik ev dekorasyonu, yemek yapmak, sınava hazırlananlar için KPSS bilgi grupları, yabancı dil öğrenmek için bilgi forumları, kadın hakları ve dayanışma grupları gibi farklı içerikli sayfalar içermesinden dolayı Facebook bireylerin bilgi edindikleri bir mecra haline gelmiştir.

İnsanlar kendileriyle ilgili her türlü bilgiyi burada paylaştıkları için kişiler hakkında öğrenmek istediğimiz bir şey olduğunda ilk olarak Facebook'a bakar duruma geldik. Öyle ki insanlar evlenmek istedikleri kişiler veya işe almak istedikleri personel hakkında bilgileri bile buradan edinmektedirler. Sosyal medya Facebook insanların ikinci bir kimliği haline gelmiştir.

➤ **Organizasyon Oluşturmak:** Kullanıcılar kendileriyle ilgili veya ilgisiz konularda çeşitli organizasyonları Facebook ortamında düzenlemektedirler. Burada oluşturulan organizasyonlar aynı anda binlerce kişiye ulaştığı için oluşturulan organizasyon da amacına daha iyi hizmet etmektedir. Son dönemlerde insanlar nikâh, düğün gibi organizasyonlarını bile Facebook ortamında paylaşıp insanları davet etmektedirler.

➤ **Grup Kurmak ve Gruplara Katılmak; Dijital Aktivizm:** Yaşanan gelişmelerin beraberinde iletişimin boyut değiştirmesiyle beraber insanların organize olma şekilleri de değişmiştir. İnsanlar sosyal medya üzerinde gruplar oluşturmakta ve çeşitli gruplara katılmaktadırlar. Toplumsal olaylara verilen tepkiler de aynı yönde değişmiştir ve sanal ortama taşınmıştır.

Bireyler kendini gerçekleştirmek, sosyalleşmek, bilgi edinmek, bilgi paylaşmak ve bir gruba üye olmak gibi farklı amaçlarla sosyal medyada grup etkinliklerine dâhil olmaktadır. Bu çalışmanın içeriğini oluşturan Özgecan Aslan cinayeti sonrasında oluşan dayanışma olgusu da sosyal medya üzerinde oluşturulan gruplar ile oluşturulmuştur.

Hızlı ve sınır aşırı bir yapısının olmasından dolayı son dönemlerde Facebook'un çeşitli dayanışma örgütlerinin kurulması, yönetilmesi ve amaçların gerçekleştirilmesi için kullanılan popüler bir sosyal medya mecrası olmuştur. Yakın geçmişte Tunus, Yemen, Mısır, Libya, Fas ve Suriye gibi Arap ülkelerinde yaşanan "Arap Baharı" toplumsal olayların çok kısa bir sürede ülke içinde yayılması ve sınırları aşarak dünya gündeminde yer edinmesi bu olayların sosyal medyada özellikle Facebook'ta yer almasıyla gerçekleşmiştir.

Olaylara tanık olanlar yaşadıklarını ve gördüklerini bu mecra ile tüm dünyaya duyurmuşlardır. Facebook'taki dayanışma olgusuna bir diğer örnekte 2013 yılında Türkiye'de yaşanan gezi parkı olaylarıdır. Eylemlere katılan bireyler Facebook'u kullanarak taraftar toplamak, haklılıklarını tüm dünyaya duyurmak ve amaçlarını gerçekleştirmek için sosyal medya üzerinde bir dayanışma olgusu gerçekleştirmişlerdir.

Sosyal medyadaki dayanışmanın temel örneklerini oluşturan bu olaylar daha sonraki dönemlerde çok farklı ( kadına şiddet, çocuk istismarı ve ya ideolojik ve siyasal amaçlı) konularda örgütlenmek amacıyla da kullanılmıştır ve her geçen gün bu tür kullanımlar da artmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KADIN CİNAYETLERİ

#### 2.1. Kadın ve Kadına Yönelik Şiddet

Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınlar yaşadıkları yerlerde toplumsal hayata katkıları ekonomik katkılarının üzerindedir (Şimşek, 2004; 346). Kadınlar toplumun temel unsurlarındandır. Bundan dolayı kadınların eğitilmesi daha fazla önem kazanmaktadır, sonuçta toplumu eğiten ve birey yetiştiren yine kadınlardır. Kadınların aldıkları eğitim ile toplumun ilerlemesi doğru orantılıdır.

Tarihsel sürece baktığımızda kadın erkek eşitliği ve kadın hakları konusunda yapılanlar her zaman kadınların aleyhine olmuştur, bunun nedenlerinden birisi, geleneklerin, efsanelerin ve mitosların toplumsal değerlerin üzerinde etkili olmasıdır (Kale, 2004; 359). Gelenekler efsaneler kadınları daha çok cinsellikleri ile ön plana çıkarmaktadır, buda kadının kötülüğün ve günahın kaynağı olarak kadını görmektedir.

21. yüzyılda kadınların toplum içerisinde sahip oldukları statü değişmiş ve ilerlemeler gözlenmiştir, eğitim alanındaki ilerlemeler beraberinde siyasal değişimleri de getirmiştir (Kale, 2004; 359). Günümüzde kadınlar halen daha çeşitli sıkıntılarla karşı karşıya gelseler de sahip oldukları haklar artmıştır ve bu haklarının ne olduğunu bilmektedir. Bu durumun toplum içerisindeki bütün kadınları kapsaması tabi ki mümkün değildir.

Kadına yönelik şiddet, kadınların yaşama, sağlık, güvenlik, saygınlık ve özgürlük gibi haklarını kısıtlamakta veya tamamen ortadan kaldırmaktadır, kadına yönelik şiddet bir insan hakkı ihlalidir, bu ihlal durumu zaman ve mekândan bağımsız olarak tüm dünyada görülmektedir (Erciyeş ve Aydınoglu, 2014).

Kadına yönelik şiddet sadece kadını ilgilendiren bir durum değildir, toplumda önemli bir birey olan kadını ilgilendiren olaylar toplumu da ilgilendirmektedir. Şiddetin temelinde çok karmaşık nedenleri bulunmaktadır; ekonomik, psikolojik, kültürel nedenler topyekûn etkili olmaktadır. Kadınların yaşam kalitesinin artması, eğitim seviyesinin yükselmesi, kadınların toplum içerisinde daha etkili olması alışık olunan düzeni değiştirmiştir. Bu değişim erkekleri zaman zaman rahatsız etmektedir, bunun devamında da şiddet olayları kendisini göstermektedir.

Bir hak ihlali olan kadına yönelik şiddet yıllarca ciddiye alınmamış ve aile içerisinde örtbas edilmiştir. Zamanla bu durum aile dışına taşmış ve toplum içerisinde de görülmeye başlamıştır. Ancak ondan sonra durumun vahameti anlaşılmış ve ilgili çalışmalar yapılmıştır ve yapılmaya da devam edilmektedir. Yapılan çalışmalara ve alınan önlemlere rağmen şiddet olayları her geçen gün artarak devam etmektedir.

### **2.1.1. Kadına Yönelik Şiddetin Sınıflandırılması**

Şiddet her toplumda farklı şekillerde ve farklı oranlarda görülmektedir, bu alanda yapılan araştırmalar kadınların yarısından fazlasının şiddete maruz kaldığını ortaya koymaktadır ve şiddetin 3000 yıl öncesine dayandığını göstermektedir (Tatlılıoğlu ve Küçükköse, 2015; 197). Ulusal ve uluslararası platformlarda kadına yönelik şiddet uygulanan şekline göre sınıflandırılmıştır. Şiddet, fiziksel, ekonomik, psikolojik, sözel ve cinsel olmak üzere çeşitli gruplara ayrılmıştır.

#### **2.1.1.1. Fiziksel Şiddet**

Fiziksel şiddet, bir başka bireyin vücut bütünlüğüne zarar vermek amacıyla yapılan her türlü eylem olarak tanımlanabilir. Fiziksel şiddet, kaba kuvvetin karşdakini korkutma, sindirme ve yaptırım uygulama aracı olarak kullanılmasıdır ( Yanık vd, 2014; 105). Tokat atmak, itmek, ısırarak, bir yere çarpmak, yumruk atmak, boğmaya çalışmak, bıçak ve silah gibi delici kesici aletlerle yaralamak ve işkence etmek şeklindeki eylemleri genellikle erkekler göstermektedir. Yoğun olarak aile içerisinde yaşanmaktadır.

Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü verilerine göre, ülke genelinde hayatının herhangi bir döneminde fiziksel şiddete maruz kalan kadınların oranı %36, son 12 ayda ise %8'dir, başka bir ifadeyle, her 10 kadından yaklaşık dördü eşi veya birlikte olduğu erkeklerin fiziksel şiddetine maruz kalmıştır, 2008 yılında yapılan araştırma sonucuna göre bu oran %39'dur (Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016; 10).

“25 Kasım 2015 ile 25 Kasım 2016 tarihleri arasında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 1 (bir) yıllık Kadına yönelik Şiddet Raporu'nda yer alan tespitlere göre; 94 kadın güvenlik güçlerinin ya da failin erkek olduğu aile içi ve toplumsal yaşamda maruz kaldıkları saldırılar sonucunda yaşamını yitirmiştir” (İnsan Hakları Derneği, Kadına Yönelik Şiddet Raporu, 2016; 4).

### 2.1.1.2. Ekonomik Şiddet

Bu şiddet türü, kadını bağımlı ve fakir bir duruma getiren, ekonomik kaynakların ve paranın kadın üzerinde bir yaptırım uyguladığı, tehdit ve kontrol aracı olarak görüldüğü şiddet türüdür (Yanık vd, 2014; 105). Bakımından sorumlu olduğu kadının para harcamasının sınırlandırılması, çalışmasına izin verilmemesi veya zorla çalıştırılması, istemediği bir işte çalıştırılması, çalışan kadının parasına el konulması, iş bulabilmesine engeller konulması ve iş yerinde problemlerin oluşturulmasına yönelik her türlü eylem ekonomik şiddet olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik şiddete maruz kalan kadınların diğer şiddet türleri ile karşılaşma olasılığı daha fazladır. Devamında da kadınların fiziksel ve ruhsal durumları olumsuz yönde etkilenmektedir.

Türkiye genelinde, ekonomik şiddet eylemlerinden en az birine, yaşamının herhangi bir döneminde maruz kalan kadınların oranı % 30, son 12 ayda maruz kalan kadınların oranı ise %15'tir (Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016; 13).

### 2.1.1.3. Psikolojik Şiddet

Duygusal şiddet; duygusal gereksinimlerin, zorlamak, aşağılamak, cezalandırmak, öfke, gerginlik boşaltmak amacıyla karşı tarafa baskı uygulayabilmek için bilinçli bir şekilde istismar edilmesi, bir yaptırım ve tehdit aracı olarak kullanılmasıdır (Yanık vd, 2014; 105).

Bireyin beklediği sevgi, saygı, ilgi, destek ve yaptıklarına yönelik onay şeklindeki ihtiyaçlarının karşılanmaması, kültürel değerlerinin, dini inancının, ailesinin, kullandığı dilinin ve mensup olduğu ırkının alay konusu edilmesi şeklinde görülmektedir. Bireyin içinde bulunduğu toplumdan soyutlanıp yalnızlaştırılması da psikolojik şiddetin örneklerindendir.

Türkiye’de kadınların yaşamlarının herhangi bir döneminde maruz kaldıkları psikolojik şiddet % 44, son 12 ayda ise % 26’dır, Batı Anadolu ve Orta Anadolu bölgelerinde yaşayan kadınların yarısı, yaşamlarının herhangi bir döneminde psikolojik şiddete maruz kaldıklarını belirtmiştir (Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016; 12).

### 2.1.1.4 Sözel Şiddet

Sözel şiddet, bireyleri sözlü olarak rencide etmek ve küçümsemektir. Hakir görmek, aşağılamak, küfürlü konuşmak, bağırarak, hakaret etmek, tehdit etmek gibi davranışlar sözel şiddete örnek olarak gösterilebilir. Aynı zamanda sürekli olumsuz

eleştiride bulunmak ve bireye ismiyle hitap etmeyip başka isimler vermek de sözel şiddettir.

#### **2.1.1.5. Cinsel Şiddet**

Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele, Ulusal Eylem Planında cinsel şiddet; birini istemediği yerde, zamanda veya şekilde cinsel ilişkiye zorlamak; kişinin rızası olmaksızın cinsel nitelikli eylemlerde bulunmak; cinselliği bir tehdit unsuru, sindirme ve kontrol etme aracı olarak kullanmak şeklinde tanımlamaktadır (Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016; 5). Cinsel şiddete örnek olarak, cinsel ilişkiye zorlamak, kadının rızası olmadan çocuk sahibi olmak veya çocuk isteyen kadını bundan mahrum bırakmak, çok küçük yaşlarda evlendirmek verilebilir. Cinsel şiddet, baskı uygulamanın ve zor kullanmanın tüm yönlerini en ileri derecede içermektedir (Çoklar, 2014; 62).

Türkiye genelinde evli kadınların % 12'si yaşamının herhangi bir döneminde, % 5'i ise son 12 ay içinde eşi tarafından cinsel şiddete maruz kaldığını belirtmiştir, ülkemizde cinsel şiddetin en fazla dile getirildiği bölge ise Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi'dir (Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, 2016; 11).

Çalışmamıza konu olan Özgecan Aslan cinayeti de cinsel şiddetin en belirgin örneklerinden birisidir. Bu olayda şiddet türlerinden sadece birisinin olduğunu söylemek pek mümkün değil, aynı şekilde fiziksel ve psikolojik şiddetin olduğu da görülmektedir. Şiddet türlerinden birisinin görüldüğü olaylarda mutlaka diğer şiddet türleri de görülmektedir, ancak sadece birisi öne çıkmaktadır.

#### **2.2. Kadın Cinayetleri ve Hukuki Mevzuat**

Ülkemizde kadına verilen haklar yavaş yavaş gelişmektedir. İlk olarak, 2001 yılında Anayasa'nın 41. ve 66. maddeleri, 2004 yılında 10. ve 90. maddeleri, 2010 yılında da 10. maddesinde yapılan değişikliklerle kadın erkek eşitliği güçlendirilmiştir, Anayasa'nın 10. maddesine 2004 yılında, "Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür." hükmü eklenmiştir ( Tatlılıoğlu ve Küçükköse, 2015; 195).

Kadına yönelik şiddet toplumsal bir sorundur ve bu sorun çözüme ulaştırılmadığı sürece toplumdaki problemler de devam etmektedir. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri çok ciddi toplumsal problemlerdir. Bu sorunların çözümü ciddi yaptırımları getiren yasal düzenlemeler ile yapılabilir. Mevcut düzenlemelerin

yeterli olmadığı yaşanan sorunlar ile daha da net anlaşılmaktadır. Kadınları daha iyi koruyacak ve suçlularını en ağır şekilde cezalandıracak yeni düzenlemeler yapılmalıdır. Bu düzenlemeler suç işlenmeden önce caydırıcı nitelikte olmalıdır.

### 2.3. Özgecan Aslan Cinayeti

11 Şubat 2015 tarihinde Mersin’de yaşayan Özgecan Aslan adlı üniversite öğrencisinin kaybolması sonrası yaşanan kötü olaylar medyada yer almıştır. Özgecan Aslan’ın hunharca katledilmesinin ardından yaşananlar hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada geniş yer almıştır. Olayların sıcaklığı devam ederken mağdurun ailesi tarafından ve mağduru destekleyenler tarafından birçok Facebook hesabı oluşturulmuştur ve destek kampanyaları yürütülmüştür. Bu kampanyaları şöyle sıralayabiliriz;

Mersin’de yapılan Mersin Arena Stadyumu'nun adının "Özgecan Aslan Stadyumu " olarak değiştirilmesi için sosyal medyada kampanya başlatılmıştır (<https://www.change.org/p/gençlik-ve-spor-bakanlığı-mersin-arena-stadyumu-özgecanaslan-stadyumu-olsun#petition-letter> ET:21.12.2016 ).

Tarsus Kadın Platformu Özgecan Aslan davasının 3. duruşmasında tüm kadınları davaya destek için çağırdı, platform Özgecan Aslan davasının, özel ve kamusal alanda bu ve benzeri olaylara maruz kalan tüm kadınların davası haline geldiğini belirtmiştir (<http://www.evrensel.net/haber/266489/ozgecan-aslan-davasi-3-aralikta-gorulecek> ET:14.12.2015).

8 Mart Dünya emekçi kadınlar gününde erkekler kadına yönelik şiddete hayır demek için üzerinde Özgecan Aslan’ın resimleri olan tişörtler giyerek koştur (<http://t24.com.tr/haber/yuzlerce-erkek-kadina-siddete-hayir-demek-icin-kostu,289717> Erişim Tarihi: 14.12.2015).

Bu tür olayların Türkiye gündeminde yer aldığı dönemlerde kadına şiddeti önlemeye yönelik yapılan yasal düzenleme içerisinde çıkarılan yasanın “Özgecan Aslan Yasası” olması yönünde sosyal medyada Facebook’ta çalışmalar yapılmıştır. Kadına yönelik şiddeti önlemeye yönelik düzenlenen yasanın adının “Özgecan Aslan Yasası” olması için sosyal medyada imza kampanyası başlatılmıştır ( <https://www.change.org/p/özgecan-yasası-çıksın-yasalar-kadınları-korusun-ahmet-davutoglu/u/14261882> Erişim Tarihi: 21.12.2016).

Özgecan Aslan'ın katili 16 Şubat 2015 tarihinde tutuklanarak ceza evine gönderilmiştir (<http://aljazeera.com.tr/haber/ozgecanin-katil-zanlilari-tutuklandi>). Aslan'ın katilin yakalanmasının ardından da destek kampanyaları devam etmiştir.

Özgecan Aslan'ın ölümüne tepkiler cenaze töreni yapılırken aynı zamanda farklı illerde çeşitli protestolar ve yürüyüşler yapılmıştır, aynı şekilde Mersin yerel spor kulübü olaya dikkat çekmek için Özgecan Aslan'ın resimlerinin basılı olduğu uniformalar ile maça çıkmışlardır ([http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150214\\_ozgecan\\_eylem\\_cenaze?ocid=socialflow\\_facebook](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150214_ozgecan_eylem_cenaze?ocid=socialflow_facebook) ET: 14.12.2015).

Kadına şiddeti protesto eden kadınlar Aslan'ın cenaze töreninde tabutu erkeklerin taşımaya müsaade etmedi ve kadınlar taşıdı. Farklı üniversitelerde öğrenciler destek için yürüyüşler düzenlediler.

Özgecan Aslan'ın adı destek olmak ve adını yaşatmak amacıyla birçok yerde olduğu gibi Manisa'da Şehzadeler Belediyesinin yaptığı bir parka verilmiştir (<http://www.hurriyet.com.tr/ozgecan-aslan-ismi-manisa-da-parka-verildi-29080886> Erişim Tarihi: 21.12.2016).

Sosyal medyada da destek olmak için birçok Facebook hesabi açılmıştır, açılan bu hesaplardan birisi de ailesinin açmış olduğu resmi Facebook hesabıdır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. DAYANIŞMA ÖRGÜTLERİ

#### 3.1. Alternatif/ Sivil Medya

Alternatif medyanın doğuşu bir takım ihtiyaçlar sonrasında olmuştur, buna en büyük katkıyı da sivil toplum kuruluşları sağlamıştır. Medyanın tekelleşmeye başlaması, siyasi erklerin baskısında olması, güven unsurunun zedelenmesi ve ortaya çıkarılan haberlerin çeşitli süzgeçlemelerden ve otokontrolden geçmesi alternatif medya arayışlarını hızlandırmıştır. Bu arayışların sonunda internetin yaygınlaşması ve teknolojik gelişmeler durumu daha da hızlandırmıştır.

“Alternatif/ sivil toplum medyasını ortaya çıkaran en önemli zorunluluğun, neo-liberal çağın tek meşru gerçeği haline getirilmeye çalışılan “tekçi küresel/ totaliter görüş” karşısında git gide yok olmaya yüz tutan alternatif ve farklı seslere duyulan gereksinme olduğu söylenebilir” (Köse, 2007; 234). Medyanın gücünü arttırması ile ekonomi politik dengelere göre değişen yapısı ve bakış açısı sivil medyaya olan ihtiyacı güçlendirmektedir. Yani bağımsızlığını yitiren medya beraberinde alternatifleri de getirmiştir.

Alternatif medyanın ortaya çıkmasının bir diğer nedeni de medyanın tüm dünyada meşrulaştırmaya çalıştığı haberlerin içeriklerinin aslında egemen güçlerin ideolojileri çerçevesinde sunulmasıdır ( Köse, 2007; 234- 235). Buda göstermektedir ki medya eşitlik ilkesine uymamakta ve temsil yetkisini kullanamamaktadır. Medya egemen güçlerin ve siyasi erklerin boyunduruğundan kurtularak demokratik çerçevede işlevlerini yerine getirebilir bunu sağlayamadığında da yeni arayışlar başlar ve alternatifler ortaya çıkar.

Alternatif medyanın taşınması gereken bir takım kriterler bulunmaktadır. “Bu kriterler, yayıncının ticari olmaması ve yayının temel motivasyonunun kara ilişkin değil, fikirlere ilişkin olması; yayının konusunun ‘toplumsal sorumluluk, yaratıcı dışavurum ya da bu ikisinin bir bileşimine odaklanmış olması; son olarak, yayıncıların kendi kendilerini alternatif yayıncı olarak tanımlamalarıdır” (Atton’dan akt. Başaran, 2010; 261.) Bu kriterler aynı zamanda alternatif medya ile geleneksel medya ve iki medya çalışanları arasındaki farklardır.

Günümüzde tek sesli egemen medyanın yerine, çoğulculuğu benimsemiş, eşitlikçi ve ekonomi politik denetimden uzak sivil medya tercih edilmektedir. Sosyal medyayı, ekonomik durumu daha sınırlı olan kesimler seslerini duyurmada kullanmaktadırlar, alternatif muhalefet ve direniş mecrası olarak görmektedirler (Babacan, 2015; 301). Dünyada yaşanan toplumsal olayların kıvılcımını oluşturan kişiler sıradan herhangi bir gücü olmayan kişilerdir ve bu kişiler araç olarak da alternatif olarak gördükleri sosyal medyayı kullanmışlardır.

Dünyada ve ülkemizde büyük kitleleri bilinçlendirip harekete geçirerek toplumsal hareketlerin başlamasına öncülük eden sivil medyadır. Sosyal medya toplumu da değiştirmiştir, günümüz toplumu performans toplumuna dönüşmüştür (Babacan, 2016; 14). Alternatif/ sivil medyanın gücü her geçen gün artmaktadır. Sanal uzamda yapılan yayınlar, zaman ve mekândan bağımsız ve sınırlar ötesi bir özelliktedir.

“İnternetin ve teknolojinin aşırı derecede ilerlemesi, ulaşılabilirliğinin kolaylığı, akıllı telefon pazar payının büyümesi ve gençlerin yenilikleri çabuk adapte olabilmesi sonucunda, insanları oyalamanın, kitle kültürünü yaygınlaştırmanın, yabancılaştırmanın, tüketime devam ettirmenin, düşünmeye ve eleştirmeye kapatmanın, yaygın egemen ideolojiyi sürdürmenin aracı olarak Sosyal medya diğer kitle iletişim araçlarına alternatif olarak üretilmiştir” (<http://www.reklaminsani.com/sosyal-medyaya-elestirel-bir-bakis.html> ET: 01.03.2017).

Alternatif medya bir ayırıştırma yapmamaktadır, eski ve yeni olanı birleştirmekte ve kaynaştırmaktadır, geleneksel medya ya baktığımızda sosyal medyadan etkilendiği görülmektedir, bazen de sosyal medya geleneksel medyanın içeriğini etkilemektedir (Babacan, 2015; 301). Sosyal medyada geniş yer bulan olaylar ve fikirler daha sonra geleneksel medyada yer almaktadır.

Özellikle internet sayesinde editörlerin, patronajın himayesindeki basından kurtulup bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdan bireye ve en önemlisi de toplumdan topluma iletişim kanalları açılmıştır. Daha evvel de var olan STK’lar ve devlet dışı örgütler, baskı grupları hiç olmadığı kadar aktif ve se-sini duyurabilen bir konuma sahip olmuşlardır. Bu oluşumlar devletin egemenlik yetkileri üzerinde doğrudan bir tehdit değilse de ilişkiler dünyasında, devlet kontrolü dışında bir katman daha oluşmuştur (Karagöz, 2013:136).

### 3.2. Türkiye’de Kamusal Alan

‘Kamusal alan’ kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur. Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar. Bu tür bir iletişimin daha genel bir kamusal gövde gerçekleşmesi, bilginin muhataplarına aktarılmasını ve onların etkileneşmesini mümkün kılacak özgül araçları gerektirir. Günümüzde gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıdır (Habermas, 2004:94).

Kamusal alan güç erkleriyle veya devletlerle alakalı olmanın yanında temelde halk ile alakalıdır, bu mekânları sıradan vatandaşlar kullanmaktadır. Bundan dolayıdır ki kamusal alanların en önemli özelliğı tüm halka açık olmasıdır.

Kamusal alanı değişikliğe uğratan unsurlar arasında demokrasi ve alanındaki gelişmeler ile medyanın genişleyen rolü gösterilebilir (Dacheux, 2012; 28). Kamusal alan ile medyayı birbirinden ayıramayız. Son dönemlerde popülaritesi artan sosyal medyanın kamusal alan olarak değerlendirildiğı de görölmektedir.

Köse, Türkiye kamuoyunun temel niteliklerini şu şekilde sıralamıştır (2007; 295 – 306).

- Türkiye kamuoyunun siyasi bilinci zayıftır.
- Türkiye kamuoyu, oluşumu ve sürekliliğı anlık olaylara bağı, tutarsız ve istikrarsızdır.
- Türkiye kamuoyu oluşmak için aracıya ihtiyacı vardır, spontane gelişmez.
- Türkiye Kamuoyunun önemli öğelerinden sivil toplum niteliğine sahip kuruluşlar henüz kurumsallaşamamıştır.
- Türkiye kamuoyu, itidal üzere kurulu değerlerin türüdür.
- Türkiye Kamuoyunun etkiye açıktır.
- Türkiye kamuoyunda küçük dayanışma grupları vardır.
- Türkiye kamuoyu, devleti metafizik olarak algılamaktadır.
- Türkiye kamuoyu, değişimi istiyor ama gerçekleştiremiyor.
- Türkiye kamuoyunun hafızası zayıftır.

- Türkiye kamuoyunun gelecek algısı bir kurtarıcı odaklıdır.
- Türkiye Kamuoyu milliyetçi ataerkil bir niteliktedir.

Kamuoyu, modern toplumlarda kamuoyu aktörlerinin halkı etkilemeye ve onları yönlendirme çalışmalarının yapıldığı iletişim alanıdır (Kılıç, 2009; 150). Bu alanın serbest bir alan olduğu, kişilerin özgür olduğu yönündeki düşüncelerin yanında kamusal alanda da denetimin olduğu yönünde düşünceler de mevcuttur. Her türlü düşüncenin kısıtlama olmadan dile getirilmesi ve şekillenmesi kamusal alanda mümkündür. Sosyal medya da bu işlevi yerine getirmektedir.

### 3.3. Geleneksel Dayanışma Örgütleri

İlk kez 1962 yılında “Küresel Köy” kavramını kullanan McLuhan’ın bahsettiği küresel köy günümüzdeki coğrafi sınırların ortadan kalkması, kitle iletişim araçlarının ve sosyal medyanın öneminin bu denli artması ile gerçekleşmiştir (Karagöz, 2013; 133). Dünya küçük bir küresel köye dönüşmüştür.

Zaman mekân kavramlarının belirsizleşmesi coğrafi sınırları da kaldırmıştır, insanlar dünyanın neresinde olursa olsun dünyadaki bütün gelişmelerden anında haberdar olmakta ve olaylara dâhil olma imkânı bulmaktadır. Amerika kıtasında veya Avrupa’da yaşayan insanlar Mısır’da, Suriye’de ve Türkiye’de yaşanan toplumsal olaylardan anında haberdar olması, olaylara müdahil olup taraf tutması bunun en somut örneğidir.

Küreselleşen dünyada değişen her şey gibi toplumsal olaylar, olaylara verilen tepkiler ve toplumsal hareketler de değişmektedir. Teknolojide yaşanan hızlı değişim de eklenince toplumsal hareketler takip edilemez bir hıza ulaşmıştır. Bu durum toplumsal olayların kontrol edilmesini de zorlaştırmıştır.

Yaşanan bu değişimler ve internet ortamının insanları daha özgür kılması, geleneksel medyadan farklı olarak edilgen bir yapıya taşınması bastırılmış bir gücün ortaya çıkmasına vesile olmuştur. “Sivil toplum hareketleri artık seslerini duyurmak için televizyon kanallarının dikkatini çekmeyi beklemeyi bırakmış kendi sosyal medyaları aracılığı ile topluluklar kurarak yönetir hale gelmişlerdir” (Karagöz, 2013; 133). Bu güç istenildiği takdirde kitleleri sokağa dökebilmektedir ve bunu çok kısa bir zaman dilimi içerisinde gerçekleştirmektedir. Ortaya çıkan bu gücün etkileri anlık olarak küresel boyutta yayılmaktadır. Dünyanın herhangi bir yerinde veya kilometrelerce uzakta

olmasının yanında sadece internet bağlantısının ve iletişim kurabileceği bir cihazın olması kişinin dünyadaki bütün gelişmelerden anında haberdar olması için yetmektedir.

“Toplumsal hareketlerin kökleri, temelde insanların özlemini duyduğu adalet duygusuna dayanmaktadır, uğradıkları toplumsal haksızlıkların hepsine ya da bir kısmına karşı koymanın imkânlarını sunmaktadır toplumsal hareketler” ( Castells, 2013; 25- 26). Toplumsal hareketler özerk bir yapıdadır, hiyerarşik bir yapısı olmamakla birlikte merkezi yoktur. “Kitlesel medya büyük ölçüde hükümetler ve medya kurumları tarafından kontrol edildiğinden, ağ toplumunda iletişimsel özerklik en başta İnternet ağlarında ve kablosuz iletişim platformlarında inşa edilir” (Castells, 2013: 23- 24).

Toplumsal hareketler azınlıkta olan bireylerin kendi amaçlarını gerçekleştirmek için eylemlerini kamuoyu gündemine taşımalarıdır. Bunu yapmak sınırlı imkânları en iyi şekilde kullanmayı gerektirmektedir. Sosyal hareketlerin çıkış nedeni, bu hareketin içerisinde yer alan aktörlerin güçlerinin kısıtlı olmasıdır (Kılıç, 2009; 154- 155). Toplumsal hareketlerin temel amacı kamuyu oluşturmak değildir, amaç kamuoyu oluşturarak güç erklerini harekete geçirmek ve isteklerinin gerçekleşmesini sağlamaktır.

Tarihi serüveni içerisinde toplumsal hareketler her dönemde o dönemin imkânları çerçevesinde iletişim olanaklarını kullanmıştır, yaşanan gelişmeler sonrasında iletişim imkânları da değişmiş ve gelişme göstermiştir. 21. yy da iletişim, teknolojik alt yapının desteği ile altın çağını yaşamaktadır. Bu durum toplumsal hareketleri de dönüştürmekte ve şekillendirmektedir, iletişim imkânlarının artması ile toplumsal hareketler de yeni nitelikler kazanmaktadır.

İletişimin çift yönlü olması, esnek bir yapıya kavuşması, hızlı olması ve daha ekonomik olması toplumsal hareketlere hız kazandırmış, katılımı arttırmış ve etki gücünü arttırmıştır. “Dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde yaşanan toplumsal hareketlerin yeni bir tür olarak nitelendirilmesinin temel nedeni budur” (Castells, 2013: 28).

Son dönemlerde dünyada yaşanan toplumsal hareketlerin temelinde birçok benzerlik vardır. “Dijital sosyal ağlardan ve yeni yaratılmış bir kent cemaatinden oluşan melez bir kamusal alan, hem bir kendi üzerine düşünüm aygıtı hem de halk iktidarlarının bir ifadesi olarak hareketin kalbinde yatmaktadır” (Castells, 2013: 53).

Sosyal medyanın kullanım amaçlarının çeşitlenmesi ile birlikte sosyal medya aktivizmi de yaygınlaşmıştır. Tunus’ta yaşanan olaylar sonrasında Mısırda ’da benzer olaylar yaşanmıştır. “6 Nisan Hareketlerinin” Mısır’da polis günü olarak kutlanan 25

Ocak günü İçişleri Bakanlığının önünde toplanması ile başlamıştır (Telci, 2011; 99). Sosyal medyada örgütlenen grup yapmış olduğu eylemlerde hükümetin engellemeleriyle karşılaşmıştır, ancak grup yöneticileri bu baskılara karşı direnirken her geçen gün daha fazla taraftar toplamaktaydı. Bunu da sosyal medyayı kullanarak gerçekleştirmekteydi.

Aktivistler kısa bir süre önce Tunus'ta ki toplumsal devrimi örnek almaktaydı. Mısır'daki devrimciler polisin ve hükümetin bütün direnişlerine rağmen Tahrir meydanında toplanmışlardır ve taraftarları her geçen gün artmaktaydı sonunda da 11 Şubat 2011'de Hüsnü Mübarek yetkilerini orduya devretmiştir ve Mısır'da yeni bir dönem başlamıştır (Telci, 2011; 102 – 104). Allagui ve Kuebler'in değerlendirmesine göre: "Rus Devriminden halk inisiyatifini öğrendiysek Tunus ve Mısır'daki Arap devrimleri de ağların gücünü göstermiştir" (akt. Castells, 2013: 63).

### **3.4. Kadın Dayanışma Örgütleri**

Değişen dünyada insanların seslerini duyurmak için kullandıkları yöntemler de değişmiştir, toplum içerisinde bir takım haklar edinen kadınlar seslerini duyurmak ve hak arayışına girmek için çeşitli dayanışma örgütleri kurmuşlardır. Kurdukları bu toplumsal dayanışma örgütlerini sosyal medya alanına taşıyarak etkisini arttırmışlardır.

"Sosyal medya sahip olduğu "katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum, bağlantılılık, erişim, erişilebilirlik, kullanılabilirlik, yenilik ve kalıcılık gibi özelliklerinden dolayı kadına şiddeti önlemede tercih edilen bir mecra olmaktadır" (Karatay ve Karatay, 2015; 31). Sosyal medya şiddeti önlemek amacının yanında, kadına dair her türlü konuyu içermektedir.

Türkiye'de 1980'li yıllarda kadının toplum içerisindeki konumu ve sahip olduğu hakları sorgulanmaya başlanmıştır, bu dönemde Amerika ve Avrupa'daki feminist hareketlerin benzerleri ortaya çıkmıştır (Eslen Ziya, 2012; 123). Zamanla bu eylemler kurumsallaşmaya başlamıştır.

Kadın platformları ve feminist gruplar çevrimiçi haberleşmeyi ve çevrimiçi aktivizmi kullanmaya başlamıştır. Gündeme gelmek için beklemek yerine gündemi oluşturmaya başlamışlardır. Kadınlar Türkiye'de uluslararası arenada ses getiren çalışmalara imza attılar, bunlardan bir tanesi; "#bacaklarını topla etiketiyle başlatıldı" toplu taşıma araçlarında bacaklarını açarak oturan erkeklerin kadınların yerini işgal ettiği fotoğrafların sosyal medyada paylaşılması ile yürütülmüştür, bir diğeri imza

kampanyaları ile karar alıcıları etkilemeye çalışmışlardır (<https://www.linkedin.com/pulse/kadınlar-ve-sosyal-medya-aktivizmi-derya-kaya>).

*“Şubat 2013’te gazeteci Melis Alphan ve Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu dönemin Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’e yönelik bir imza kampanyası başlattı. Binlerce kişi bir yandan kampanya metnini imzalarken, bir yandan da kampanyanın etiketi #kadincinayetleriniidurdurmakicin ile Abdullah Gül’ün ve dönemin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Şahin’in Twitter hesaplarını hedef aldılar. Kampanyayı desteklediklerini belirterek platformunun taleplerini paylaştılar”* (<https://www.linkedin.com/pulse/kadınlar-ve-sosyal-medya-aktivizmi-derya-kaya> ET: 20.03.2017).

Kadınlar erkeklere oranla daha az teknolojik imkânlarla sahip olmasının yanında haklarını öğrenmek, haklarını savunmak ve haksızlığa uğradığında sesini duyurmak için sosyal medyayı kullanmaktadır.

### 3.5. Kadına Şiddet Temalı Dayanışma Örgütleri

Yaratılmışların en şerefli olan insan aynı zamanda çok yönlüdür. İnsan sosyal, psikolojik ve biyolojik bir varlıktır. Sosyal bir varlık olan insan toplum içerisinde hayatını devam ettirmektedir, toplumun dinamik yapısından etkilenen bireyler de bu değişimden etkilenmektedir.

Toplum içerisinde nasıl bir zamansal ayrım yaparsak yapalım kadının sahip olduğu kimliği ve hakları her dönemde benzerdir, öncelikle kadınlar sahip oldukları hakları erkeklerin sınırlarını belirlediği bir çerçevesinde elde etmektedirler (Karatay ve Karatay, 2015; 23-24). Kadınların ikinci sınıf olarak görüldüğü yerde, hakları sınırlandırılmakta hatta elinden alınmaktadır, savunmasız ve zayıf bir konuma itilen kadınlar çeşitli şiddet olaylarına maruz kalmaktadır.

Kadına yönelik şiddet geçmişte yaşanan, günümüzde devam eden ve gelecek nesillerde yaşanması öngörülen toplumsal bir sorundur, bu sorunun tek bir nedeni yoktur; psikolojik, ekonomik ve sosyolojik nedenleri bulunmaktadır (Karatay ve Karatay, 2015; 23-24). Bu karma yapısından dolayı çözümü de karmaşıktır. Sadece bir kanalla ve tek bir muhatap ile kesin çözümler alınamamaktadır. Sosyal medyanın kapsamlı yapısı bu amaç için kullanılmaktadır.

Kullanım amaçları çeşitlenen sosyal medyada kadınların yer bulması da çeşitlidir. Kariyer sahibi, ekonomik özgürlüğü olan kadınlar, bir evin içerisine sıkışan

kadınların sosyal medyayı bir kaçış olarak görüp kendisini burada ifade etmesi ve kadınların bu mecra içerisinde bir meta olarak cinsel bir obje olarak yansıtılması da sosyal medyada kadınların yer bulmasına örnektir. Bu kullanımlar dışında birde kadınların dayanışma ve örgütlenme aracı olarak kullanması vardır.

Toplum içerisinde bir şekilde tanıdığı insanlardan – baba, abi, eş ve kayınpeder-şiddet görmüş kadınlar bazen seslerini duyurmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Yetkililerden yardım istemek, duyarlılık oluşturmak ve şiddet durumun son bulması için yaşadıklarını herkese duyurmak amacıyla yaşadıklarını sosyal medyada paylaşmaktadır. Bazen de kendisi gibi şiddet gören kadınlar ile bir araya gelip birbirine destek olmak için bu mecrada yer almaktadırlar.

Son dönemlerde sosyal medyada kadına şiddet konulu paylaşımlar çok sık görülmektedir. Sosyal medyayı alternatif medya olarak gören kadınlar burada dayanışma içerisine girmekte ve bu mecrada faaliyet göstermektedirler.

Dayanışma örgütleri geleneksel yöntemlerle devam etmektedir. Bunun yanında büyük bir güç haline gelen sosyal medya da dayanışma örgütleri için bir alan oluşturmaktadır. Son dönemlerde dayanışma hareketleri sosyal medyada oluşturulmakta ve ilerleyen zamanda gerçek yaşama aktarılmaktadır.

### **3.6. Dayanışma Örgütlerinin Yapısı ve İşlevleri**

Değişen dünyada dayanışma örgütlerinin yapısında büyük değişimlere uğramıştır. Eskiden birbirini tanıyan, sosyal yaşamları birbirine dokunan bireylerin bir araya gelmesi ile oluşmaktaydı. Günümüzde ise bu durum tamamen olmasa da ortadan kalkmıştır. Hiçbir şekilde birbirini tanımayan insanların ağ ortamında buluşması ve örgütlenmesi şekline dönüşmüştür. Eskiden örgütler daha küçük yapılardaydı ama günümüzde küresel bir nitelik kazanmıştır, aynı şekilde ortaya koydukları etkiler de küresel boyuttadır. Günümüzdeki toplumsal örgütler heterojen bir yapıdadır. Sosyal medya örgütlerinin bu yapısal özelliği karmaşık bir yapıyı da beraberinde getirmiştir.

Ağ ortamındaki örgütlenmeler çok hızlı bir şekilde boyut ve şekil değiştirmektedir, bu niteliklere sahip olmasından dolayı sosyal medya örgütlerini denetlemek ve kontrol altında tutmak pek de mümkün olmamaktadır. İnternet ve mobil iletişimin birleşmesi sonrasında sosyal medya kullanımı artmıştır, bu artış beraberinde kullanım çeşitliliğini de beraberinde getirmiştir.

Sosyal medya üzerindeki dayanışma örgütlerinin amaçları temelde taraftar toplamak ve hedef gruplar üzerinde bir yaptırım uygulamak iken bu durum daha da çeşitlenmiştir. Uluslararası arenada haklılıklarını ispatlayıp muhataplarına karşı bir baskının oluşmasını sağlamak da büyük hedefleri arasındadır. Şimdiye kadar yaşanan toplumsal olaylar incelendiğinde iktidara, mevcut hükümete baskı yaparken elini güçlü kılmak için dayanışmaya küresel bir boyut kazandırılmaktadır.

### 3.7. Dayanışma Psikolojisi

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre “dayanışma: bir topluluğu oluşturanların duygu, düşünce ve ortak çıkarlarda birbirlerine karşılıklı bağlanması, tesanüt” olarak tanımlanmaktadır (http: // [www.tdk.gov.tr/](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.597c3c8daba131.82832970) index.php? option=com\_ bts&arama= kelime&guid=TDK.GTS.597c3c8daba131.82832970 Erişim Tarihi: 3.1.2017). Tez konumuz bağlamında ortak bir çıkardan söz edilemez ancak Özgecan Aslan cinayeti karşısında oluşan infialin yol açtığı duygu ve düşünce birliğine dayanmaktadır.

Psikoloji Yunancada ruh anlamına gelen “psyche” ve bilgi anlamına gelen “logos” kelimelerinin birleşimi ile oluşmaktadır, sözcük anlamı ruh bilgisi demektir (Ertürk, 2012; 6).

Cüceloğlu psikolojiyi, davranışı ve davranışın altında yatan süreçleri bilimsel olarak inceleyen çalışma alanı olarak (2010; 35) tanımlamaktadır. Psikolojinin literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Günümüzde psikoloji, insan davranışlarını inceleyen bilim olarak tanımlanmaktadır.

İnsan başlı başına çok karmaşık bir organizmadır, aynı zamanda toplumsal bir varlık olması anlaşılmasını güçleştirmektedir. Günümüzde insanlar sürekli bir etkileşimin içerisinde bulunmaktadır ve zaman zaman empati kurmakta ve yardımlaşmaktadır. Empati kavramının “karşıdaki bireyin duygularını anlama”, “karşıdaki bireyin hissettiklerini hissetme” (Ertürk, 2012; 131) gibi birçok tanımı bulunmaktadır. Sosyal bir varlık olan insan, toplum içerisinde yolunda gitmeyen bir durum olduğunda empati kurmakta ve bunu ileri boyutlara taşıyarak dayanışma içerisine girmektedir.

İnsanların yalnızken ve grup içerisindeyken aldıkları kararlar ve sorumluluklar farklılık göstermektedir. Birey grup içerisindeyken daha rahat kararlar vermekte ve sorumluluk üstlenmektedir. Alınan kararın sonuçları sadece kendisini değil dayanışma içerisinde olduğu diğer bireyleri de bağlamaktadır.

Dayanışma psikolojisi bireyleri daha güçlü kılmaktadır. Grup içerisinde ve dayanışmanın bir parçası olan insanlar daha etkili olmaktadır ve kendi düşünceleri de bu doğrultudadır. Dayanışma içerisinde olan birey daha radikal kararlar alabilmekte ve yaptırımlar uygulayabilir.

Kitle, birbirinden farklı nitelikteki insanların oluşturduğu topluluktur. “Le Bon'a göre, kitle, bazı durumlarda ya da sadece çok özel durumlarda bir araya gelen insanların oluşturduğu topluluğu ifade etmektedir” (akt. Özmen, 2015; 187). Bir kitle içerisinde bulunan bireyler kendi kişiliklerinden farklı olarak beklentiler ve roller doğrultusunda eylemlerde bulunmaktadırlar. Kitleler yönlendirmeye, provokasyonlara ve şiddete açıktır. Kitle içerisinde bireysellik geri planda kaldığı için insanlar daha özgür davranmaktadır.

Kitle olarak hareket etmenin belli kuralları vardır; Le Bon'a göre, bu kurallar bireysel bilinçten vazgeçme, kolektif bilince sahip olma, birlik halinde hareket etme ve sürü içinde oluşan kurallara uyma şeklinde sıralanmaktadır (akt. Özmen, 2015; 188). Kitlelerde ilk etapta amaçlanan ortak bilinç oluşturmaktır. Kitle, ortak bilinç ve ortak ruh ile hareket ettiği zaman amacına ulaşır. Fischer ve İbid “halkların psikolojisi” adı altında, bireylerin birbirleriyle bağ kurarak, kitlesel olarak hareket etme durumunun oluştuğuna değinmiştir (akt. Özmen, 2015; 189).

2013 yılında İstanbul’da yaşanan ve dalga dalga yayılan Gezi Parkı olayları sosyal hareketlere ve ilerleyen dönemlerde de örgütlenmiş bir harekete dönüşmüştür. Bu olaylara bakıldığında hareket noktasının mantık değil de duyguların olduğu görülmektedir. İnsanlar grup aidiyeti ile hareket etmektedir. Gezi olaylarında heterojen bir yapı görülmektedir. Farklı sosyo –ekonomik sınıflardan, farklı inanç, kültür, mezhep ve ırklardan insanlar bulunmaktaydı.

Vehbi Bayhan makalesinde Gezi Parkı direnişine katılanları üç gruba ayırmıştır. Birinci grup eylemlerin ilk gününde orada bulunan ve çevreci olarak nitelendirilen bireylerden oluşmaktadır. Bu grubu oluşturanlar anti- politik bir yapıdadır ve amaçları ağaçların kesilmesini engellemektir. İkinci grup iktidara karşı örgütlenmiştir ve eylemlerini daha planlı olarak yürütmüştür. Amaçları doğrultusunda sosyal medyayı kullanmış, çeşitli slogan ve semboller oluşturmuştur. Üçüncü grup ise ikinci grubun etrafında oluşan örgütlenmelerdir. Bunları diğer gruplardan ayıran özellik her türlü şiddete başvurmalarıdır. Zaman zaman güvenlik güçleri ile karşı karşıya gelmişlerdir (2014; 32- 34).

Günümüzde insanlar giderek bireyselleşmektedir, ancak bireyi derinden etkileyen bir durum olduğunda en kısa zamanda dayanışma içerisine girmektedir. Özgecan Aslan olayında yaşananlar insanları birçok yönden etkilemiştir. Bireyler kısa bir süre içerisinde dayanışma psikolojisine girmiştir. Özgecan'ın üniversite öğrencisi olması, okuldan eve dönüş yolunda olayların yaşanması, vahşice öldürülmesi gibi unsurlar bireyi motive etmiştir. Güçlü uyarıcılar ile uyarılan bireyler aynı güç ile davranışa geçmektedir.

Kitle psikolojisinde bulunan şiddete yönelme Özgecan Aslan cinayeti sonrasında da yaşanmıştır. Katillerin idam ile cezalandırılması isteği ve bir mahkûm tarafında öldürülmesi bunun açık göstergesidir.

### **3.8. Sosyal Medyada Dayanışma Örgütleri ve Motivasyon Kaynakları**

Orta Doğuda yaşanan “Arap Baharı” sonrasında sosyal medyanın gücü ve potansiyeli tartışılmaya başlanmıştır. Son dönemlerde dünyada yaşanan küresel nitelikli toplumsal olaylara bakıldığında internetin, sosyal medyanın yoğun kullanımı, iktidar ve güç odaklarına karşı başkaldırı niteliğini içermesi ve belli oranlarda amaçlarını gerçekleştirmesi sosyal medyanın gücünü yansıtmaktadır. Sosyal medyanın geleneksel medyadan farklı olarak merkezi bir yapısının olmaması ve her kullanıcının içerik üreticisi olması dokümanların hızlı bir şekilde dağılmasına ve aynı hızda örgütlenmelerin oluşmasına imkân sağlamaktadır.

Nitekim internet ve sosyal hareketler bağlamında internetin üç fonksiyonu görülür. “Haberleşme, örgütlenme ve eylem. Dava, amaç ve hedefleri tüm dünyaya duyurmak için internet siteleri kurulmakta, kendi aralarında etkin bir şekilde haberleşebilmek ve yeni üyeler toplayabilmek için e-posta grupları oluşturulmakta ve sokak eylemlerine çağrıda bulunmaktadır. İnternet sayesinde toplumsal hareketler küreselleşmekte, dünya üzerindeki toplumsal hareketler birbirleriyle temasa geçmekte ve birbirine bağlanmaktadır. Böylece uluslararası eylemler örgütlenebilmekte, çeşitli gruplararası dayanışma gerçekleşmektedir (Toprak vd., 2009: 200)”.

Bu kadar güçlü ve yaygın olan sosyal medyanın toplumsal ve küresel olaylara yön vermesi ve onları şekillendirmesi kaçınılmazdır. Toplumsal örgütlenmelerde ilk etapta mekânsal bir birliktelik yoktur. Ortak sorunlar veya çıkarlar etrafında birleşen gruplar etkinin artması ile mekânsal örgütlenmeye dönüşmektedir. Sosyal medya gündelik yaşamda birbirinden farklı insanları ortak paydada buluşturmakta ve aynı

amaca yöneltmektedir. “Sosyal ağlar sayesinde insanlar kendisi gibi düşünen diğer insanların farkına vararak suskunluk sarmalını kırmakta ve örgütlenerek demokratik hak arayışlarını yerine getirmektedirler” (Türk: 2013, 56).

Sosyal medyanın bir diğer yönü ise siyasetçiler, yöneticiler ve kamuya mal olmuş insanlar ile halk arasında bulunan görünmez duvarları ortadan kaldırmasıdır. Sıradan insanlar artık bu tabakadaki bireylere ulaşabilmektedirler, en azından seslerini duyurabilmektedirler.

Ana akım medya içerisinde yer alan geleneksel medya azınlığı merkeze almaktadır, sosyal medya ise çoğunluğu yani halkı merkeze almakta ve bu doğrultuda hizmet etmektedir. Sosyal medya hizmet ederken esneklik göstermekte, tekrar tekrar faydalanma imkânı sunmaktadır, buda ulaşılabilirliği ve etkiyi arttırmaktadır. Sosyal medyanın artan gücü temel motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. Bu motivasyon ile sosyal medya dayanışmanın temel araçlarından birisi olmuştur.

Sosyal medyada örgütlenerek oluşturulan bazı halk hareketleri şunlardır: 2009 Moldova’daki Twitter devrimi, Greenpeace-Seninki Kaç Santim, İran Yeşil Devrimi, Arap Baharı, Londra isyanları, We Are 99 %/ Occupy Wall Street, İnternetime Dokunma, Küresel Ekran Karartma eylemi, Teröre Lanet, Uludere olayı ve Gezi Parkı olaylarıdır (Türk: 2013, 57- 58).

Dayanışma örgütlerinin motivasyon kaynakları ortak çıkarlar, temel ve ortak problemler ve güç odaklarına karşı durabilme dürtüleridir. Bireyler kendi problemlerini, toplumda ortak olan problemleri geniş kitlelere duyurmak ve istenen doğrultuda etki yaratabilmek için sınırları her geçen gün genişleyen, bir güç haline gelen sosyal medyadan yararlanmaktadır.

Bu örgütlenmeler bazen toplumu derinden etkilemekte ve değişimlere neden olmaktadır, Arap Baharı sürecinde yaşananlar ve ülkemizde yaşanan Gezi Parkı olayları toplumu ve hükümetleri büyük oranda etkilemiş ve bazen de zorlamıştır. Bu büyük etkinin temelinde suskunluk sarmalının bir parçası olmamak da görülmektedir.

Günümüzde bireyler toplumsal hareketlerin gücünün farkına da varmışlardır, eskiden şiddet, silah ve savaşlar ile yapılanların şimdi sosyal medya kullanımı ve buradan yönetilen örgütlenmeler ile daha etkili sonuçlar ortaya koyduğu fark edilmiştir.

Toplum içerisinde daha spesifik konularda yoğunlaşmış ve bir bütün oluşturamamış muhalif gruplar mevcut sistem veya iktidar için bir tehlike oluşturmamaktadır. Bu durum iktidarın lehinedir, grupların parçalar halinde olması ve

bir bütün oluşturmaması güçlü bir muhalefetin olmasını da engellemektedir ve sisteme hizmet etmektedir (Çoban vd, 2009; 22). Sosyal medya parçalar halinde bulunan grupları birleştirmektedir. Birliktelik beraberinde büyük bir gücüde getirmektedir.

Özgecan Aslan cinayeti sonrasında kadın ve erkek birçok kişi yaşananlara tepki göstermiş ve çeşitli eylemlerde bulunmuştur. Bireyler yaptırım uygulayabilmek için grup etkinliğinin ve sosyal medyanın gücünden yararlanmışlardır. Sosyal medya üzerindeki örgütlenmeler, suçluların en ağır şekilde cezalandırılması ve bu tür olayların bir daha yaşanmaması adına yasal düzenlemelerin yapılması için faaliyetlerde bulunmuşlardır. Özgecan Aslan için sosyal medyada oluşturulan dayanışma olgusu toplumsal hareketlerin bir örneğini oluşturmaktadır.



## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **4. ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI SOSYAL MEDYADA DAYANIŞMA OLGUSU**

#### **4.1. Problem**

Türkiye'nin Avrupa Birliği müzakere sürecinde yaşananların da etkisiyle hukuki alanda çeşitli değişiklikler yaşanmış, insan hakları ve demokratikleşme konularında da gelişmeler yaşanmıştır. Toplumdaki cinsiyet eşitsizliği ve şiddet olayları yapılan araştırmalarla ve Türkiye'de Kadına Yönelik Şiddet Uluslararası Stratejik Araştırma Kurumu (USAK) raporundaki (Karal ve Aydemir, 2012) veriler göstermektedir ki kadına yönelik şiddet ülkemizin temel sorunlarından birisi olarak devam etmektedir.

Kadına yönelik şiddet sadece psikolojik nedenlere indirgenemez, bunun altında sosyo-kültürel ve ekonomik nedenler de bulunmaktadır. Erkek egemenliğinin olduğu toplumda kadın erkeğin izin verdiği kadar toplum içerisinde yer alabilmektedir. Sosyo-ekonomik düzeyi, eğitim düzeyi ve siyasi alanda karar alması erkek iradesinin sınırları belirlediği kadardır. Bütün bunlarda kadının yaşamı boyunca çok yönlü bir eşitsizliğe maruz bırakıldığının göstermektedir. Bu olumsuzlukların devamında kadınlar psikolojik, fiziksel ve cinsel şiddete maruz kalmaktadır.

Toplumsal yapıda yaşanan değişimler –kırsal yaşam yerine kentsel yaşamın yaygınlaşması, kadınların eğitim düzeylerinin artması, ekonomik özgürlükler ve siyasi yaşam içerisinde yer almaya başlaması- erkeğin toplum içerisinde özellikle de aile içerisindeki otoritesini sarsmaktadır, bu değişimlere direnen bireyler şiddet eğilimi içerisine girmektedirler.

Şiddete uğrayan kadınlar için bu duruma maruz kalmak kadar sonrasında yaşananlar da çok acıdır; suçlamalarla karşılaşmak, yardım alamamak ve yaşadıklarını kimseyle paylaşamamak. Cinsel şiddete -tecavüze- maruz kalan kadınlar seslerini duyuramamakta ve sindirilmektedir. Sosyal medya, geleneksel medya mecralarından farklı olarak bireylerin daha kolektif bir yapıda kendilerini anlatma imkânı sunmaktadır. Dijital aktivizm örneği olarak sosyal medya; kullanım kolaylığı, kolay erişim imkânı, zaman ve mekân algılarını kaldırmasından dolayı kadınların burada örgütlenmesi ve dayanışma içerisine girmesi yeni bir gelişmedir.

Yukarıda açıklaması yapılan bilgiler ışığında sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinde cinsel şiddete -tecavüze- uğrayan ve öldürülen Özgecan Aslan olayının nasıl yer aldığı üzerinde durulması ve açıklanması gereken toplumsal bir sorun olarak ele alınmaktadır. Çalışmada sosyal medyadaki dayanışma olgusuna bağlı olarak kurulan dayanışma örgütlerinde Özgecan Aslan cinayetinin nasıl yer aldığı, insanların özellikle de erkeklerin bu olaya karşı tutumlarının ne olduğu, dayanışma içerisine girenlerin nasıl faaliyetler gösterdikleri ve bir yaptırım uygulayıp uygulayamadıkları, bireylerin hangi motivasyonlarla sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinde yer aldıkları problemlerine yanıt aranmıştır.

Çalışmada kadın cinayetlerinin nedenleri ve sonuçları, bu konudaki yasal düzenlemeler üzerinde durulmamıştır. Cinsel şiddetin hangi gerekçeyle yaşandığı olayın nasıl cereyan ettiği ve yasal sürecin nasıl işleyip sonuçlandığı çalışmanın dışında bırakılmıştır. Kadına yönelik şiddet, cinsel şiddet konularında literatürde yapılmış çalışmalar bulunmaktadır.

Çalışmanın temelinde, yaşanan cinsel şiddet -tecavüz- olayı sonrasında sosyal medyada oluşan dayanışma olgusu ve burada yer alanlardır. Çalışmada konunun iletişim bilimi ile ilgili kısmı ele alınmıştır, konunun toplumsal, psikolojik ve hukuksal yönleri bu kapsamda ele alınmamıştır. Yaşanan olumsuz bir olay sonrasında sosyal medyada oluşan iletişimsel durumun belirlenmesi ile literatüre bir ivme eklenecektir.

#### 4.2. Amaç

Toplumda yaşanan cinsel istismarlar ve kadın cinayetleri, insanların bu olaylara bakışları ve tepkilerinin açığa çıkarılması büyük bir önem taşımaktadır. Bu araştırmanın temel amacı sosyal medya üzerinde oluşturulan dayanışma örgütlerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili insanların tutumlarını ortaya koymak ve sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinin işlerliğini belirlemektir. Bu temel amaç doğrultusunda 4 amaç daha belirlenmiştir.

1. Cinsel istismar ve kadın cinayetlerine toplumun tepkisinin ne olduğunu tespit etmek.
2. Yaşanan olumsuz olayın taraflarından birini -mağdur eden tarafı- erkeklerin oluşturmasından dolayı, bu yaşananlar karşısında erkeklerin tepkisinin ne olduğunu tespit etmek.

3. Bu olumsuz olaylara yönelik oluşturulan dayanışma örgütlerinin faaliyetlerini tespit etmek.
4. Bu örgütlenme olgusunun art alanını, motivasyon kaynaklarını analiz etmek.

#### 4.3. Önem

Kadınların yaşadığı cinsel şiddet -tecavüz- olayları Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet Uluslararası Stratejik Araştırma Kurumu (USAK) raporu (Karal ve Aydemir, 2012) verilerine göre büyük bir toplumsal sorun olarak belirlenmiştir. Böylesi olumsuz olayları yaşayan bireylerin veya bu duruma tanık olanların yaşananları dile getirmesi de nitekim kolay değildir. Sosyal medya üzerinde oluşturulan dayanışma örgütleri diğer insanların mağdur olan insanlara ve yakınlarına destek olmak, sesini duyurabilmek adına oluşturulmuştur.

Geleneksel medya gibi büyük maddi kaynaklar gerektirmeden, içeriğinin kolaylıkla şekillendirilebildiği, zaman ve mekân sınırlarını kaldıran ve özgür bir ortam sunan sosyal medya günümüzde daha aktif bir şekilde kullanılmaktadır. İmkânların gelişmesi ve kadınların bilinçlenmesiyle sosyal medya bu amaca en iyi şekilde hizmet etmektedir.

Bu çalışma sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinin nasıl işlediğini, ne tür yaptırımlar uyguladığını, mevcut yapının nasıl olduğu, motivasyon kaynaklarının neler olduğu spesifik bir konu olan Özgecan Aslan cinayeti çerçevesinde ortaya koyulması açısından önemlidir.

Çalışmanın önemli bir noktası da dayanışma örgütleri ve kadın cinayetleri üzerinde ayrı ayrı çalışmalar yapılmasıdır. Sosyal medya üzerinde dayanışma örgütleri üzerinde Özgecan Aslan cinayetini konu alan bir çalışma bulunmamaktadır, bu durum çalışmayı önemli kılan bir diğer unsurdur.

#### 4.4. Araştırma Soruları

1. Özgecan Aslan cinayeti sonrasında kadınlar olaya nasıl bakmaktadır ve yaşananları nasıl değerlendirmektedirler?
2. Özgecan Aslan cinayeti sonrasında erkekler olaya nasıl bakmaktadır ve yaşananları nasıl değerlendirmektedirler?
3. Yaşanan cinayet olayına kadınların tepkileri nasıldır?
4. Yaşanan cinayet olayına erkeklerin tepkileri nasıldır?

5. Kadınlar sosyal medyadaki dayanışma örgütünde ne derece etkilidir?
6. Erkekler sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinde ne oranda yer almaktadır?
7. Bireyleri sosyal medyadaki dayanışma örgütlerine katılmaya iten motivasyon unsurları nelerdir?
8. Sosyal medyada dayanışma örgütü nasıl işlemektedir?
9. Dayanışma örgütünün bir yaptırım gücü var mıdır?

#### **4.5. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini sosyal medyada, Facebook'taki Özgecan Aslan sayfaları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise evren içerisinde rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen kişiler oluşturmaktadır. Anket Google Drive ile uygulanmıştır. Rastgele seçim yöntemi, evreni temsil eden bir örneklem seçilerek evrene genellemeler yapmaya imkân verir (Creswell, 2014: 158).

Araştırmanın örneklemi seçilirken yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve meslek gibi demografik özellikler dikkate alınmıştır. Belirlenen demografik özelliklerin dikkate alınması çalışmanın amacına hizmet etmesine ve geçerli verilerin toplanmasına hizmet etmiştir.

#### **4.6. Araştırmanın Sınırlılığı**

Özgecan Aslan cinayeti ve sonrasında sosyal medyada oluşan dayanışma örgütleri ekseninde oluşturulan bu çalışmada herhangi bir zaman sınırlaması bulunmamaktadır. Örneklem seçilirken 18-65 yaş arasındaki bireyler seçilmiştir. Erkek ve kadınların aynı oranda temsil edilmesine dikkat edilmiştir. İçerik çözümlemesi yapılacak sosyal medya hesabı, mevcut hesaplar içerisinde en fazla katılımcıya sahip ve en fazla sayıda beğeni alan sayfa seçilmiştir. Çalışmanın zaman sınırlılığı 11 Şubat 2015 - 30 Nisan 2017 tarihleri arasındadır.

#### **4.7. Araştırmanın Modeli**

Büyük bir kitle üzerinde gerçekleştirilen çalışmanın çok yönlü bir şekilde incelenebilmesi için hem nicel hem de nitel yöntemleri içeren karma yöntem kullanılmıştır. Sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinin Özgecan Aslan cinayeti perspektifinde ele alınmasından dolayı çok geniş bir hedef kitleyi içermektedir. Bundan dolayı anket yöntemi kullanılmıştır ve sosyal medya üzerinde içerik çözümlemesi

yapılmıştır. Bu yöntemler birbirini tamamlamış, en geçerli verileri ve genellenebilir bilgileri sağlamıştır. Araştırmada anket tekniğinin kullanılmasının nedeni içerik çözümlemesinde elde edilen verilerin desteklenmesidir.

#### **4.8. Verilerin Toplanması**

Gerekli olan veriler anket metodu kullanılarak ve Facebook üzerinde Özgecan Aslan'a destek için oluşturulan sayfadaki verilerin içerik çözümlemesinin yapılması ile toplanmıştır. Anket, online anket şeklinde yapılmıştır ve drive kullanılmıştır. Anket formunda katılımcıların anketi doldurmasında onlara yardımcı olacak gerekli açıklamalara yer verilmiştir.

Anket formu araştırmanın temel amacına hizmet edecek şekilde hazırlanmıştır. Anket 3 bölümden oluşmaktadır, ilk bölümde katılımcılara demografik sorular sorulmuştur, ikinci bölümde sosyal medya kullanımı ile ilgili sorular yer almaktadır ve son bölümde Özgecan Aslan cinayeti ile ilgili sorular bulunmaktadır. Anket formu hazırlandıktan sonra uygulamaya geçilmeden önce ön test uygulanmıştır, bu test 20 kişiye uygulanmış ve gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra anket uygulanmıştır.

Verilerin toplanmasında kullanılan bir diğer yöntem ise içerik çözümlemesinin yapılmasıdır. Özgecan Aslan adına açılan birçok Facebook hesabı içerisinde en fazla beğeni alan ve takip edilen sayfa seçilmiştir. Bu sayfada içerik çözümlemesi yapılmıştır.

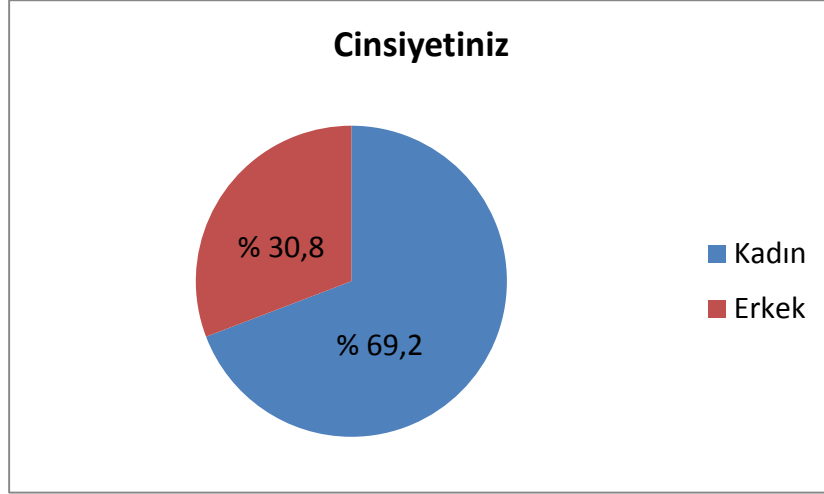
#### **4.9. Bulgular ve Yorum**

Elde edilen veriler aşağıda grafik tablolar ile verilmektedir.

##### **4.9.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri**

Katılımcıların demografik özellikleri grafikler ile belirtilmektedir.

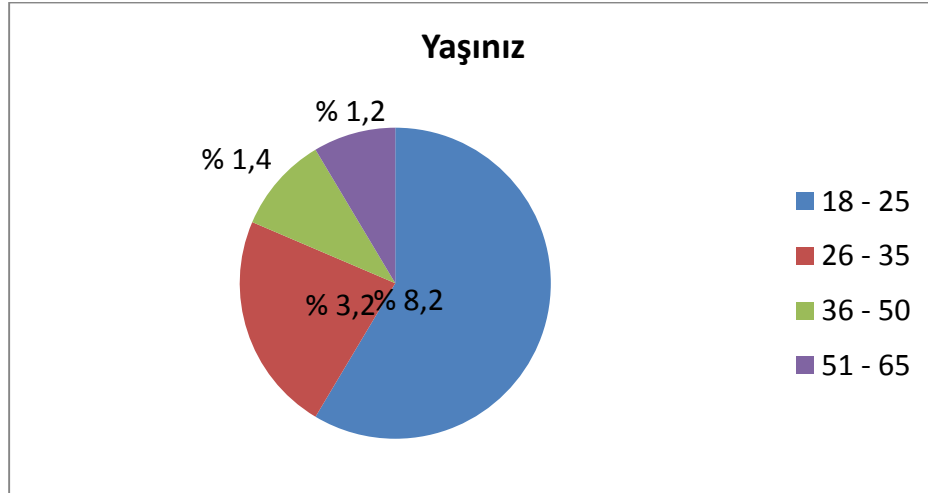
#### 4.9.1.1. Cinsiyet Dağılımı



**Şekil 1:** Cinsiyete Göre Dağılım

Yapılan ankette katılımcılara 5 adet demografik soru sorulmuştur, bu sorulardan ilki olan cinsiyet sorusuna katılımcıların tamamı yanıt vermiştir. Katılımcıların yarısından fazlası 346 kişi (% 69,2) kadın, 154 kişi (% 30,8) erkeklerden oluşmaktadır. Ankete kadınların ilgisi ve katılımı daha fazladır, bunun nedeni olarak çalışmanın konusunun kadınları daha fazla ilgilendirmesi ve kadın dayanışması olarak görülmesi şeklinde değerlendirilebilir.

#### 4.9.1.2. Yaş Dağılımı



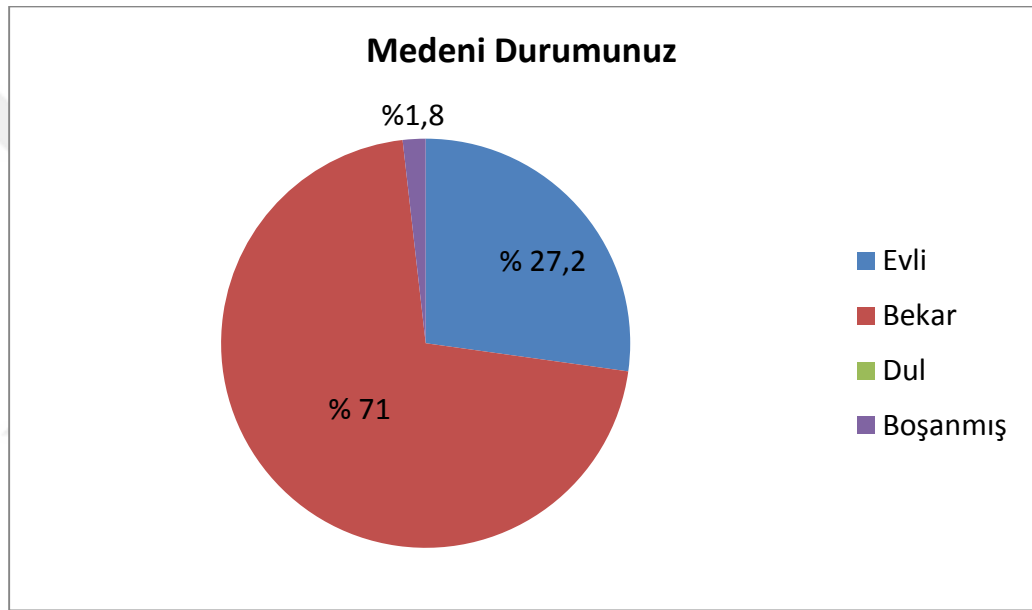
**Şekil 2:** Yaşa Göre Dağılım

Anketin ikinci sorusu olan yaş sorusuna da katılımcıların tamamı cevap vermiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 244 kişi (% 48,8) 18 – 25 yaş aralığındaki

gençlerden oluşmaktadır. Katılımcılardan 207 kişi (% 41, 4) ü 26 -35 yaş aralığında, 37 kişi (% 7,4) ü 36 -50 yaş aralığında, 12 kişi (% 2,4) ü 51 -65 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır.

Katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında gençlerin daha fazla katkı sağladığı görülmektedir. Bunun nedeni gençlerin sosyal medyayı daha aktif olarak kullanması ve protesto, eylem gibi haklarını kullanma konusunda gençlerin daha bilinçli olmasıdır. Bu durumun bir diğer nedeni de bu olayda mağdur olan kişinin genç bir üniversite öğrencisi olmasıdır.

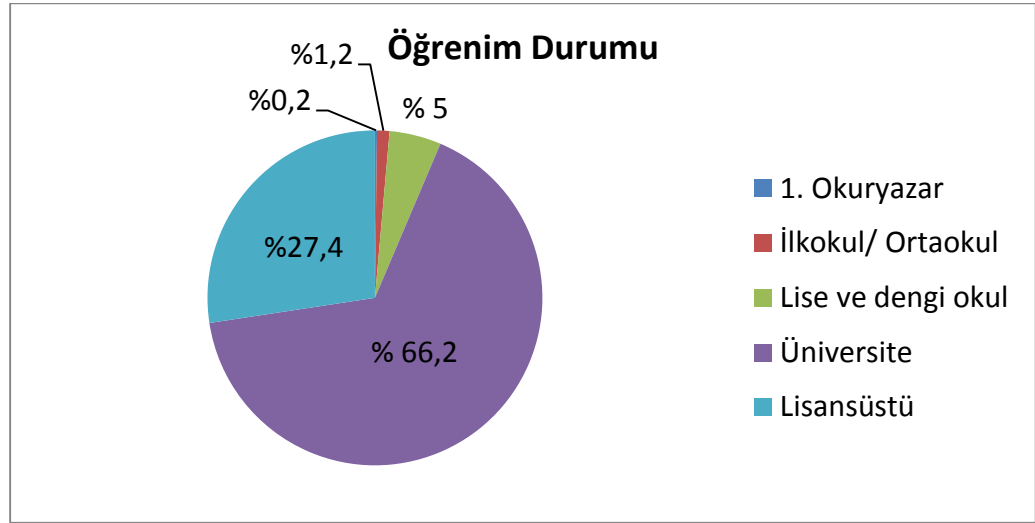
#### 4.9.1.3. Medeni Duruma Göre Dağılım



Şekil 3: Medeni Duruma Göre Dağılım

Katılımcıların tamamı medeni durum sorusuna da cevap vermiştir, katılımcılardan 355 kişi (% 71) i bekâr, 136 kişi (% 27,2) si evli ve 9 kişi (% 1,8) i boşanmıştır. Bekâr insanların ankete katılımı daha fazladır. Katılımcıların gençlerden oluşması ile bekâr olması paralellik göstermektedir. Çalışmamıza da konu olan Özgecan Aslan cinayetinde mağdurun bekar olması katılımcıların empati yaparak ankete katılmalarına neden olduğu şeklinde yorumlanabilir.

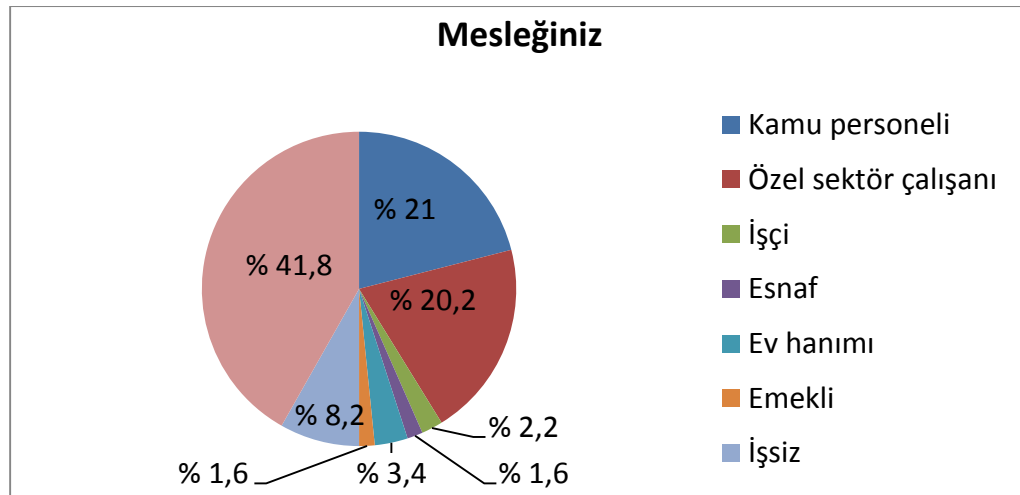
#### 4.9.1.4. Eğitim Durumuna Göre Dağılım



Şekil 4: Öğrenim Durumuna Göre Dağılım

Anketin dördüncü sorusu katılımcılara eğitim durumlarını sormaktadır, tablo 4’de de görüldüğü gibi bu soruya katılımcıların tamamı cevap vermiştir. Katılımcılardan 331 kişi (% 66,2) üniversite, 137 kişi (% 27,4) lisansüstü, 25 kişi (% 5) lise ve dengi ve katılımcılardan 6 kişi (% 1,2) ilkokul ortaokul olarak belirtmiştir. Bu veriler göstermektedir ki katılımcıların eğitim düzeyi yüksektir. Katılımcıların büyük bir kısmı üniversite ve üzeri eğitim almıştır.

#### 4.9.1.5. Mesleğe Göre Dağılım



Şekil 5: Mesleğe Göre Dağılım

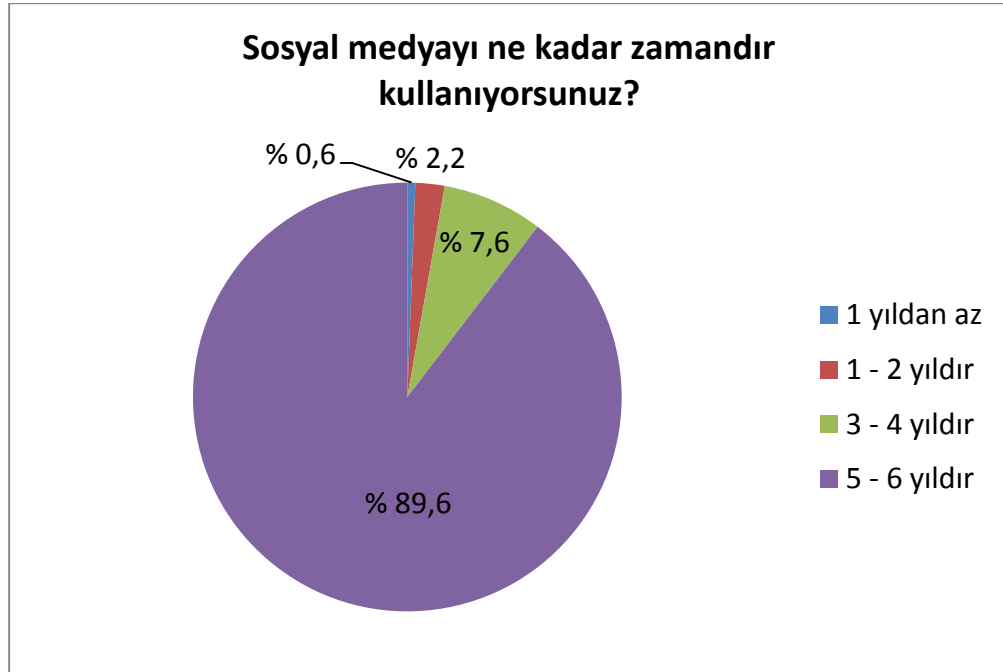
Demografik sorulardan bir diğeri olan mesleğiniz sorusuna katılımcılardan 209 kişi (% 41,8) öğrenci, 105 kişi (% 21) kamu personeli, 101 kişi (% 20,2) özel sektör çalışanı, 41 kişi (% 8,2) işsiz, 17 kişi (% 3,4) ev hanımı, 11 kişi (% 2,2) işçi, 8 kişi (% 1,6) esnaf ve 8 kişi (% 1,6) emekli şeklinde cevap vermiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı öğrencilerden oluşmaktadır, ülkemizde üniversite öğrencileri sosyal medyayı yoğun olarak kullanmaktadır. Aynı şekilde protesto, eylem, yürüyüş ve gösteri etkinliklerini ulaşılmak istedikleri amaçlar doğrultusunda sık kullanmaktadırlar.

#### 4.9.1.6. Yaşadıkları Yere Göre Dağılım

Katılımcıların 471'i yaşadığınız yer sorusuna cevap vermiştir. İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde yaşayan katılımcıların fazla olduğu görülmektedir. Türkiye'nin her yerinden gelen cevaplara ek olarak ABD, KKTC, Macaristan, Rusya, Belçika, Polonya, Romanya, Azerbaycan ve Almanya gibi 9 farklı ülkeden de katılım olmuştur.

#### 4.9.1.7. Sosyal Medyayla İlgili Sorular

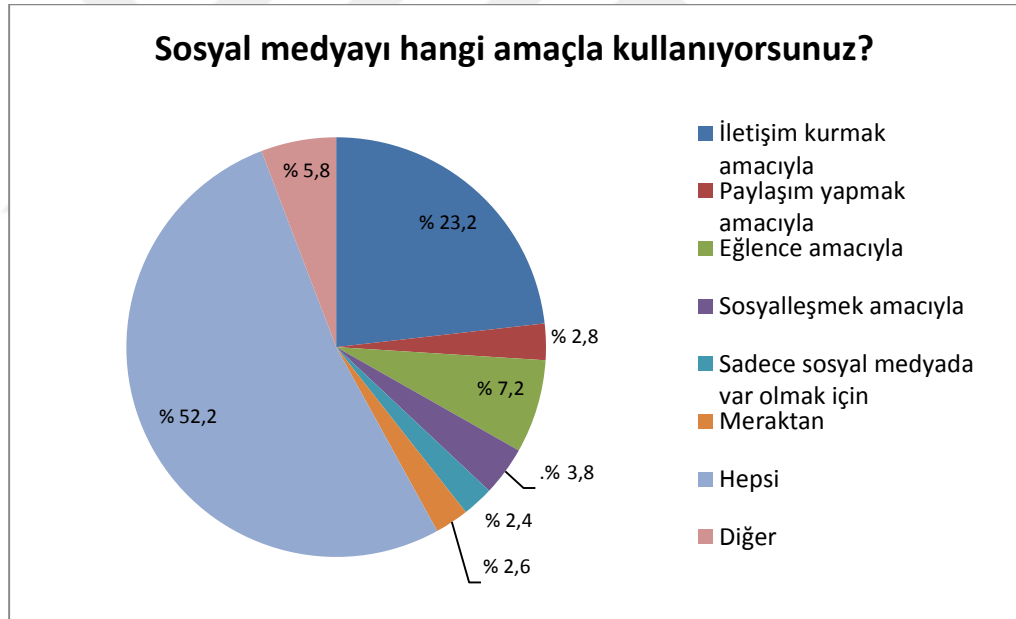
Anketin ikinci kısmında katılımcılara sosyal medya kullanımına yönelik sorular sorulmuştur.



**Şekil 6:** Sosyal medyayı ne kadar zamandır kullanıyorsunuz

İlk etapta sosyal medyayı ne kadar zamandır kullanıyorsunuz sorusu yöneltmiştir, katılımcıların tamamı sosyal medyayla ilgili soruları yanıtlamıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 448 kişi (% 89,6) 6 yıldır, 38 kişi (% 7,6) 3 -4 yıldır, 11 kişi (% 2,2) 1 -2 yıldır ve 3 kişi (% 0,6) 1 yıldan az süredir kullandığını belirtmiştir. Bu veriler göstermektedir ki sosyal medya uzun bir zamandır yaşamımızda yer almaktadır.

Tablo 6’da da görüldüğü gibi katılımcıların büyük bir kısmı 6 yıl ve üzerinde bir zamandır sosyal medyada Facebook’ta bulunmaktadır. Uzun yıllardır yoğun olarak kullandığımız Facebook’ta yaşamımıza dair her şeyi paylaşmaktayız. Bu durumu en çok toplumsal olaylara tepki verirken kullanıyoruz, yaşanan olumsuzluklar karşısında gücümüz yetmediğinde, çözüm getiremediğimizde en azından bu mecra üzerinden fikirlerimizi paylaşıyoruz ve insanlara duyuruyoruz.

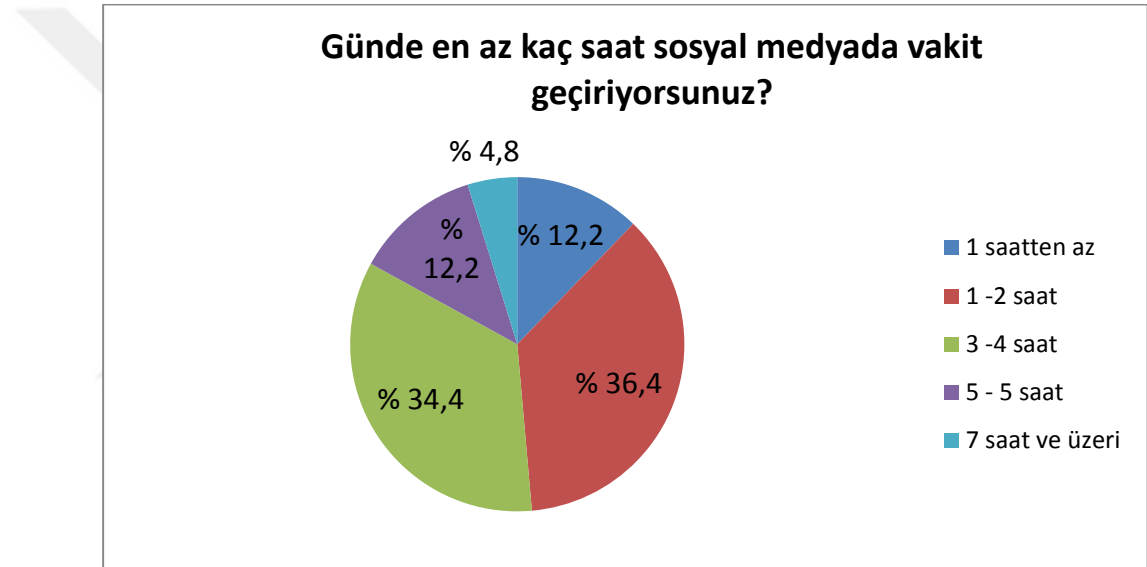


**Şekil 7:** Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?

Sosyal medyayı hangi amaçla kullandıklarına yönelik soruda katılımcıların yarısından fazlası 261 kişi (% 52,2) hepsi cevabını vererek sosyal medyanın bütün işlevlerini kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların 116 kişi (% 23,2) iletişim kurmak amacıyla, 36 kişi (% 7,2) eğlence amacıyla, 29 kişi (% 5,8) diğer, 19 kişi (% 3,8) sosyalleşmek amacıyla, 14 kişi (% 2,8) paylaşım yapmak amacıyla, 13 kişi (% 2,6)

meraktan, 12 kişi (% 2,4) sadece sosyal medyada var olmak amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Tablo 7’den de anlaşıldığı üzere katılımcıların çoğı sosyal medyanın bütün yönlerini kullanmakta ve tek amaçla değil de birçok amaçla kullanmaktadır.

Katılımcılar arasındaki ikinci büyük çoğunluk da sosyal medyayı iletişim kurmak amacıyla kullanmaktadır. Sosyal medyanın kullanım kolaylığı ve aynı anda binlerce kişiye ulaşabilme özelliğı bu durumu etkilemektedir. Bir yandan da görölmektedir ki insanların sosyal medyayı kullanma amaçları çeşitlilik göstermektedir. Kullanım amaçlarındaki bu geniş yelpaze Facebook kullanımını daha cazip bir hale getirmektedir. Bu durum bazen aşırılıklara neden olmakta ve sosyal medya bağımlılığına dönüşmektedir.

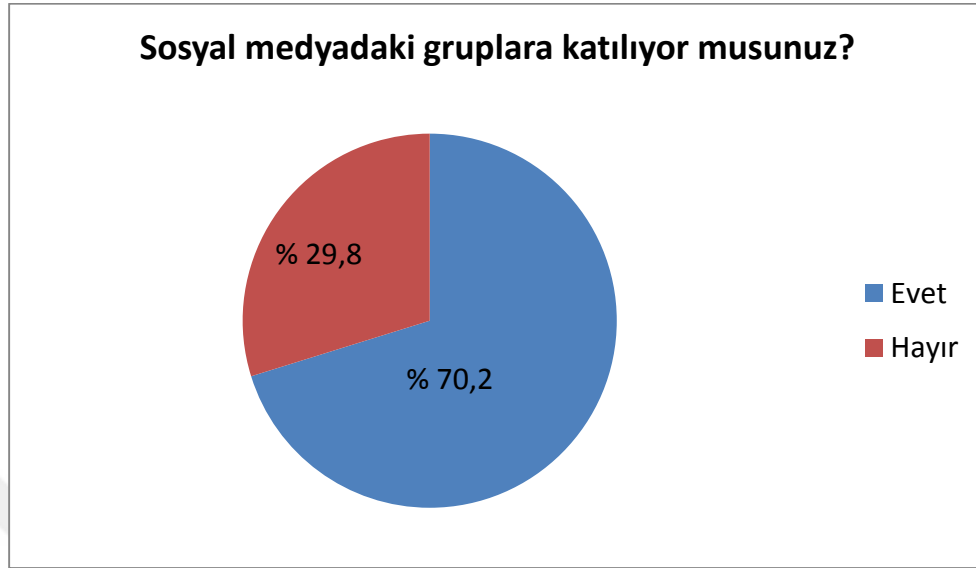


**Şekil 8:** Günde en az kaç saat sosyal medyada vakit geçiriyorsunuz?

Gün içerisinde en az kaç saat sosyal medyada vakit geçiriyorsunuz sorusuna 182 kişi (% 36,4) 1 -2 saat, 172 kişi (% 34,4) 3- 4 saat, 61 kişi (% 12,2) 5 -6 saat, 61 kişi (% 12,2) 1 saatten az ve 24 kişi (% 4,8) 7 saat ve üzerinde vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 8’deki veriler de göstermektedir ki sosyal medya kullanımı bağımlılık derecesindedir. İnsanlar gün içerisinde yaşamsal aktivitelerinden kısıtları zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medyada geçirmektedirler. Altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi, erişim imkânları ve mobil kullanım kolaylıkları beraberinde bağımlılık davranışını

ortaya koymaktadır. Günümüzde artık sosyal medya kullanmayanlar yadırganmaktadır. Uzun zaman geçirince her türlü etkinliği de buradan gerçekleştirmeye başlamaktadır.



**Şekil 9:** Sosyal medyadaki gruplara katılıyor musunuz?

Sosyal medyadaki gruplara katılıyor musunuz sorusuna 351 kişi (% 70,2 ) si evet, 149 kişi (% 29,8) i hayır cevabını vermiştir. Sosyal medyanın kendisi de bir gruptur aslında ve insanlar hesap açtıkları zaman otomatikman gruba dâhil olmaktadır.

Sorunun devamında evet cevabını verenlere nedeni sorulmuştur ve buna 328 kişi cevap vermiştir. Katılımcılar neden olarak; bilgi almak için, grupları merak ettikleri için, ilgi alanlarına yönelik konular içerdiği için, bilgi paylaşmak için, sosyalleşmek için, iletişim kurmak için, eğlenmek için, benim gibi düşünen insanlarla bir araya gelmek için, grupların etki güçlerinin daha fazla olmasından dolayı ve gündemden haberdar olmak olarak belirtmişlerdir. İnsanlar, fitratları gereği bir topluluğa, bir gruba dâhil olmak isterler yalnız kalmak bireyi tedirgin eder. Bireyler kendilerini ifade ederken bir grup içerisinde olduklarında daha rahat davranırlar ve fikirlerini beyan ederler. Yalnız kaldıklarında sorumluluk sadece kendilerinde olduğundan fikirlerini beyan ederken ve eyleme geçerken daha temkinli davranmaktadırlar. Bu sorumluluk yükünden kurtulmak için de bireyler gruplara dâhil olmaktadır.

Bireyler kimi zamanda dışlanmamak için gruplara katılırlar, uygulanan anketin açık uçlu sorularından elde edilen veriler erkekler bu olayda Özgecan Aslan'a destek

olmak ve kendilerini suçlulardan ayrı tutmak için de dayanışma gruplarına katılmışlardır. Suçu işleyenin hemcinsleri olması erkekler üzerinde bir baskı oluşturmaktadır ve bu baskıdan kurtulmak için “ben farklıyım” diyebilmek için de gruplara katılmaktadırlar.



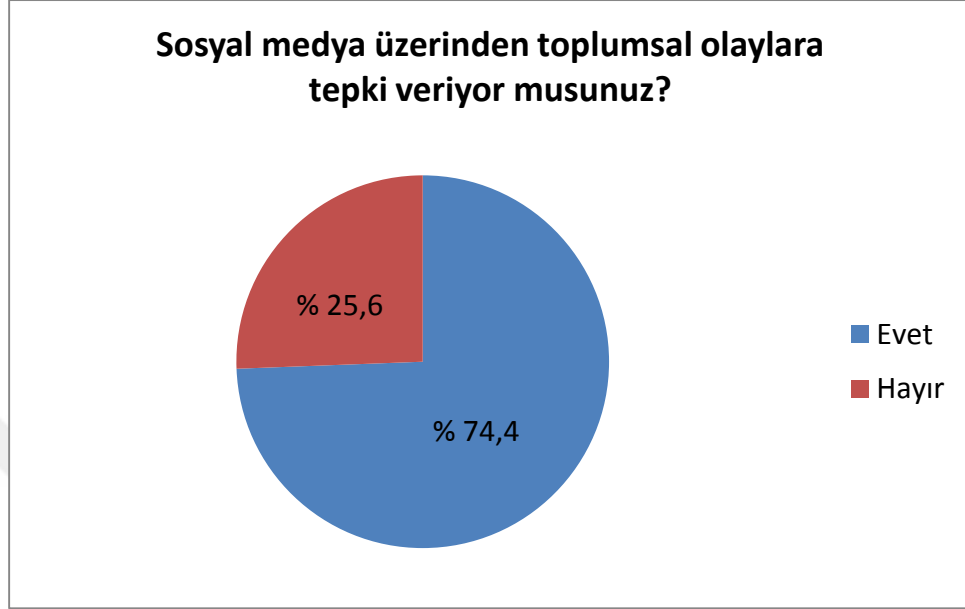
**Şekil 10:** Sosyal medya üzerindeki etkinliklere katılıyor musunuz?

Anketin 12. sorusunda katılımcılara sosyal medya üzerindeki etkinliklere katılıyor musunuz sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 349 kişi (% 69,8) hayır, 151 kişi (% 30,2) evet cevabını vermiştir. Devamında neden katılıyorsunuz sorusuna şu cevaplar verilmiştir; meraktan, eğlence amacıyla, sosyalleşmek için, ilgi alanıyla ilgili bilgi almak ve paylaşmak için, hızlı iletişim imkânı sunduğu için, arkadaşların davet ve isteklerinden dolayı, etkinliğin içeriği ile ilgili destek olmak için, dayanışma ve etkinliğin gücünü arttırmak şeklinde sıralanmaktadır.

Sosyal medyanın yaşamımızda her alana girmesiyle birlikte insanların oluşturdukları ve katıldıkları etkinliklerin duyurusu buradan yapılmaya başlamıştır. Kimi zamanda bu etkinlikler sosyal medya üzerinden yürütülmektedir. Sosyal medya üzerinden yürütülen etkinliklere katılım daha yüksektir, bunun nedeni sosyal medyanın gücüdür ve bireyler bu gücü kendi amaçları doğrultusunda kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın zaman ve mekândan bağımsız olması ve sınırları aşan özelliğinden dolayı etkinlikler sosyal medya üzerinden yürütülmektedir.

Tablo 10’da da görüldüğü üzere katılımcıların büyük bir kısmı etkinliklere katılmamaktadır. Bu durumun temel nedenleri insanların duyduğu güven problemidir,

bireyler sosyal medyada oluşturulan etkinliklerin gerçek olmadığını düşünmektedir. Aynı zamanda bu mecrada yürütülen etkinliklerden bir sonuç elde edilemeyeceği inancıdır. Ancak doğrudan olmasa da dolaylı olarak amacına hizmet etmektedir.



**Şekil 11:** Sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki veriyor musunuz?

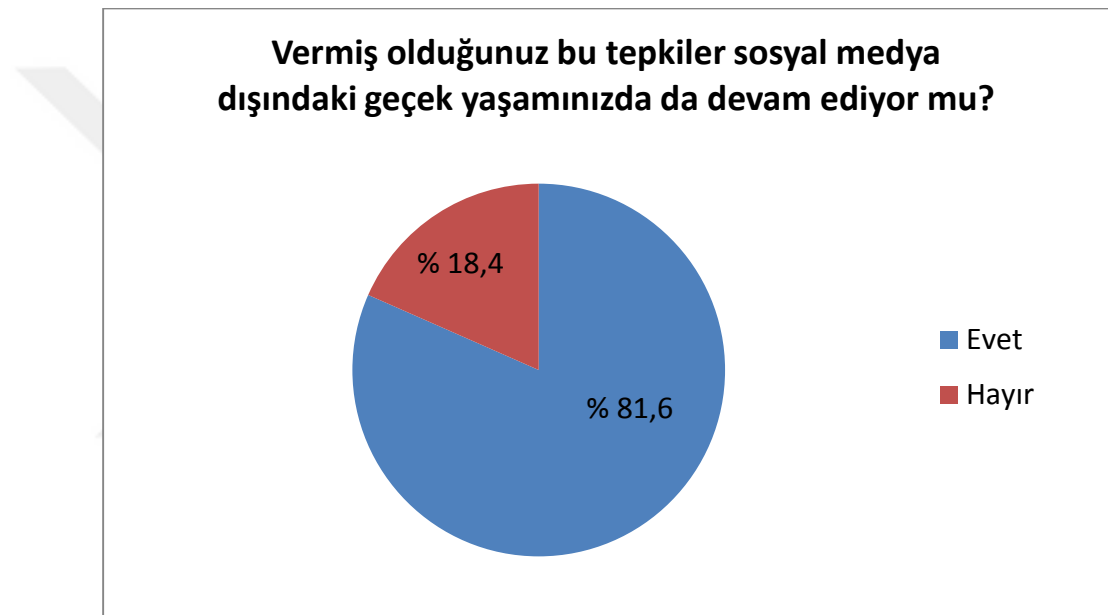
Sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki veriyor musunuz sorusunu katılımcıların tamamı yanıtlamıştır. Katılımcılardan 372 kişi (% 74,4) evet, 128 kişi (% 25,6) hayır şeklinde cevap vermiştir. Tablo 11'deki veriler göstermektedir ki toplumsal olaylara verilen tepkiler sosyal medya üzerinden de verilmektedir. Günümüzde sosyal medya önemli bir güç haline gelmiştir, bu gücün farkında olup toplumsal olaylarda sesini duyurmak ve bazen de topluma yön vermek isteyen bireyler bu gücü en etkili şekilde kullanmaktadırlar. Ankete katılan bireylerin vermiş olduğu cevaplarda bu doğrultudadır.

Neden toplumsal olaylara tepki veriyorsunuz sorusuna katılımcılar; farkındalık oluşturmak amacıyla, toplumsal olaylar bu toplumun bireyi olarak bizi de ilgilendirdiği için, daha önce yaşanan toplumsal olaylarda sosyal medya etkili olduğu için, sesimi duyuracağım başka bir platform olmadığı için ve sosyal medya daha etkili olduğu için gibi nedenlerden dolayı tepki verdiklerini ifade etmişlerdir.

Bu soruya verilen açık uçlu cevaplara bakıldığında insanların birazda vicdani bir sorumlulukla kendilerini iyi hissetmek için tepkilerini dile getirdiklerini görmekteyiz. Katılımcıların bir kısmı bu tepkilerin bir yaptırım gücü oluşturduğuna inanmaktadır,

geriye kalan kısmı ise bir sonuca ulaşamayacağını ama yine de tepki verdiklerini belirtmişlerdir. Bunu yapmalarının nedeni de sosyal medyanın sınırları kaldıran gücüdür. Katılımcıların küçük bir kısmı sosyal medya üzerinden verilecek tepkiler yerine sosyal yaşamda tepki verdiklerini bunun daha samimi olduğunu belirtmişlerdir.

Sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki veren bireyler kimi zamanda klavye kahramanları denilerek eleştirilmektedir. Klavye kahramanları, gerçek yaşamda yeterli olamadığı, cesaretinin olmadığı alanlarda bilgisayar başında olduğundan çok farklı izlenim oluşturan kişilere yönelik yapılan bir benzetmedir (<http://blog.milliyet.com.tr/klavye-kahramanlari/Blog/?BlogNo=423653> ET: 11.02.2017)



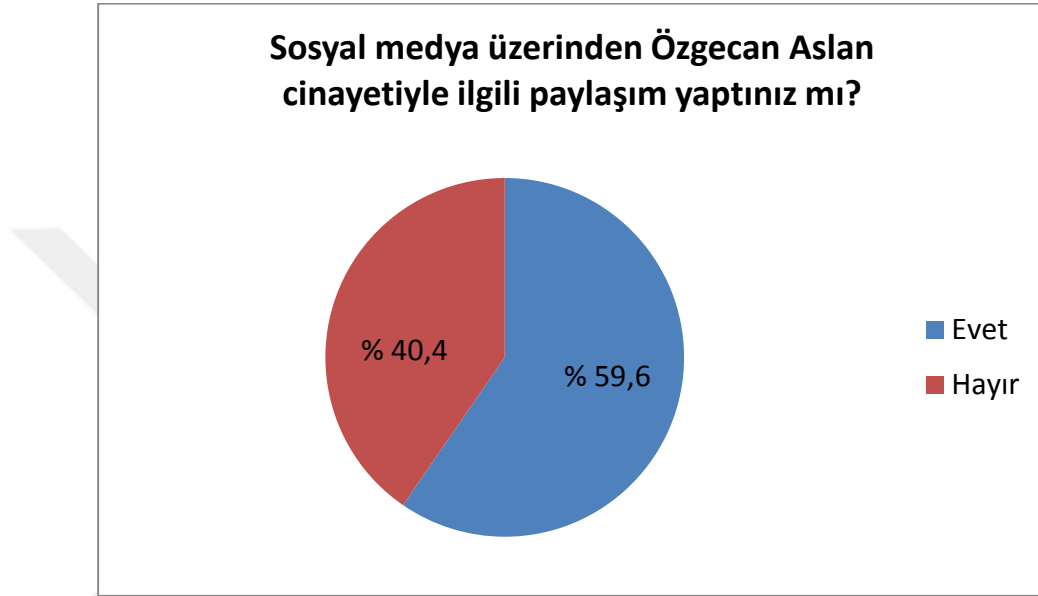
**Şekil 12:** Vermiş olduğunuz bu tepkiler sosyal medya dışındaki gerçek yaşamınızda da devam ediyor mu?

Bir önceki soruyla da alakalı olarak vermiş olduğunuz bu tepkiler sosyal medya dışındaki gerçek yaşamınızda da devam ediyor mu sorusuna katılımcıların tamamı cevap vermiştir. Tablo 12’de de görüldüğü gibi katılımcıların büyük bir kısmı 408 kişi (% 81,6) evet, 92 kişi (% 18,4) hayır şeklinde yanıtlamıştır.

Sosyal medyanın sunduğu imkânlardan dolayı olaylara tepki vermek çok kolay ve kısa bir zamanda olmaktadır. Mobil erişim imkânının olması işleri daha kolay hale getirmektedir. İnsanlar bilgisayar başında yaşıyorlar diye eleştiriliyorlar, ancak burada sergilenen duruş gerçek yaşamda da devam etmektedir.

Gerçek yaşamda bir araya gelebilmek için organizasyonlar burada oluşturulup bireylere haber veriliyor ve yönetimi de aynı şekilde sosyal medya üzerinden yapılıyor. Tablo 12 deki veriler de göstermektedir ki sosyal medya üzerinden gösterilen tepkiler gerçek yaşamda da devam etmektedir.

#### 4.9.2. Özgecan Aslan ile İlgili Sorular



**Şekil 13:** Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili paylaşım yaptınız mı?

Anketin 3. kısmında Özgecan Aslan cinayeti sonrası sosyal medyadaki dayanışma olgusuyla ilgili sorular yer almaktadır. Katılımcılardan 298 kişi (% 59,6) sı sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili paylaşım yaptığını, 202 kişi (% 40,4) yapmadığını belirtmiştir.

Katılımcılardan evet cevabı verenler neden olarak şunları; tepkimi göstermek için, farkındalık oluşturmak için, insanlığa yakışmayan bir olay olduğu için, kadınlar hemcinsine destek olmak için, çözüm üretecek merciler üzerinde baskı oluşturmak için, bu caniliği yapanlara duyduğum nefreti içimde tutamadığım ve dışa vurmak istedim için şeklinde ifade etmişlerdir.

Bu olayla ilgili kadınlar özellikle de anne olanlar güçlü bir empati içerisindedirler, yaşanan acıyı onlarda yaşamışlardır verilen cevaplar bunu göstermektedir. Paylaşımlar yapılırken temel dürtü siyasileri harekete geçirmek ve etkin

çözüm üretmektir. Destek olanlar aynı zamanda öfkelerini bu şekilde dışarı yansıtmışlardır. Kullanılan ifadeler insanların içindeki öfkenin dinmediğini göstermektedir. Bireyler paylaşım yaparken kendilerini rahatlatmak ve vicdani sorumluluktan kurtulmak düşünceleri ile de hareket etmiş olabilirler.

Bu olayın üzerinden zaman geçmiş olmasına rağmen insanlar olayı, vermiş oldukları tepkileri ve toplumda yaşananları hatırlamaktadırlar. Sorunun açık uçlu kısmına cevap veren 368 katılımcı içerisinde sadece 3 kişi vermiş olduğu tepkileri hatırlamadığını belirtmiştir. Olaylar sosyal medyada konuşulur ve kısa bir süre sonra herkes her şeyi unuttur algısının bu olayda farklı olduğu görülmektedir.



**Şekil 14:** Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetine tepkiyi içeren gruplara katıldınız mı?

Katılımcıların büyük bir kısmı Özgecan Aslan cinayetiyle ilgi paylaşım yaparken, aynı katılımcılardan 428 kişi (% 85,6) sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetine tepkiyi içeren gruplara katılmadığını, 72 kişi (% 14,4) katıldığını belirtmiştir. Bireyler bu konuda bireysel olarak paylaşım yapmışlardır ancak gruplara dâhil olmamışlardır. Katılımcılar bireysel tepki verdiklerini ve bunun yeterli olduğu yönünde fikirlerini açıklamışlardır.

Gruplara katılanlar gerekçe olarak; birlik olarak sesimizin daha fazla çıkacağı, suçluların cezasını alması ve böylesi bir olaya kimsenin yeltenmeye cesaret edememesi şeklinde belirtmişlerdir. Gruplara katılanlar katılımcılar içerisinde % 14,4 gibi küçük bir

bölümü oluşturmaktadır, bunlarda birlik olmak birlik olmanın gücünü kullanmak ve sonuca etki etmek istemişlerdir.



**Şekil 15:** Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili sosyal medyadaki imza kampanyasını imzaladınız mı?

Anketin 21. sorusu olan Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili sosyal medyadaki imza kampanyasını imzaladınız mı sorusuna katılımcılardan 273 kişi (% 54, 6) evet, 227 kişi (% 45,4) hayır olarak cevap vermiştir. Katılımcılar imza kampanyasına katılarak kadına yönelik şiddeti önlemek için çıkarılacak yasanın adının “Özgecan Aslan Yasası” olmasını desteklediklerini belirtmişlerdir. Yaşanan bu talihsiz olay sonrasında Özgecan kadın cinayetlerinin temsili olmuştur.

Katılımcılar içerisinde evet cevabını verenlere nedeni sorulmuştur, buna 382 kişi cevap vermiştir. Neden olarak; suçluların en ağır şekilde cezalandırılması için, adaletin yerini bulması için, bu tür online imza kampanyaları daha fazla kişiye ulaştığı için, desteklerin artması ile yaptırımın artacağına inandığım için, imza kampanyası diğer etkinliklerden daha etkili olduğu için, empati kurduğum için şeklinde belirtilmiştir. Katılımcılar imza kampanyasının daha etkili olacağına inanmaktadırlar.



**Şekil 16:** Sosyal medya üzerinde Özgecan Aslan cinayetine yönelik oluşturulan tepkileri yeterli buluyor musunuz?

Katılımcılardan 332 kişi (% 66,4) sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetine yönelik oluşturulan tepkileri yeterli bulmadığını, 168 kişi (% 33,6) verilen tepkilerin yeterli olduğunu ifade etmiştir.

Tepkiler yeterli değil yeterli olsaydı bu olayın benzerleri yaşanmaya devam etmezdi, Özgecan Aslan cinayeti sonrasında kadına yönelik şiddet ve cinsel şiddeti içeren olaylar yaşanmaya devam etmiştir. Suçluların alacağı cezalar caydırıcı değildir ve bu anlamda ciddi değişiklikler de yapılmamıştır. Bu olayların azaltılması ve son bulması için yasal düzenlemeler yeterli değildir, bunu eğitim ile desteklemek gerekmektedir. Eğitim sisteminin her aşamasında özellikle de erkelere eğitimler verilmelidir.



**Şekil 17:** Sosyal medya üzerinde oluşturulan bu dayanışma olgusunun amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?

Tablo 17’de de görüldüğü gibi anketin 27. sorusu olan sosyal medya üzerinden oluşturulan bu dayanışma olgusunun amacına ulaştığını düşünüyor musunuz sorusuna katılımcılardan 328 kişi (% 65,6) hayır, 172 kişi (% 34,4) evet şeklinde cevap vermiştir. Katılımcılardan evet cevabını verenler neden olarak şunları belirtmişlerdir; yeterliydi çünkü sosyal medyadaki tepkilerin devamında sosyal yaşamda da çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir, sosyal medya güçlü bir mecra ve burada büyüyen tepkiler siyasiler üzerinde az da olsa bir baskı oluşturmaktadır. İnsanlar daha duyarlı davranmaya başlamışlardır.

Sosyal medya üzerinden oluşturulan tepkilerin ve faaliyetlerin ilk amacı bu olayı herkese duyurmaktır, nitekim bu anlamda başarılı da olunmuştur. Bu dayanışmanın temel amacı ise benzer olayların hiçbir şekilde bir daha yaşanmamasıdır, ancak ne yazık ki olayların devamı gelmektedir.

Anketin son sorusunda katılımcılara Özgecan Aslan cinayetine tepki adına başka neler yapılabilirdi sorusu sorulmuştur ve bu soruya 188 kişi cevap vermiştir. Açık uçlu olarak sorulan bu soruya katılımcılar yoğun olarak şu cevapları vermişlerdir;

- Aileye daha fazla destek verilebilirdi.
- Yasa değişikliği yapılabilirdi, cezalar caydırıcı hale getirilebilirdi.
- Bilinçlendirme programları yapılabilir, eğitimler verilebilirdi.
- İdam cezası getirilebilirdi.

- Uluslararası platformlar oluşturulup tepkiler buradan gösterilebilirdi.
- Gerçek hayatta tepkiler devam ettirilmeli ve arttırılmalıdır.
- Sivil Toplum Kuruluşları daha aktif hale getirilebilirdi.
- Kamu spotları yapılabilirdi.
- Sosyal medya üzerinden gönüllüler grubu oluşturulabilirdi bu grup olayı daha canlı tutabilir ve yapılacakların takipçisi olabilirdi.
- Meclis önünde protestolar yapılabilirdi.
- Yapılan eylemler, protestolar ve destek amaçlı yapılan faaliyetlerde istikrar sağlanmalıydı en azından elle tutulur çözümler elde edilene kadar.

Katılımcılar Özgecan Aslan için yapılanların yeterli olmadığını ve daha fazla şeylerin yapılabileceğini sıralamışlardır. Yeteli değildir çünkü sosyal medya üzerinden oluşturulan dayanışma gündelik yaşamda devam ettirilememiştir. Uzantısı olarak yapılan etkinlikler de yeteli olmadığı için köklü değişimler yapamamıştır. Suç işleyenler mahkemede giyiminden, “pişmanım” gibi sözlerinden dolayı ve tahrik unsurları gibi gerekçelerle hak ettikleri cezaları almamaktadırlar. Toplumun beklediği caydırıcı cezaların uygulanabilmesi için köklü değişimler yapılmamıştır. Bu durumun daha da vahim olanı toplumumuzda benzeri olaylar yaşanmaya devam etmektedir.

Bu durumun çözüm üreticileri olan siyasiler daha fazla muhatap alınmalıydı yapılan etkinliklerde, öylesi bir durumda çözümler daha kolay olabilirdi.

#### 4.9.3. İçerik Çözümlemesi

Çalışmanın bu bölümde Özgecan Aslan adına açılan Facebook sayfası içerik çözümlemesi yöntemi ile incelenmiştir. İçerik analizi elde edilen verilerin daha yakından incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram ve temalara ulaşılmasını gerektirir (Yıldırım ve Şimşek, 2010: 89). İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklamaya yardımcı olacak kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Betimsel analizle özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analiziyle derinlemesine bir işleme tabi tutulur ve yeni kavramlar keşfedilir. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır. İçerik analizinin aşamalarını incelemeden önce kullanılan terimleri tanımlamak gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2010: 227).

İçerik çözümlemesi açık içerik ve örtük içerik olarak ayrılmaktadır (Çomu ve Halaiqa, 2014; 42). Bu çalışmada açık içerik çözümlemesi yapılmıştır.

Özgecan Aslan adına açılmış birçok hesap bulunmaktadır, bunlar içerisinde beğeni sayısının en fazla olduğu Facebook hesabı seçilmiştir. Bu sayfayı 63. 216 kişi beğenmiştir.

### **Kategoriler:**

**Tablo 2.** Özgecan Aslan Facebook sayfasındaki paylaşım analizi

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Sayfada yapılan paylaşımlar,       |     |
| Özgecan Aslan metinsel paylaşımlar | 30  |
| Özgecan Aslan resim paylaşımları   | 53  |
| Özgecan Aslan video paylaşımları   | 15  |
| Şiddet içerikli paylaşımlar        | 26  |
| Toplam                             | 123 |

Kaynak: <https://www.facebook.com/OzgecaniUnutmuyoruz/?fref=ts>

Facebook sayfasında toplam 123 paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımlardan 26 tanesi şiddeti ve başka insanların maruz kaldığı şiddeti içermektedir. Geriye kalan 98 paylaşım Özgecan Aslan ile ilgilidir, bu paylaşımların 30'u metinsel içerikli, 53'ü resim ve 15 tanesi de video içerikli paylaşımlardır. Sayfadaki paylaşımların büyük bir kısmı Aslan ile ilgilidir. Gündemin çok hızlı bir şekilde değiştiği ve her şeyin çok çabuk tüketildiği günümüzde bu olayın unutulmaması ve gereken cezaların verilmesi bu sayfanın kullanım amaçlarının başındadır.

Facebook sayfasında yapılan paylaşımların beğeni sayıları binin üzerindedir. Sayfada ilk paylaşım 14 Şubat 2015 tarihinde, en son paylaşım da 11 Nisan 2016 tarihinde yapılmıştır. Sayfada takipçilerin paylaşım yapmasına imkân verilmiştir sayfa yöneticisi tarafından sınırlama getirilmemiştir, aynı zamanda sayfaya mesaj ile de ulaşılmaktadır.

Sayfada şiddete maruz kalmış başka kadınların hikâyelerine de yer verilmiştir. “Cansel’in intiharı ardından Katil tutuklandı, yönetim açığa alındı, MEB 147 numaralı telefona şikâyetlere devam ediyoruz, Cansel için susma! Paylaş. 22 Şubat 2016”.



Kaynak: <https://www.facebook.com/OzgecaniUnutmuyoruz/?fref=ts>

Sayfa Özgecan'a destek için oluşturulmuş olsa da şiddetin her türüsünü kınayan paylaşımlara yer verilmiştir. Kadınların maruz kaldığı şiddetin şekli değişse de kahramanları her zaman aynı olmaktadır. “11 Şubat 2015 = Özgecan Aslan, 21 Şubat 2016= Cansel Buse Kınalı Yine değişen tek şey zaman, ne adalet ne de güvenlik var! İDAMIN GERİ GELMESİNİ İSTEYEN KAÇ KİŞİ VAR!” 22 Şubat 2016.

Ara ara sayfaya destek içerikli paylaşımlar yapılmaktadır. “Desteklerinizi bekliyoruz, Kalıcı çözümler üretmek için toplanıyoruz. Sadece eylem düzenlemenin faydasız olduğu aşikârdır. Bunun için önceliğimiz iletişime geçeceğim Kadın Kolektifleri ile ortaklaşa bir çalışma yapmayı amaçlıyoruz. Destekçi ol, Katıl. Hep beraber "Sesimizi Duyuralım!"

Sayfada Özgecan Aslan'ın dava süreciyle ilgili paylaşımlar yapılmaktadır. “Özgecan'ın katili cezaevinde vurularak öldürüldü! İşte bu haber beğenilir.” 11 Nisan 2016. “Bu nasıl bir acizliktir ki devletin veremediği adaleti, hapisteki mahkûmların vermesini bekliyoruz.” 17 Şubat 2015. Bir hafta arayla bu iki paylaşım yapılmıştır. Katilin cezalandırılmasına sevinilirken diğer taraftan cezanın devlet eliyle idam edilmesi şeklinde olmaması ve bir mahkûmun yapmış olması eleştirilmektedir.



Özgecan'ın fotoğrafları paylaşılmıştır ve unutulmaması, unutturulmaması vurgulanmıştır.

Sayfada Özgecan'ın dilinden paylaşımlar da yapılmıştır;

*“Hayatımın yirmisinde ben küçük bir çocuktum, benim adım ÖZGE CAN okul yolunda vuruldum. ANNE biraz anlatayım kızma ne olur masumum. Akşam eve gelmedim ya çünkü hayatta yoktum, anlatayım dinle ANNE her zaman ki bir gündü, okul saati bitti ANNE belki bu SON GÜNÜMDÜ. Bir otobüs geldi işte bende bindim bilmeden, bir KAHPENİN DÖLÜMÜŞ o şoför sandığım harbiden! Bir baktım ki başka yola saptı şerefsiz köpek, oysa bana göz koymuş nerde bunda ADALET? Teslim olmadım ki ANNE, NAMUS için SAVAŞTIM! Sivri BIÇAK darbesiyle DEFALARCA SAPLANDIM! Orda ölmedim ki ANNE. LEVYE ile VURULDUM! Birde şöyle oldu ANNE; KESİLMİŞTİ HER KOLUM, SONRA BİR ATEŞ YAKILDI BEN İÇİNE KOYULDUM! Çıglıklarım DUYULMADI, ben sesimde BOĞULDUM! Ben bir ŞEHİT oldum ANNE. NAMUS için VURULDUM, dünyaya haykırışım: KADINLIK MI TEK SUÇUM? Şimdi herkes ayaktaymış izlerim ben Cennet'ten. Başka ÖZGE yanmasın tek dileğim yürekten, hayatımın 20sinde darbe yedim FELEKTEN. BABAM sende ağlama ki üzülmesin MELEĞİN! Toprak attılar üstüme şimdi bir KABİRDEYİM”, 17 Şubat 2015”.*

*“Anne? Beni duyuyor musun? Bugün pazar değil neden yıkıyorsunuz beni? Kıyafetlerim nerde? Bu beyaz örtü ne anne? Çok sert. Neden bir tabutun içindeyim? Kim bu insanlar? Neden gömüyorsunuz anne beni? Ben isteyerek yapmadım bunları! Tecavüz ettiler anne! Burası çok karanlık. Korkuyorum anne. Neredesiniz? Göremiyorum. Her taraf toprak kokuyor. Yağmur mu yağdı? Ben artık acı çekmiyorum. Pis, soğuk elleriyle dokundular bana. Bağırđım, çıglık attım kimse duymadı, kimse yardım etmedi bana anne! Kendimi korumaya çalıştım bileklerimi kestiler anne! Ellerimi kopardılar! Artık sana dokunamayacak mıyım? Ateşe attılar beni anne! Yaktılar beni! Artık sana sarılamayacak mıyım? Babamı koklayamayacak mıyım? Ya arkadaşlarım? Onlarla birlikte olamayacak mıyım? ANNE SEN BENİ BIRAKMAZSIN DİMİ? KIZIM CANIM YAVRUM DEYİP SARILIRSIN BANA DEĞİL Mİ? ANNEM BEN SENİ ASLA YANLIZ BIRAKMAM SENDE BENİ YANLIZ BIRAKMAZSIN DİMİ? ÖLMÜŞ OLSAMDA GELİRSİN ZİYARETİME DİMİ? Burası çok soğuk anne. Üşüyorum. BİR AVUÇ TOPRAK DAHA ATARMISIN ÜSTÜME” 16 Şubat 2015”.* Bu

tür paylaşımlar ile takipçilerin duyguları harekete geçirilmeye çalışılmıştır. Duygularına hitap edilen insanların harekete geçmesi daha kolay olur.

Facebook sayfasında oluşturulan imza kampanyası paylaşılmış ve destek beklenmiştir. “Özgecan Aslan için Yaratık katillerinin en ağır cezayı almaları idam edilmeleri için 30.000 imza kampanyası başlatıyoruz. Hadi destek.

Sayfa yöneticileri kadın cinayetlerini kınamak adına dini içerikli paylaşımlar da yapmışlardır, buna örnek olarak şunlar verilebilir:

“Hadi ÖZGECAN’a Bir Fatiha "Elhamdü lillâhi rabbil’alemin. Errahmânir’rahim. Mâlikî yevmiddin. İyyâke na’budü ve iyyâke neste’in, İhdinessırâtel müstâkim. Sırâtellezîne en’amte aleyhim ğayrilmağdûbi aleyhim ve leddâllîn." ÂMİN” 17 Şubat 2015.

“Bir ses yükseldi Veda Hutbesinden; "Kadınlar size Allah'ın emanetidir!"”15 Şubat 2015.

“Peygamber efendimiz Hz. Muhammed (s.a.v.) bir hadisinde bizlere şöyle buyuruyor: "Kadınlar size Allah'ın emanetidir." 14 Şubat 2015.

Bu tür paylaşımlarla insanların dini hassasiyetleri ön plana çıkarılmaya çalışılmış ve bu hassasiyet çerçevesinde kadının değerli olduğu ona yönelik her türlü kötülüğün ve şiddetin inancımızda yeri olmadığı vurgulanmıştır.

Sayfadaki paylaşımlarda toplumsal olarak erkelerin daha rahat ve egemen bir şekilde yetiştirildiği ve kadınların geri planda kaldığı görülmektedir. Şiddet olaylarının engellenebilmesi için erkeklerin daha iyi yetiştirilmesi gerektiği ve sınırlarını bilen bireyler olası gerektiği vurgulanmıştır.

Sonuç olarak Özgecan Aslan adına açılan bu Facebook sayfasında kadına şiddetin her türlü özelliikle cinsel şiddete tepki verilmektedir. Özgecan’ın yaşadığı malum olay kınanmakta, süreç takip edilmektedir. Sayfa günlük yaşamda yapılacak eylemler, yürüyüşler gibi organizasyonların oluşturulup yürütülmesinde aktif olarak kullanılmamıştır.

## SONUÇ

Bilginin en büyük güç olduğu günümüzde bilgiye sahip olanlar ve onu kullananlar daha güçlü ve aktif bir konuma gelmişlerdir. Bilginin en iyi pazarlandığı ve yönetildiği mecra da sosyal medyadır. Sosyal medyanın ortaya çıkış amaçları dönüşüm yaşarken yeni amaçlar da ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın bir örgütlenme mecrası olarak kullanılması son dönemlerde yaygınlık kazanmasının yanında sosyal medyanın en temel işlevleri arasına girmektedir.

Toplum dinamik bir yapıdadır, bu yapının tam ortasında bulunan sosyal medya sunduğu içerikler ile toplumu şekillendirmekte, yönlendirmekte ve toplumsal değerlerin taşıyıcılığını yapmaktadır. Sosyal medyanın bir gücü vardır, bunun getiri ve götürüleri toplum üzerinde görülmektedir.

Bu çalışma her geçen gün gücünü arttıran sosyal medyayı her yönüyle incelemeyi ve uygulama bölümüyle Özgecan Aslan cinayeti sonrası sosyal medyadaki dayanışma olgusunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın uygulama kısmında sosyal medya kullanıcılarının Özgecan Aslan cinayeti sonrasında sosyal medyada bir dayanışma içerisine girip girmediklerini ve bunu nasıl sağladıklarını belirlemek için anket uygulanmıştır ve Özgecan Aslan adına açılan Facebook hesabı içerik çözümlemesi tekniği ile incelenmiş ve aşağıdaki verilere ulaşılmıştır.

Elde edilen bu veriler ankete kadınların daha fazla ilgi duyduğunu göstermektedir. Katılımcıların genç nüfusu temsil eden bireylerden oluştuğu ve dolayısı ile katılımcıların büyük bir kısmı da bekâr bireyler ve öğrencilerden oluşmaktadır.

Sosyal medya kullanımına bakıldığında; katılımcıların büyük bir kısmı altı yıldan fazla bir zamandır sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu zaman dilimi sosyal medyanın yaşamımızda daha fazla yer etmesine ve toplumsal tutumlarımızı etkilemesine neden olmuştur. Sosyal medyanın kullanım amaçları çeşitlilik göstermektedir, ancak katılımcıların büyük bir kısmı Facebook'u iletişim kurmak için kullandığını belirtmiştir.

Tablo 8'de de görülmektedir ki kullanıcıların büyük bir çoğunluğu, günde 1- 4 saat arasında sosyal medyada vakit geçirmektedir. İnsanlar zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medyada geçirirken sadece pasif kullanıcı olarak bulunmuyorlar, aynı zamanda toplumsal olayları buradan takip ediyorlar, zaman zaman müdahil olarak olaylara yön veriyorlar.

Sosyal medya bireylerin kendisi gibi düşünen diğer insanları kolaylıkla bulmasına imkân vermektedir. Bireylerin gruplara katılması da bunun en belirgin göstergesidir. Ankete katılan katılımcıların (% 70,2'si) sosyal medyadaki gruplara katıldığını belirtmiştir. Grupların birçok amacı vardır, dayanışma örgütleri oluşturmak, bunları yönetmek ve taraftar toplamak da bunlardan birisidir. Özgecan Aslan'a destek olmak için birçok grup kurulmuştur ve bunların büyük bir kısmı devam etmektedir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (% 74,4'ü) sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki verdiğini ve bu tepkilerin de sosyal yaşamında devam ettiğini ifade etmiştir. Bu veriler göstermektedir ki sosyal medyada dayanışma olgusu vardır ve uzantıları gündelik yaşamımızda da devam etmektedir. 12. Tabloda elde edilen verilere göre sanal ortamda gösterilen tepkilerin sadece burada kalmadığını gündelik yaşamda gösterilen tepkiler ile paralellik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcılara yöneltilen Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili paylaşım yaptınız mı? Sorusuna katılımcıların (% 59,6'sı) evet cevabını vermiştir. Katılımcıların (% 54,6'sı) sosyal medyadaki imza kampanyasını imzaladığını belirtmiştir. Bu veriler göstermektedir ki katılımcılar destek olmak için bireysel olarak paylaşımlar yapmanın yanında toplumsal gücü harekete geçirmek için de çalışmalara katılmışlardır. Bireysel çabaların yanında kitlelerin gücünden yararlanmayı hedeflemişlerdir, çünkü bu şekilde çözüme ulaşmak daha kolaydır.

Katılımcıların büyük bir kısmı (% 66,4'ü) Özgecan Aslan cinayetine yönelik tepkilerin yeterli olmadığını belirtmiştir. Katılımcılar siyasileri ve güç erklerini harekete geçirmek konusunda yetersiz kaldıklarını bundan dolayı da beklenen çözümlerin üretilmediğini belirtmişlerdir. Sosyal medya üzerindeki örgütlenmenin gündelik yaşama daha fazla aktarılması gerektiği ifade edilmiştir.

Tablo 17'de de belirtildiği gibi katılımcılar sosyal medya üzerinde oluşturulan dayanışma olgusunun amacına ulaşmadığını düşündüklerini belirtmişlerdir. Sosyal medya üzerinde dayanışma en iyi şekilde sağlanmış ve sosyal yaşamdaki organizasyonlara temel oluşturmuştur.

Özgecan Aslan cinayeti sonrasında kadınların ve erkeklerin olaya nasıl baktıklarını ve değerlendirdiklerini sorgulayan araştırma soruları neticesinde; kadınlar olayın mağduru ile empati kurmuşlardır. Kadınlar hemcinslerine destek olmak için tepki verdiklerini ve olayın taraflarından birisi olduklarını ifade etmişlerdir. Erkek katılımcılar olaya kadınların tarafından baktığını ve onları desteklediklerini

belirtmişlerdir. Yaşanan olayda kendilerini bu olayın tarafı olan erkeklerden ayrı tuttuklarını ve olayı kınadıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma sorularının 3.sü olan cinayet olayına kadınların tepkisi nasıldır? Sorusuna kadınlar yaşanan vahşet durumunu şiddetle kınadıklarını ve yetkililerin çözüm üretmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Toplum içerisinde kadınlar hangi konumda olursa olsun, kadın olmanın zor olduğu ve ciddi sıkıntılar ile karşılaşıldığı belirtilirken, suçluların gerekli cezaları almadığı ve bu durumun ivedilikle çözülmesi gerektiği vurgulanmıştır. Kadınlar bu olayın her an kendi başlarına da gelebileceği düşüncesi içerisinde oldukları belirtilmiştir.

Cinayet olayına erkeklerin tepkisi de kadınların tepkisi ile aynıdır. Cezaların ağırlaştırılması gerektiği ve yeni yasalar ile “ıdam cezasının” getirilmesini desteklediklerini belirtmişlerdir. Erkek ve kadınların sosyal medyadaki dayanışma örgütlerinde ne oranda yer aldıklarına bakıldığında, kadınların erkeklere oranla daha etkili oldukları görülmektedir.

Bireyleri sosyal medyadaki dayanışma örgütlerine katılmaya iten motivasyon unsurları şunlardır; kadınlar ben de bir kadının ve benim de başıma gelebilir düşüncesi ile empati kurmakta ve motive olmaktadır, erkekler biz farklıyız, suçlular hemcinsimiz olsa da aynı düşüncede değiliz düşüncesi ile motive olmaktadır. Katılımcılar yaşananların çok ağır olduğunu hiçbir canlının böyle bir olay yaşamaması gerektiği ve bunun kabul edilemeyeceği motivasyonu ile dayanışmaya destek olduğunu ifade etmiştir. Temel motivasyon unsuru ise bu olaylara dur demek, yaşanan insanlık dışı olayların son bulmasını sağlamak, insanların acısını paylaşmak ve en etkili çözümleri mümkün olan en kısa zamanda üretmektir.

Sosyal medyadaki dayanışma örgütünün işleyişi şu şekildedir; Facebook hesapları açılarak olay daha fazla kişiye duyurulmakta ve insanların bu olayı unutmaması için sürekli paylaşımlar yapılmaktadır. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü gibi önemli günlerde Özgecan Aslan’ı unutmamak ve unutturmamak adına organizasyonlar yapılmakta ve bunlar gerçekleştikten sonra sosyal medyada paylaşılmaktadır. İmza kampanyasına destekleri arttırmak için paylaşımlar yapılmıştır.

Dayanışma örgütünün bir yaptırımı var mıdır? Hipotezi gerçekleşmemiştir, Özgecan Aslan’a destek olmak ve bundan sonra kadınlara yönelik şiddet olaylarının yaşanmaması için kadını yönelik şiddeti önlemek için çıkarılacak yasanın adının “Özgecan Aslan Yasası” olması için imza kampanyaları yapılmıştır. Ancak bu durum

amacına ulaşamamıştır ve siyasi erkler üzerinde bir yaptırım oluşturamamıştır. Diğer yandan kadına şiddet olayları ve kadın cinayetleri devam etmektedir, suçluların almış oldukları cezalar yeterli değildir ve caydırıcı bir nitelik taşımamaktadır. Tahrik durumu, iyi hal gibi komik gerekçeler ile cezalar indirilmektedir.

Sonuç olarak Özgecan Aslan cinayeti sonrası sosyal medya üzerinde bir dayanışma olgusu oluşturulmuş ve başarılı bir şekilde yürütülmüştür. Bu örgütlenme kısmen amaçlarına ulaşsa da yasa değişikliği gibi temel amaçlarına ulaşamamıştır.



## KAYNAKÇA

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı (2016 – 2020), Ankara, 2016.
- Akar, E., (2010), *Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri- Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10, Sayı/ No: 1.
- Alav, O., (2014), *Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri, Sosyal Medya Kullanıcı Araştırması*, Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi, Cilt 1, Sayı 1.
- Akyol, M., (2015), *Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Güz-2015, Cilt:15, Sayı.55, (98-114).
- Appel, H., (2015), Social Comparison, Envy, and Depression on Facebook: a Study Looking at the Effects Of High Comparison Standards on Depressed Individuals, Journal of Social and Clinical Psychology, Vol. 34, No. 4, 2015, pp. 277-289.
- Babacan, M.E., (2015), *Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni İnsanın Karakter Analizi*, Cyprus International University, folklor/ edebiyat, cilt:12, sayı: 83, 2015/3.
- Babacan, M. E., (2016), *Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi*, ADDICTA: THE TURKISH JOURNAL ON ADDICTIONS, DOI 10.15805/addicta.2016.3.0017, Nisan 2016, 3(1), 7-28.
- Başaran, F., (2010), *Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları*, Mülkiye 2010, Cilt: XXXIV, Sayı: 269.
- Bayhan, V. (2014), *Yeni Toplumsal Hareketler ve Gezi Parkı Direnişi*, Birey ve Toplum, Cilt 4, Sayı 7.
- Binark, M., (2015), *Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayı Hakkında: Neden?*, Folklor/ Edebiyat dergisi, cilt:21, sayı:83, 2015/3.
- Binark, M. ve diğerleri, (2007), *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Yayınları, Ankara, Der: Mutlu Binark.
- Bostancı, M., (2010), *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, Yüksek Lisans Tezi.

- Castells, M., (2008), *Ağ Toplumunun Yükselişi Cilt-1 (Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür)* Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Castells, M., (2013), *İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*, (Çev. Ebru Kılıç), Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Ceylan, Y., (2012), *Toplumsal Değerler ve Medya Etiği*, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Nisan 2012, Yıl- 4, S. 7.
- Creswell, J.W., (2014), *Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları Araştırma Deseni*, (Çev. Editörü: S.B. Demir), Eğiten Kitap, Ankara.
- Çaycı, B. ve Karagülle, A.E. (2014) *Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler*, Journal Of Yaşar University, 2014 (9) 36.
- Çoban, B. ve diğerleri, (2009), *Yeni Toplumsal Hareketler Küreselleşme Çağında Toplumsal Muhalefet*, Kalkedon Yayınları, Hazırlayan; Barış Çoban, İstanbul.
- Cüceloğlu, D., (2010), *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları*, Remzi Kitapevi, 20. Basım İstanbul.
- Dacheux, E., (2012), *Kamusal Alan*, Ayrıntı yayınları, İstanbul, Çev. Hüseyin Köse.
- Dal, N.E. ve Dal, V., (2014), *Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 6 Sayı:11 2014 Güz s.144-162.
- Dedeoğlu, A., Ö. & Üstündağlı, E. (2011) *Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi*, Business and Economics Research Journal, 2(2), 23-40
- Erciyeş, G. ve Aydınoglu, N., (2014), *Kadın ve Toplum*, İzmir Üniversitesi, Meta basım matbaacılık, İzmir.
- Eren, V. ve Aydın, A., (2014), *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel sayı 1), 197- 205, 2014.
- Ertürk, Y.D., (2012), *Davranış Bilimleri*, Kutup yıldızı Yayınları, İstanbul.
- Eslem Ziya, H., (2012), *Türk Ceza Kanunu Değişiminde Kadın Aktivistler: Bir Lobicilik Hikayesi*, Sosyoloji Araştırmalar Dergisi, Cilt: 15, Sayı:1, Bahar 2012.

- Göker, G., ve Keskin, S., (2016), *Sosyal Medyada Topluluk İlişkileri: Karikateist Facebook Topluluğu Üzerine Bir Araştırma*, Asos Journal, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 22, Mart 2016, s. 88-108.
- Haberli, Mehmet 2012 “Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler”, İnsan ve Toplumbilim Araştırmaları Dergisi, 1 (3), s. 118-134.
- Habermas, J. (2004) *Kamusal Alan*, Editör: Meral Özbek, Hil Yayınevi, İstanbul.
- Hocaoğlu, D., (2003), *Küreselleşme, Küresel Köy, Küresel Yağma ve Küresel Yoksulluk*, Yoksulluk Sempozyumu Tebliği, 31 Mayıs - 01 Haziran 2003, Yoksulluk, Cilt: I., Deniz Feneri Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, İstanbul, Temmuz 2003, s.268-295.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O., (2012), *Türkiye ve Sosyal Medya*, Okuyan Us Yayın, İstanbul.
- İli, K., (2013), *Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçiftliği Anadolu Lisesi Örneği)*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- İnsan Hakları Derneği, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Kadına Yönelik Şiddet Raporu, (2016), İHD Diyarbakır Şubesi.
- İşman, A. ve Albayrak, E., (2014), Sosyal Ağlardan Facebook’un Eğitime Yönelik Etkileri, Trakya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Dergisi, Cilt:4, Sayı:1, 129- 138.
- Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma, (2004), Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 3. Cilt, Editör: Ayşegül, Güçhan, İstanbul.
- Kara, T., (2013), *Sosyal Medya Endüstrisi*, Beta basım, İstanbul.
- Kara, T. ve Özgen, E., (2012), *Sosyal Medya Akademi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Karagöz, K., (2013), *Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri*, İletişim ve Diplomasi Dergisi, Sayı:1, 30 Eylül 2013.
- Karal, D. ve Aydemir, E., (2012), *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet*, Uluslararası Stratejik Araştırma Kurumu, Sosyal Araştırmalar Merkezi, USAK Raporu, Mart 2012.
- Karatay, A. ve Karatay, A., (2015), *Sosyal Sorumluluk Bağlamında, Dünyada “Kadına Yönelik Şiddete Hayır” Temalı Sosyal Medya Kampanyaları ve Aktivizm Örnekleri*, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015, 8/1.

- Kılıç, S., (2009), *Kamuoyu Oluşum Sürecinde Sosyal Hareketler ve Medya*, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2009, Cilt:2, Sayı: 2, s.150-167.
- Korkmaz, İ., (2013), *Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetlenmek*, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:5, Ekim 2012- Mart 2013.
- Köse, H., (2007), *Küresel “Akıntıya Karşı” Sivil Arayışlar Alternatif Medya*, Yirmidört Yayınevi, İstanbul.
- Mayfield, A. (2008) *What is Social Media?* <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf> Erişim Tarihi: 20.3.2017
- Mert, E. ve diğerleri, (2014), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Derleyen: Mutlu Binark, Ayrıntı yayınları, İstanbul.
- Pelenk Özel, A., (2011), *Sosyal Medya ve Güven: Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri ve Ticari Kuruluşlara Yönelik Ampirik Bir araştırma*, Academic Journal of Information Technology – ISSN: 1309-1581 – Yaz 2011.
- Rheingold, H. (1987) *Virtual Communities Exchanging Ideas Through Computer Bulletin Boards*, Journal Of Virtual Word Research, Vol:1 Issue:1 <https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/view/293> Erişim Tarihi: 18.03.2017.
- Rheingold, H. (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> Erişim Tarihi: 18.03.2017
- Saymer, İ., (2014), *Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri*, Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR), Cilt:2, Özel Sayı, Ağustos 2014.
- Şener, G. ve diğerleri, (2015), *Türkiye’de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri*, Folklor/ Edebiyat, Cilt:21, sayı:83, 2015/ 3, Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı.
- Tatlılıoğlu, K. Ve Küçükköse, İ, (2015), *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet: Nedenleri Koruma, Önleme ve Müdahale Hizmetleri*, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Nisan 2015, S.13.
- Telci, İ. N., (2011), *6 Nisan Hareketi: Yeni Bir Sosyal Aktivizme Doğru mu?*, Ortadoğu Analiz, Nisan 2011, Cilt:3, Sayı:28.
- Toprak, A. vd. (2009), *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”*, (Der.) Mutlu Binark, Kalkedon Yayınları, İstanbul.

- Toprak, A. vd, (2014), *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”*, (Der.) Mutlu Binark, Kalkedon Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Türk, G.D., (2013), *Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri*, İstanbul Üniversitesi: İnet-Tr’13, XVIII. Türkiye’de İnternet Konferansı, 9-11 Aralık 2013, s.55-60.
- Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü, (2010), Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Oğuzhan, Ö. ve diğerleri, (2015), *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada İletişim*, Kalkedon yayınları, Editör; Özlem Oğuzhan, İstanbul.
- Orwell, G., (2011), Bin Dokuz Yüz Seksen Dört, 30. Baskı, Can Yayınları, Çev. Celal Üster.
- Özmen, F.A., (2015), *Gusta ve Le Bon ve Sigmund Freud’un Işığında Kitle Psikolojisi ve Gezi Hareketi’nin Psikolojisi*, Alternatif Politika, Cilt 7. Sayı 1, (Nisan 2015) Sayfa. 183--206.
- Öztürk, E., (2014), *Sosyal Ağlar ve E-Paylaşım: Kalitatif Bir Analiz*, Journal of Yasar University, 2014, 9(36) 6261-6380.
- Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde*, Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar, İstanbul: Media Cat Yayınları.
- Yanık, A. ve diğer. (2014), *Kadına Yönelik Şiddet Davranışının Değerlendirilmesi: Türkiye’den Kanıt*, Electronic Journal of Vocational Colleges-December/Aralık.
- Yanıklar, C., (2014), *Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıkların Sosyolojik Bir Analizi*, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Cilt: 17 Sayı:1 - Bahar 2014.
- Yıldırım, A.ve Şimşek, H. (2016) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 10.Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları .

### Web Siteleri

- <http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/> Erişim tarihi: 21.12.2016
- <http://dijitalhayat.tv/yazarlar/sosyal-medyanin-tarihine-genel-bakis-1> Erişim tarihi: 21.12.2016
- <http://sosyalmedya.co/sosyal-medyanin-tarihi> Erişim tarihi: 21.12.2016
- <https://www.change.org/p/gençlik-ve-spor-bakanlığı-mersin-arena-stadyumu-özgecanaslan-stadyumu-olsun#petition-letter> Erişim Tarihi: 14.12.2015.

<http://www.evrensel.net/haber/266489/ozgecan-aslan-davasi-3-aralikta-gorulecek>

Erişim Tarihi: 14.12.2015.

<http://t24.com.tr/haber/yuzlerce-erkek-kadina-siddete-hayir-demek-icin-kostu,289717>

Erişim Tarihi: 14.12.2015.

<https://www.change.org/p/özgecan-yasası-çıksın-yasalar-kadınları-korusun-ahmet-davutoglu/u/14261882> Erişim tarihi: 21.12.2016

<http://aljazeera.com.tr/haber/ozgecanin-katil-zanlilari-tutuklandi> Erişim tarihi: 21.12.2016

[http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150214\\_ozgecan\\_eylem\\_cenaze?ocid=socialflow\\_facebook](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150214_ozgecan_eylem_cenaze?ocid=socialflow_facebook) E.T.03.12.15

<http://www.hurriyet.com.tr/ozgecan-aslan-ismi-manisa-da-parka-verildi-29080886> Erişim tarihi: 21.12.2016

<http://blog.milliyet.com.tr/klavye-kahramanlari/Blog/?BlogNo=423653> Erişim Tarihi: 11. 02. 2017.

<https://www.facebook.com/OzgecaniUnutmuyoruz/?fref=ts> Erişim Tarihi: 18. 02. 2017

<https://www.facebook.com/OzgecaniUnutmuyoruz/photos/a.787361324682756.1073741827.787356831349872/963956527023234/?type=3> Erişim Tarihi: 12. 02. 2017

<https://www.facebook.com/OzgecaniUnutmuyoruz/videos/949059525179601/> Erişim Tarihi: 12. 02. 2017

<http://erencaner.com.tr/sosyal-medya-ile-geleneksel-medya-arasindaki-farklar-neler-olarki/> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<https://www.reachpod.com/social-media-management/sosyal-medya-ile-geleneksel-medya-arasindaki-farklar/> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-medya-sunum.html> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<http://www.reklaminsani.com/ilk-sosyal-ag.html> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<http://www.reklaminsani.com/sosyal-mahallenin-esnaflari.html> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<http://www.reklaminsani.com/sosyal-medya.html/page/4> Erişim Tarihi:01.03.2017.

<http://www.reklaminsani.com/buyuk-birader-her-yerde.html#more-980> Erişim Tarihi:01.03.2017

<http://www.reklaminsani.com/sosyal-medyaya-elestirel-bir-bakis.html> Erişim Tarihi:  
01.03.2017.

<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim Tarihi: 05.03.2017.

<https://www.linkedin.com/pulse/kadınlar-ve-sosyal-medya-aktivizmi-derya-kaya> Erişim  
Tarihi: 20. 03. 2017.

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59  
7c3c8daba131.82832970](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.597c3c8daba131.82832970) Erişim Tarihi:3.1.2017



## EKLER

## Ek 1. Orijinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLIK RAPORU

| ÖĞRENCİ BİLGİLERİ             |                                                                |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Adı-Soyadı                    | ŞENGÜL BOŞKUT                                                  |
| Öğrenci Numarası              | 141209108                                                      |
| Enstitü Anabilim Dalı         | İLETİŞİM BİLİMLERİ                                             |
| Programı                      |                                                                |
| Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı | YRD.DOÇ.DR.FERİDUN NİZAM                                       |
| Tez Başlığı (Türkçe)          | ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI SOSYAL MEDYADA DAYANIŞMA OLGUSU |

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 79 sayfalık kısmına ilişkin, 22/03/2017 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 10'dur.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aştığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

YRD.DOÇ.DR.FERİDUN NİZAM  
Danışmanın Adı-Soyadı  
(İmzası)

PROF.DR.MUSTAFA YAĞBASAN  
Anabilim Dalı Başkanı  
(İmzası)

## F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını<sup>1</sup> sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

<sup>1</sup> Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

## Ek 2. Anket Formu

Sayın katılımcı; bu anket çalışması, bilimsel bir araştırmada veri teşkil etmesi amacıyla uygulanmaktadır. Anket verileri başka hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Anketimize katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

### A- DEMOGRAFİK SORULAR

#### 1. Cinsiyetiniz

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. Kadın | 2. Erkek |
|----------|----------|

#### 2. Yaşınız

- |            |            |
|------------|------------|
| 1. 18 – 25 | 3. 36 - 50 |
| 2. 26 – 35 | 4. 51 - 65 |

#### 3. Medeni Durumunuz

- |          |            |
|----------|------------|
| 1. Evli  | 3. Dul     |
| 2. Bekâr | 4.Boşanmış |

#### 4. Öğrenim durumunuz

- |                     |                       |               |
|---------------------|-----------------------|---------------|
| 1. Okuryazar        | 3. Lise ve dengi okul | 5. Lisansüstü |
| 2. İlkokul/Ortaokul | 4. Üniversite         |               |

#### 5. Mesleğiniz

- |                         |              |            |
|-------------------------|--------------|------------|
| 1. Kamu personeli       | 4.Esnaf      | 7. İşsiz   |
| 2. Özel sektör çalışanı | 5. Ev Hanımı | 8. Öğrenci |
| 3. İşçi                 | 6. Emekli    |            |

#### 6. Yaşadığınız Yer

.....

### B- SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK SORULAR

#### 7. Sosyal medyayı ne kadar zamandır kullanıyorsunuz?

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1.1 yıldan az  | 2. 1- 2 yıldır |
| 3. 3- 4 yıldır | 4. 5- 6 yıldır |

#### 8. Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?

- |                                             |                             |
|---------------------------------------------|-----------------------------|
| 1.İletişim kurmak amacıyla                  | 2. Paylaşım yapmak amacıyla |
| 3.Eğlence amacıyla                          | 4. Sosyalleşmek amacıyla    |
| 5. Sadece sosyal medyada var olmak amacıyla | 6. Meraktan                 |
| 7. Diğer                                    | 8. Hepsi                    |

#### 9. Günde en az kaç saat sosyal medyada vakit geçiriyorsunuz?

- |                 |                    |              |
|-----------------|--------------------|--------------|
| 1. 1 saatten az | 2. 1- 2 saat       | 3. 3- 4 saat |
| 4. 5- 6 saat    | 5. 7 saat ve üzeri |              |

#### 10. Sosyal medyadaki gruplara katılıyor musunuz? ( cevabınız evetse neden?)

- |        |          |
|--------|----------|
| 1.Evet | 2. Hayır |
|--------|----------|

#### 11. Sosyal medya üzerindeki etkinliklere katılıyor musunuz? ( cevabınız evetse neden?)

- |        |          |
|--------|----------|
| 1.Evet | 2. Hayır |
|--------|----------|

12. Sosyal medya üzerinden toplumsal olaylara tepki veriyor musunuz? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır

13. Vermiş olduğunuz bu tepkiler sosyal medya dışındaki gerçek yaşamınızda da devam ediyor mu?  
 1.Evet 2. Hayır

**C- ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ SONRASI SOSYAL MEDYADAKİ DAYANIŞMA OLGUSUYLA İLGİLİ SORULAR**

14. Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili paylaşım yaptınız mı? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
15. Sosyal medya üzerinden Özgecan Aslan cinayetine tepkiyi içeren gruplara katıldınız mı? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
16. Özgecan Aslan cinayetiyle ilgili sosyal medyadaki imza kampanyasını imzaladınız mı? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
17. Kadına yönelik şiddeti önlemeye yönelik çıkarılacak yasanın adının “Özgecan Aslan Yasası” olmasını destekliyor musunuz? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
18. Sosyal medya üzerinde Özgecan Aslan cinayetine yönelik oluşturulan tepkileri yeterli buluyor musunuz? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
19. Sosyal medya üzerinde oluşturulan bu dayanışma olgusunun amacına ulaştığını düşünüyor musunuz? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır
20. Sosyal medya üzerinde Özgecan Aslan cinayetine tepki adına başka neler yapılabilirdi? (cevabınız evetse neden?)  
 1.Evet 2. Hayır

## ÖZGEÇMİŞ

19.05.1989 tarihinde Elazığ'da doğdum. İlk, orta ve lise eğitimimi Elazığ'da tamamladım. 2008 yılında Fırat Üniversitesinde Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulunda Büro Yönetimi ve Sekreterlik Bölümünü kazandım, eğitimimi tamamladıktan sonra, 2010 yılında Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü kazandım. Bir yıl sonra Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesine yatay geçiş yaptım ve eğitimimi burada tamamladım. Lisans eğitimimi tamamladıktan sonra 2014 yılında Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde İletişim Bilimleri Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladım.

İlgi Alanları: Sosyal Medya Çalışmaları  
İletişim Bilimleri  
Fotoğraf  
Yeni İletişim Teknolojileri

E-Posta: [sboskut@hotmail.com](mailto:sboskut@hotmail.com), [sboskut@gmail.com](mailto:sboskut@gmail.com)