

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

**VİDEO PAYLAŞIM AĞLARINDA
NEFRET SÖYLEMİ:
YOUTUBE ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tuğrul Çomu

Ankara – 2012

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

**VİDEO PAYLAŞIM AĞLARINDA
NEFRET SÖYLEMİ:
YOUTUBE ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tuğrul Çomu

Tez Danışmanı:
Prof. Dr. Mutlu Binark

Ankara – 2012

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

VİDEO PAYLAŞIM AĞLARINDA
NEFRET SÖYLEMİ:
YOUTUBE ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mutlu Binark

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

İmzası

Prof. Dr. Mutlu Binark

.....

Prof. Dr. S. Ruken Öztürk

.....

Prof. Dr. Mine Gencil Bek

.....

Tez Sınavı Tarihi: 9 Temmuz 2012

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(...../...../200...)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

Tuğrul Çomu

.....

GİRİŞ	1
Bölüm I: YENİ MEDYAYI KAVRAMSALLAŞTIRMAK	10
1.1. Yeni Medyanın Özellikleri	13
1.1.1. Dijitallik	13
1.1.2. Etkileşimsellik	15
1.1.3. Hipermetinsellik ve Hipermedya	18
1.1.4. Yayılım	21
1.1.5. Sanallık	23
1.1.6. Multimedya Biçemselliği	26
1.2. Yeni Medya Ortamlarının İki Kullanım Durumu	27
1.2.1. Prosumer (Üreten Tüketici, Üre-Tüketici)	27
1.2.2. Kullanıcı Türevli İçerik	31
1.3. Yeni Medyada Risk ve Olanaklar	46
Bölüm II. YENİ MEDYA ORTAMLARI	53
2.1. Çeşitli Yeni Medya Uygulamaları	54
2.2. Video Paylaşım Ağları	59
2.2.1. Tarihsel Süreç İçinde Video	60
2.2.2. Video Paylaşım Ağları: YouTube Örneği	72

Bölüm III. SÖYLEM ve NEFRET SÖYLEMİ	97
3.1. Söylem	97
3.2. Söylem Analizi	107
3.3. Nefret Söylemi	116
Bölüm IV. SÖYLEM ANALİZİ UYGULAMASI ve BULGULAR	136
4.1. Örneklem Seçimi ve Yöntem	136
4.2. Analiz Uygulaması	140
4.3. Analizlerin Genel Değerlendirmesi	182
SONUÇ	185
KAYNAKÇA	193
EKLER LİSTESİ	217
TABLolar LİSTESİ	218
ŞEKİLLER LİSTESİ	219
EKLER	220
ÖZET	244
ABSTRACT	245

GİRİŞ

Nefret, her insanda bulunan bir duygudur. Ancak bu duygu toplumdaki bazı kesimleri veya grupları hedef alıp aşağılayan, etiketleyen, önyargıları besleyen ve tek tipleştiren söylemsel pratikler aracılığıyla dolaşıma girdiğinde, nefret söylemi ortaya çıkmaktadır. Nefret söylemi, bir kişinin kendisiyle özdeş gördüğü kişi ya da grupları yüceltip, diğerini ya da diğerlerini aşağıladığı söylem türü olarak özetlenebilmektedir. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 1997 yılı 20 sayılı tavsiye kararında yer alan tanımıyla "nefret söylemi" (*hate speech*), ırkçı nefret, yabancı düşmanlığı, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlük temelli diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her türlü ifade biçimidir. Hoşgörüsüzlük temelli nefret, saldırgan milliyetçilik ve etnik merkezîyetçilik (*ethnocentrism*), ayrımcılık ve azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli kişilere karşı düşmanlık yoluyla ifade edilen hoşgörüsüzlüğü içermektedir (Weber, 2011:3).

Geleneksel medya metinlerinde görülen nefret söylemleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalar, başta etnik ve dini azınlıklar olmak üzere, dezavantajlı ya da yeterince görünür olmayan kesimlerin (örneğin eşcinsellerin) de nefret söyleminin hedefi olduğunu göstermektedir (Köker ve Doğanay, 2010; KaosGL, 2010). Bu noktada, toplumsal normların dışında kalan her topluluğun nefret söyleminden mağdur olduğu söylenebilir. Nefret söylemi, sıklıkla ifade özgürlüğü bağlamında ele alınmaktadır. Ancak, söylemin olumsuz görüş belirtme sınırını aşarak, belirli bir grubu

aşğılamaya, yok saymaya ve dolayısıyla yok etmeye, zaman zaman bu amaçla hedef göstermeye başladığı nokta, ifade özgürlüğünün sınırlarının aşıldığı noktadır. Bu nedenle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin çeşitli kararları, nefret söylemini Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. Maddesi kapsamında ifade özgürlüğü altında değerlendirmemektedir.

Anaakım geleneksel medyanın, olabildiğince çok kesimi hedef kitle olarak benimsemesinin etkisiyle ırkçılık ve din birliğı üzerinden toplumdaki farklı kesimler dışlanmaktadır. Eser Köker ve Ülkü Doğanay'ın *İrkçi Değilim Ama... Yazılı Basında İrkçi – Ayrımcı Söylemler* adlı, ulusal ve yerel basında dolaşıma giren ırkçi – ayrımcı söylemleri inceleyen çalışmalarına göre, geleneksel medya metinlerinde azınlıklar ve görünmez olan topluluklara yönelik nefret söylemi üretilmekte, bu kesimlerle ilgili olumlu temsillere ise nadiren yer verilmektedir (2010). KaosGL tarafından hazırlanan *Medyada Homofobiye Son* adlı çalışmada da olumlu temsillerin olumsuz temsillere kıyaslandığında çok daha az olduğu saptanmaktadır (2010). Yasemin İnceoğlu ve Ceren Sözeri'nin *Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğı: "Ya sev ya terk et ya da..."* başlıklı çalışmalarında ise Türkiye'deki gazetelerde azınlıkların ve/veya azınlıklarla ilgili olarak resmi söylemden farklı görüşleri olanların hedef gösterildiğı, bu yolla disipline edildiğı ve Hrant Dink cinayeti gibi nefret suçlarına zemin hazırladığı saptanmaktadır (2012). Benzer biçimde Kemal Göktaş'ın *Medyanın Hrant Dink'i Hedef Haline Getirmesi* adlı çalışması da Hrant Dink cinayetinden önce yapılmış bazı medya üretimlerini

inceleyerek, medyanın Hrant Dink'i hedef gösterdiğini ve nefret söylemi üzerinden nefret suçuna zemin hazırladığını ortaya koymaktadır (2010).

Geleneksel medya, metinleri medya profesyonelleri tarafından üretildiğinden kurumsal bir yapıya sahiptir. Bu nedenle içeriğin üreticisi kişi ya da kurumdur. Bu bilinirlik, alanı düzenlemeyi olanaklı kılmakta ve kolaylaştırmaktadır. Örneğin geleneksel medya metinlerinde (haberlerde, köşe yazılarında, televizyon dizilerinde, reklamlarda vb.) Türk Ceza Kanunu'nun mevcut maddeleri kullanılarak nefret söylemine müdahil olunabilmektedir. Türk Ceza Kanunu'nun 216. Maddesi, "halkı kin ve düşmanlığa tahrik"i suç olarak tanımlamakta ve cezai yaptırıma tabi tutmaktadır. Diğer taraftan yasanın yorumlanmasında ortaya çıkan sorunlar uygulamaya da yansımakta ve uygulama çoğunlukla Türklüğün korunması, azınlık hakları veya sorunlarıyla ilgili içerik üretimlerinin cezalandırılması şeklinde olmaktadır (Kaymak, 2010:268-9; Cengiz, 2012).

İnternet'i de içeren yeni medya ortamlarında ise, içerik üretiminin hangi kişi ya da kurum tarafından yapıldığı her zaman kolaylıkla bilinmemektedir. Çünkü İnternet ve ağ tabanlı uygulamaların doğası, anonimliğe izin vermektedir. İnternet'teki içerikler, ağ tabanlı uygulamaların dağıtık yapısı nedeniyle her yerden, her zaman eklenebilir, düzenlenebilir ve değiştirilebilir bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle yeni medya ortamlarındaki içeriklerin düzenlenmesi ve denetlenmesi, genellikle geleneksel medya ortamlarına kıyasla daha zor olmaktadır. Türkiye'de İnternet içeriğini düzenleme amacı

taşıyan 2007 tarihli 5651 sayılı kanun¹, İnternet'te üretilen nefret söylemini düzenlememektedir. Diğer taraftan, belirtmek gerekir ki çevrimdışı yaşamda suç olarak tanımlanan olay ve olgulara ilişkin hukuki düzenlemeler çevrimiçi ortamlardaki söylemsel pratikler ve edimlere de uygulanabilmektedir.² Ancak belirtmek gerekir ki ilgili yasaların, üretilen nefret söylemlerine yönelik olarak uygulandığı örneklerin sayısı çok azdır.

Farklı yeni medya uygulamalarının gelişmesiyle birlikte, profesyonel olmayan sıradan kullanıcılar içerik üretebilir ve bu içeriği dolaşıma sokabilir bir nitelik kazanmışlardır. Gerekli donanım, yazılım ve bilgiye sahip herkes İnternet üzerinden dilediği içeriği dolaşıma sokabilir durumdadır. Diğer taraftan "Web 2.0" olarak anılan teknolojiler sayesinde ihtiyaç duyulan donanım, yazılım ve bilgi gittikçe azalmaktadır. Web 2.0'ın kullanıcıların içerik üretimine en büyük katkısı, pek çok uygulamanın ağ üzerinde gerçekleşmesidir. Uygulamaya özel donanım ve yazılım ihtiyaçlarının azalmasıyla birlikte, donanım ve yazılımı kullanacak bilgiye de ihtiyaç azalmaktadır. Bu durum, yeni medya ortamlarında çok sayıda içeriğin çok

¹ 5651 sayılı kanun, 23 Mayıs 2007 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

² Bu alanda yakın tarihli bir örnek olay piyanist Fazıl Say'ın Twitter'da yazdığı gönderiler üzerine ortaya çıkmıştır. 1 Haziran 2012'de Say'ın gönderileriyle ilgili hazırlanan iddianamede "Say'ın davaya konu tweetlerini, ifade özgürlüğü çerçevesinde bir eleştiriden ziyade insan ilişkilerinin gelişmesine yarayan kamusal tartışmaya hiçbir katkıda bulunmayan ve üç büyük dinin mensuplarının ortak değerleri olan Allah, cennet ve cehennem gibi kavramlara yönelik hislerini nedensiz yere inciterek ve bu kavramların anlamsız, gereksiz ve değersiz olduğu kanaatini uyandıracak şekilde dini değerleri aşağılamak kastıyla yazdığı kanaatine varıldığı" belirtilmektedir. Söz konusu dava, Türk Ceza Kanunu'nun 216/3 ve 218/1 maddelerine göre "halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri alenen aşağılama" suçundan açılmıştır. Bu davada, Say 9 aydan 1,5 yıla kadar hapis istemiyle yargılanmaktadır (<http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/138802-saya-dini-degerler-davasi> , Erişim: 19.06.2012).

çeşitli bir biçimde yer almasını sağlamaktadır. Kullanıcıların içerikleri üretebilmesi, yurttaş gazeteciliği gibi örneklerde, daha çok bilgiye, çok farklı kesimlerin bakış açılarıyla ulaşılabilmesini sağlaması nedeniyle, toplum adına olumlu bir gelişmedir.

Yeni medyanın ve kullanıcıların içerik üretebilmelerinin bir diğer olumlu yanı, alternatif medya üretimlerine izin vermesidir. Toplumdaki yer alan pek çok kesim, üretim maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle geleneksel medya üretimi gerçekleştirememekte, bu nedenle geleneksel medya araçları üzerinden seslerini duyuramamaktadır. Yeni medya ortamlarında ise, maliyetlerin oldukça düşük olması, dini veya etnik azınlıklar ile eşcinseller gibi toplumda çokça görünür olmayan bazı toplulukların da görüşlerini dolaşıma sokabilmelerinde etkili olmaktadır. Şüphesiz yukarıda anılan olanak, tersine de dönebilmektedir. Örneğin kullanıcıların yeni medya ortamlarında içerik üretimleri nefret söyleminin üretilmesine ve yaygınlaşmasına da hizmet etmektedir. Üstelik yeni medya ortamlarının sunduğu anonimlik hissi de, bireylerin çevrimdışı yaşamda açıkça ifade edemedikleri çeşitli önyargılarını ve ayrımcı düşüncelerini çevrimiçi ortamlarda nefret söylemi şeklinde üretebilmelerine olanak sağlamaktadır.

Kullanıcı türevli içerikler, farklı yeni medya uygulamaları ile birlikte hızla dolaşıma girebilmekte ve çok sayıda kişiye ulaşabilmektedir. Kullanıcı türevli içeriklerin dolaşıma girmesine izin veren farklı yeni medya uygulamaları arasında Facebook gibi toplumsal paylaşım ağları, bloglar ve

Twitter gibi mikrobloglar sayılabilmektedir. Ayrıca fotoğraf, müzik ya da video gibi belirli içerik türlerinin dolaşıma sokulmasına (paylaşılmasına) izin veren diğer pek çok uygulama da yeni medya ortamları arasında yer almaktadır. Bu uygulamalar, gerek üretimi dolaşıma sokmak gerekse üretilmiş içeriğe ulaşmak amacıyla yeni medya kullanıcılarının gündelik pratikleri arasında ön planda yer almaktadır. İnternet erişim istatistikleri sunan alexa.com'a göre, toplumsal paylaşım ağları ve video paylaşım ağları dünya genelinde en çok erişim sağlanan yeni medya uygulamalarıdır³.

Bu tezin amacı, yeni medya ortamlarında kullanıcılar tarafından üretilen video içeriklerinde dolaşıma sokulan nefret söylemi ve nefret söyleminin çeşitli türlerinin hangi söylemsel pratikler ve işlemler aracılığıyla gerçekleştirildiğini ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde, yeni medya ortamlarından video paylaşım ağlarında kullanıcı türevli içerik özelliği taşıyan videolar incelenmiş, bu içeriklerde hangi söylemsel pratikler ile nefret söylemi üretildiği saptanmaya çalışılmıştır. Böylelikle bu çalışma, yeni medya ortamlarında ortaya çıkan nefret söyleminin hangi dinamikler ve söylemsel pratiklerle üretildiği ile ilgili temel fikirleri vererek, mücadele stratejilerinin saptanmasına katkıda bulunacaktır. Araştırma kapsamında, dünyada en çok erişim sağlanan video paylaşım ağı olan YouTube'da dolaşıma sokulan videolar incelenmiştir. Belirtmek gerekir ki daha sonra ayrıntılı biçimde ele alınacak olan yeni medyanın hipermetinsellik, hipermedya ve yayılım

³ Dünyada en çok erişim sağlanan ilk üç site sırasıyla: Google, Facebook, YouTube; Türkiye'de en çok erişim sağlanan ilk üç site ise, Google Türkiye, Facebook ve YouTube'dur. (<http://www.alexa.com/topsites> , Erişim: 19.06.2012)

özellikleri, herhangi bir içeriğin yalnızca bulunduğu ağ üzerinde kalmasının ötesinde farklı pek çok uygulamada da yer almasına olanak sağlamaktadır. En basit şekilde, YouTube'da bulunan herhangi bir içeriğin bağlantı adresi, e-posta yoluyla çeşitli kişilere gönderilebilmektedir. Ayrıca toplumsal paylaşım ağları veya bloglar aracılığıyla da, ağ üzerindeki herhangi bir içerik farklı kullanıcılara ulaşabilmektedir. Diğer taraftan, video paylaşım ağlarında paylaşıma ve dolaşıma sokulan videolar, çoğunlukla ağa yüklendikten sonra silinmemekte, dolayısıyla hep dolaşımda kalmaya devam etmektedir. Bu bakımdan, video paylaşım ağlarında dolaşıma sokulan videolar, televizyon yayınlarından farklıdır. Yeni medyanın dijitallik özelliğinden de beslenen bu videolar, ayrıca kopyalanarak ve yeniden dolaşıma sokularak, bir anlamda yok edilemez kılınmaktadır. Yeni medya ortamını nefret söylemi üreten içerikler için elverişli kılan ve bu içeriklerle mücadele edilmesini zorlaştıran etkenlerin başında, bu rahat kopyalanabilirlik ve yeniden dolaşıma sokulabilirlik yatmaktadır.

Araştırmada, YouTube üzerinden ulaşılan videolar ve YouTube arayüzü bir metin olarak ele alınmıştır. van Dijk'ın (2010) çoğunlukla haberlerde üretilen söylemler için geliştirdiği söylem analizi yöntemi incelenmiş, video paylaşım ağlarının ve videonun özellikleri dikkate alınıp, bu ortamlarla uyumlu olacak şekilde değiştirilerek geliştirilen analiz şablonu uygulanmıştır. Bu yöntemeye göre, video söylemi, tıpkı van Dijk'ın haberlerde yaptığı gibi, makro analiz ve mikro analiz olmak üzere iki düzlemde ele alınmış; video içeriğinin arayüzde temsili makro analizde, video içeriğindeki

cümle, kelime ve görsel uyumları mikro analizde ele alınmıştır. Analiz yapılacak videoların seçiminde, videonun barındırdığı öğeler olan görseller ve işitsellerin birbirleriyle ilişkisine göre bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre her bir kategoriden bir örnek video analiz edilmiştir. Sınıflandırmanın ayrıntıları Dördüncü Bölümde açıklanmaktadır.

Araştırmanın sınırlılığını açıklayacak olursak, en büyük sınırlılık içerik sayısının çokluğudur. Her şeyden önce ağ üzerindeki bütün içeriklere ulaşma imkânı herhangi bir araştırmacı için bulunmamaktadır. YouTube'da her gün iki milyardan fazla video izlenmekte ve her dakika 24 saat uzunluğunda yeni video yüklenmektedir⁴. Bu nedenle YouTube arayüzünde anahtar kelime yöntemiyle çeşitli içeriklere ulaşılmış ve nefret söylemi barındırdığı görülen içeriklerden bazıları, yapılan sınıflandırma doğrultusunda analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın Birinci Bölüm'ünde yeni medya kavramı ele alınarak, yeni medyanın farklı boyutları ve özellikleri incelenmiştir. Bu özellikler üzerinden ortaya çıkan kullanıcı türevli içerikler de yine ilk bölümde değerlendirilmiştir. İkinci Bölüm, yeni medya ortamları ve video paylaşım ağları incelenmektedir. Bu inceleme için, video paylaşım ağlarında paylaşılan esas unsur olan videonun tarihsel olarak ortaya çıkması, gelişmesi ve diğer görsel-işitsel mecralardan farkları ele alınmıştır. Üçüncü Bölüm, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde büyük öneme sahip olan, bu nedenle de bir mücadele alanı olan (van Dijk, 2010) söylem kavramı

⁴ <http://www.viralblog.com/research/youtube-statistics/> (Erişim: 15.06.2012)

üzerindedir. Üçüncü Bölüm'de söylem kavramının üzerinde durulmasının nedeni, düşünce ve kanaatlerin oluşumunda ve iletilmesinde söylemsel pratiklerin önemi ile bağlantılı bir biçimde nefretin de söylemsel pratikler aracılığıyla dolaşıma girmesinden kaynaklanmasıdır. Bu bölümde söylemsel pratiklerin, ideolojinin üretiminde ve yaygınlaşmasında oynadığı rol ile medya metinlerinde ortaya çıkan söylemlerin nasıl saptanabileceği ile ilgili değerlendirme yapılmıştır. Bir söylem türü olarak nefret söyleminin yapısı ve nefret söylemiyle ilgili çeşitli tanım ve araştırmalar da yine bu bölümde özlüce ele alınmıştır. Dördüncü Bölüm'de, video paylaşım ağlarındaki videolarda dolaşımda bulunan kullanıcı türevli içeriklerdeki nefret söylemleri, van Dijk'ın söylem analizi yöntemini temel alarak bu çalışma için geliştirilen şablona göre analiz edilmiştir. Analizde kullanılan yöntemin ayrıntıları da yine bu bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Sonuç bölümünde ise yeni medya ortamlarında yeni medyanın özelliklerinden dolayı hızla ve kolaylıkla yaygınlaşan nefret söylemiyle mücadele için çeşitli stratejiler ve öneriler ortaya konularak, ilgili mücadele aktörleri sunulmuştur. Video paylaşım ağlarında yapılan inceleme örneğinde de görüldüğü gibi, kullanıcı türevli içerikler ile yaygınlaşan ve doğallaşan nefret içeriklerine karşı, yine kullanıcıların farkındalığını arttırmaya yönelik yeni medya okuryazarlığı tartışmaya açılmıştır.

Bölüm I: YENİ MEDYAYI KAVRAMSALLAŞTIRMAK

Bu bölümde yeni medyanın ne olduğu, hangi uygulamaları ya da araçları kapsadığı, özelliklerinin neler olduğu kısaca tartışılacak, daha sonra bu özellikler ve uygulamaların medya içeriğine yansımaları üzerinde durulacaktır.

Yeni medya denildiğinde akla ilk olarak İnternet gelse de, yeni medya kavramı İnternet'i kapsamakla birlikte, İnternet'le sınırlı değildir. 2000'li yıllardan önce "dijital medya", "bilgisayar dolayimli iletişim" gibi kavramlar kullanılmış olsa da 2000'li yıllardan başlayarak kullanılan ve daha öncekilerin tümünü kapsayan kavram "yeni medya" olmuştur (Binark, 2007a:6). "Bugün yeni medya dolayimli iletişim denildiğinde cep telefonları, dijital oyunlar, İnternet ortamı, İnternet ortamında sunulan tüm yazılım hizmetleri, i-podlar, PDA'lar üzerinden gerçekleşen iletişim etkinliği kastedilmektedir" (Binark, 2009:60). Hiç kuşkusuz, 2020'lerde, yeni medya da eski medya olacak, ancak "yeni" sıfatı yine bugünkü niteliği ile tartışılmaya devam edecektir.

Lev Manovich, "Yeni medya nedir?" sorusuna "Web siteleri, bilgisayar multimedyası, bilgisayar oyunları, CD-ROM'lar ile DVD'ler, sanal gerçeklik" şeklinde bir yanıt verdikten sonra, dijital video ile kaydedilip bilgisayarda kurgulanan televizyon programlarından, üç boyutlu animasyonlara ve bilgisayarlarda yaratılan fotoğraf ya da illüstrasyonların da yeni medya içinde

yer alıp almaması gerektiğini sorgulayarak “nerede durmalıyız” sorusunu sorar (2001:19).

Görüldüğü gibi, yeni medya kavramı, tek tip bir olguyu, cihazı ya da teknolojiyi ifade etmemektedir. Bu nedenle yeni medya kavramının bugün kullanıldığı alanları tanımlayan tek bir tanım yapmak neredeyse mümkün değildir. “Yeni medya’yı teknik veya daha çeşimeli ifadelerle indirgemekten kaçınan, kullanışlı ve kapsayıcı bir ‘portmanto’ terim” (Lister vd., 2009:10) olarak nitelenmek ise olanaklıdır. Bu noktada, kullanılması tercih edilen kavramın yeni medya olmasının altında, “dijital” veya “elektronik” gibi tamamiyle teknik ve biçimsel, “etkileşimsel” gibi hatalı ve tartışmalı bir nitelikte ya da “bilgisayar dolayımıli iletişim” gibi tek bir tür cihaz ve bununla ilgili pratiklere gönderme yapmaktan kaçınması yatmaktadır (Lister vd., 2009:12).

Leah A. Lievrouw ve Sonia Livingstone, yeni medya kavramıyla, bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunlarla bağlantılı sosyal bağlamları, iletişim becerilerini arttıran cihazları, bu cihazları kullanarak geliştirilen iletişim aktiviteleri ile pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya organizasyonları kapsayarak ifade ettiklerini belirtmektedir (Lievrouw ve Livingstone, 2007:23).

Diğer taraftan belirtmek gerekir ki, yeni medya, kendisinden öncekilerden tamamen farklı dinamikler barındırır da başına “yeni” getirilen

birçok şeyde olduğu gibi yepyeni, daha önce hiç görülmemiş unsurlardan oluşmamaktadır. “Yeni medya sistemleri, var olan teknolojiler ile bağlantılı teknik ve endüstriyel ağlar içinde oluşan buluşların sürekli olarak melezleştiği ürünlerdir” (Lievrouw ve Livingstone, 2007:23). Her ne kadar farklı medya ortamlarında farklı zamanlarda ortaya çıkmış olsa da, 1980’lerden sonra oldukça hızlı değişimlerin bir ürünüdür ve moderniteden postmoderniteye geçiş, küreselleşmenin keskin etkileri, endüstri çağından bilgi çağına geçiş gibi geniş sosyal, ekonomik ve kültürel değişimlerle bağlantılıdır (Lister vd., 2009:10-1).

Yeni medya kavramı, yeni metinsel deneyimler, dünyayı temsil etmenin yeni yolları, öznelerle medya teknolojileri arasında yeni ilişkiler, cisim-kimlik ve toplum arasındaki yeni ilişki deneyimleri, biyolojik bedenin teknolojik medya ile olan ilişkisindeki yeni kavramsallıklar ile organizasyon ve üretimdeki yeni motiflerle ilişkilidir (Lister vd., 2009:12-3).

Lister vd.’nin bakış açısına göre kırk yıl, “yeni medya” kavramının ortaya çıkmasından ise on yıldan fazla süre geçmiş olmasına rağmen, bugün tamamiyle yerleşmiş, oturmuş, hatları ve sınırları bilinen bir kavramdan bahsedilememektedir. Yeni medya için, var olan medya biçimleri ile yeni teknolojik olanaklar arasında sürekli değişmekte olan bir etkileşim zinciri şeklinde bir tanım yapmak olanaklıdır ki “yeni” sıfatının tam olarak anlam kazandığı nokta da budur.

1.1. Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyayı, geleneksel medyadan farklılaştıran bir takım özellikler sıralanabilmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki, bu özellikler genel – tanımlayıcı özelliklerdir ve farklı medya ürünlerinde (cihaz veya metin) farklı düzeylerde bulunabileceği gibi her zaman her birinin bulunması şartı da yoktur.

1.1.1. Dijitallik

Dijital medya işlemlerinde tüm veriler sayılara dönüştürülür. Sayısal olarak oluşan kodların depolanması ve işlenmesi kolaylaşır. Diğer taraftan bu kodlara çevrimiçi olarak ulaşmak da mümkündür.

Bu noktada dijital ile analog olanın farkının irdelenmesi gerekmektedir. Analog, Yunanca “Analogos” kelimesinden gelmektedir ve bir oran veya birimin matematiksel olarak eşitliğini veya birçok cihazın bir araya gelmesi ile aktarılabilen benzerlikleri ifade etmektedir (Lister vd., 2009:17). Bu nedenle Türk Dil Kurumu’nun aynı sözcük için verdiği tanım “benzer, eş”⁵ şeklindedir. Analog sistemlerde, bir birim veri, yalnızca onu okuyabilecek ekipman tarafından anlamlı hale getirilip işlenebilir. Dolayısıyla analog medya sistemlerinde fizik ve kimya kuralları büyük önem taşımaktadır. Örnek olarak

⁵ <http://www.tdk.gov.tr> (Erişim: 02.04.2012)

filmler ele alınabilir: Bir film üzerinde görüntünün oluşabilmesi için gerekli düzeyde ışığa, bu görüntünün daha sonra diğer ışıklardan etkilenmemesi için ise kimyasal işlemlere tabi tutulmasına ihtiyaç vardır.

Dijital sistemlerde ise, tüm veriler sayısal kodlara dönüştürülür. Sayısal kodların kullanılması, işlenecek verilerin yazılımlar aracılığıyla çekilmesi, değiştirilmesi, düzenlenmesi ve kopyalanmasını olanaklı kılar. Kopyalanabilirlik, bugün kullandığımız pek çok sistemin temelini oluşturmaktadır. Dijital kodların kopyaları, orijinalleriyle bire bir aynılıkta olmakta, analog sistemlerde çoğunlukla olduğu gibi herhangi bir kayıp ya da bozulma olmamaktadır.

Dijital sistemlerde kullanılan kodlama sistemi 1 ve 0'lardan oluşan ikili bir sistemdir. Diğer taraftan yalnızca ikili sistem kullanılabileceğini söylemek doğru olmayacaktır. Farklı sayı aralıklarından oluşan dijital sistemlerin de kurulması mümkündür. Ancak ikili sistemden daha fazla rakam içeren sistemler için ihtiyaç duyulan işlemci kapasitesi daha fazla olur ve sistemin daha çok rakamdan oluşması, bilgisayar ve türevi cihazların veriyi işleyebilmesinde daha olumlu herhangi bir fark yaratmaz. Bu nedenle ikili sistem benimsenmiş ve kullanılmıştır.

Temelde tüm dijital dosya sistemleri, yukarıda açıklanan 1 ve 0'lardan oluşmaktadır. 20. yüzyılın sonlarına doğru, dijital kodlama laboratuvar ortamından çıkarak iletişim sektörünün kullanımına sunulmuştur. İlk olarak

yazılı metin, sonra ses ve daha sonra da görüntü dijital olarak kodlanabilir hale gelmiştir (Lister vd., 2009:18).

Verilerin sayısal kodlara dönüştürülmesiyle, söz konusu veriler çok küçük alanlarda depolanabilir ve uzak mesafelerden ağ ile kolaylıkla erişilebilir hale gelmiştir. Bugün başta İnternet olmak üzere ağ destekli pek çok yapının temelinde dijital kodların ve bu kodların kopyalanabilirliğinin (aktarılabirliğinin) yattığını söylemek yanlış olmayacaktır. “İnternet, televizyon ve film gibi eski multimedyaadan, uygulanan bütün medyanın dijital bir kodu paylaşmasıyla ayrılır. Dijital karakter yalnızca bu medyayı karşılıklı çevrilebilir yapmakla kalmaz, onların kolayca kopyalanmasını ve başka betimlerin içine yerleştirilmesini de sağlar” (de Mul’dan akt. Binark ve Löker, 2011:9).

1.1.2. Etkileşimsellik

Etkileşimsellik, yeni medyanın anahtar özelliklerinden biridir. Geleneksel medyada izleyici pasif bir konumdayken, yeni medya ile kullanıcı metinlerle daha fazla ilişki kurar, bilgi kaynaklarına daha özgürce ulaşır, bireyselleşmiş medya kullanımları ortaya çıkar ve kullanıcının tercih şansı artar. Etkileşimsellik ile kullanıcı farklı metinlere veya imgelere ulaşabilir ve bunları değiştirebilir. Tam da bu nedenle yeni medyanın tüketicisi izleyici veya okuyucu olarak değil “kullanıcı” olarak tanımlanır (Lister vd., 2009:21).

Etkileşimsellik, kullanıcıların bilgi kaynaklarına ulaşmada daha seçici olabilmesini sağlaması ve diğer kişilerle etkileşime olanak tanınması bakımından yeni medya sistemlerinin en önemli özelliklerinden biridir. Etkileşimsellik özelliğiyle yeni medya, kullanıcılara seçici bir biçimde içerik oluşturma, arama, paylaşma ve diğer bireyler ya da gruplarla etkileşime girme imkânını, geleneksel medyanın sağlayamayacağı ölçüde verir (Lievrouw ve Livingstone, 2007:25)

Herhangi bir ağ uygulamasının kullanılmasında, farklı düzeylerde etkileşimsellik ortaya çıkabilmektedir. İnternet üzerinden bir sitenin sadece ziyaret edilmesinde dahi, web adresinin yazılması, bir yerdeki bir sunucudan veri istenmesi anlamına gelmektedir ki bu, kullanıcının ağ sistemiyle (yeni medya aracıyla) kurduğu etkileşim demektir. Kullanıcının ulaştığı bu veri ile yeni etkileşimlere girmesi de çoğunlukla mümkündür. Örneğin, kullanıcı erişim sağladığı web içeriğine yorum yazabilir ve bu yorum da artık o içeriğin bir parçası haline gelebilir.

Etkileşim, kullanıcı ile yazılım arasında gerçekleşebileceği gibi, yazılımsal olarak sağlanmış bir arayüz üzerindeki diğer kullanıcılarla da gerçekleşebilir. Burada etkileşimin uzam boyutu, iki taraflı veya çok taraflı olarak ortaya çıkmaktadır.

Kullanıcının diğerk kullanıcılarla kurduğu etkileşim, eşzamanlı olabileceği gibi (Örneğin anlık mesajlaşma uygulamaları veya bazı çevrimiçi oyunlar), eşzamanlılıktan uzak da olabilir (örneğin e-posta uygulamaları veya forum gönderileri). Bu senkron derecesi, etkileşimin zaman boyutunu ortaya koymaktadır.

İletişimin taraflarınca uygulanan kontrolün boyutu, davranışsal boyutu ifade etmektedir. Farklı ağ uygulamaları, kullanıcıların farklı eylemlerine izin verebilmektedir. Forum sitelerinden örnek verecek olursak, bazı forum sitelerinde içeriği okuyabilmek için dahi üyelik gerekirken, bazılarında yalnızca yorum/yazı yazabilmek için ya da paylaşılan ağ bağlantılarını görebilmek için üyelik gerekmektedir.

Etkileşimin zihinsel boyutu ise, tüm aktörlerin anlamlar ve bağlamlar konusunda uzlaşıp hareket edebilmesini ifade eder. Bu boyuta örnek olarak da çeşitli oyun uygulamalarında kullanıcıların ortak hareket edebilmesi ve ortak anlamları okuyabilmesi gösterilebilir. Özellikle kullanıcıların (oyuncuların) farklı çevrimdışı mekânlarda bulunduğu, ancak bir takım olarak hareket ederek oyunun amacına yönelik eylemleri çevrimiçinde gerçekleştirdiği pek çok oyun mevcuttur. Kullanıcılar, İnternet dolayımıyla birbirleri ile etkileşime girebilmekte ve bu etkileşim günlük hayatın bir parçası olarak kabul edilebilmektedir. “Bugün en önemli dönüşüm alanı insan-bilgisayar ilişkisi değil, insan-insan ilişkisidir” (Coleman, 2012:46).

1.1.3. Hipermetinsellik ve Hipermedya

“Yunanca ‘hyper’ sözcüğünden türeyen, ‘ötesinde, üzerinde, dışında’ anlamlarına gelen ‘hiper’ sözcüğü, metin sözcüğü ile birleşince, arayüzeydeki bir metnin başka metinlerle olan ilişkisine işaret eder” (Binark, 2009:60). Hipermetinsellik sayesinde ağ üzerinden başka alternatif mecralara erişim olanaklı ve kolay hale gelir (Binark, 2007b:22).

Hipermetin, belirli bir birimden diğer birimlere giden sayısız yoldan oluşan bir yapı olarak tanımlanabilir. Ağdaki her bir parçanın sayısız giriş ve çıkışları veya bağlantıları vardır. Böyle bir teknolojinin kullanılmasıyla, herhangi bir veri noktası, diğer noktalara anında ulaşılabilmesini olanaklı kılan sayısız bağlantıyı üzerinde barındırabilir (Lister vd., 2009:26).

Geleneksel yazı yazma formatı, giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden oluşmaktadır. Hipermetin ise, belirlenmiş bir sıra ya da düzen olmaksızın okumayı veya yazmayı olanaklı kılar; olması gereken tek bir yazı yazma düzenini ortadan kaldırır. Metnin her bir parçası, okuyucuyu farklı parçalara götürebilecek bağlantıyı taşıyabilir. “Böylelikle okuyucuya ‘doğrusal olmayan’ ya da belki daha doğru bir ifadeyle ‘çoklu doğrusal’ bir deneyim sunar. Bir bağlantıyı takip etmek doğrusal bir süreçtir; ancak metinde sunulan bağlantıların sayıca çokluğu, çok sayıda yol izlemeyi olanaklı kılar” (Lister vd., 2009:29).

Herhangi bir web sayfasında hipermetinsellik özelliği taşıyan metne tıklanmasıyla (örneğin fare, ya da dokunmatik ekranlı cihazlarda kullanıcının parmağı), kullanıcının ulaştığı diğer içerik, bu özelliği tam olarak somutlar. Kullanıcının ulaştığı diğer içerik aynı sayfada olabilir, bambaşka bir sayfada ve hatta sunucuda olabilir. Ayrıca ulaşılan bu yeni içerik, kullanıcıyı daha başka içeriklere götürmeye hazır pek çok hipermetin barındırır. Belirtmek gerekir ki ulaşılan içerikler her zaman metin olmak zorunda değildir; metnin yanı sıra fotoğraf, ses, hareketli görüntü, vb. de olabilir. Hipermetinselliğin, farklı multimedya biçimleriyle bir araya gelmesiyle birlikte hipermedya kavramı ortaya çıkmaktadır (Berger, 2001:7).

Hipermedya kavramı, video paylaşım ağları üzerinden rahatlıkla anlaşılabilir. Bir video paylaşım ağında bulunan video, yalnızca söz konusu video paylaşım ağının arayüzü üzerinden izleyicilere ulaşmamaktadır. Bloglar, forumlar, ya da diğer İnternet uygulamalarında da video paylaşım ağı üzerinden dolaşıma sokulan (yayınlanan) videolar yer almaktadır. Bu İnternet uygulamaları, çoğunlukla söz konusu videonun bir kopyasını kendi sunucularında barındırarak yayınlamamakta, uygulama sayfası ziyaret edildiğinde İnternet tarayıcısının ağ üzerindeki başka bir konumda (video paylaşım ağının sunucularında) yer alan videoyu da sayfada görüntülemesini sağlayan hipermetinsellik özelliğini kullanmaktadırlar. Bu noktada hipermetinsellik, İnternet'te farklı alanlarda bulunan çok sayıdaki

içeriğın, bir arada kullanılabilmesine, farklı içeriklerin farklı amaçlarla birlikte görüntülenebilmesine olanak tanıyan temel özellik olduğu söylenebilmektedir.

İçeriklerin dijital olarak bir araya getirilebilir olması, ekran temelli içeriklerin özelliklerini ve yeteneklerini sayfa temelli içeriklerden ayırmaktadır. Sayfa temelli içeriklerde, yazan tüm metni kurgulayıp belirli bir akış içinde okuyucuya sunar. Ekran temelli içeriklerde ise, kullanıcıyı metne getiren ve başka metinlere gitme imkânı tanıyan içeriklerin sayısı gerçek anlamıyla sonsuzdur. Roland Barthes bu durumu, “metin yığınları” anlamına gelen *lexia* kavramıyla açıklamaktadır (Landrow’dan akt. Berger, 2001:13). Dolayısıyla ekran temelli içeriklerde, sayısız *lexia*’nın birbiriyle bağlantılanabilir biçimde ağ üzerinde mevcut olduğu ve her geçen gün yenilerinin de yaratılabildiği söylenebilmektedir.

Hipermetinselliğın, İnternet’in temelinde yatan özelliklerden biri olduğu da söylenebilir. Web sayfalarının açılmasında kullanılan “http” standardının açılımı, “Hypertext Transfer Protocol (Hipermetin Transfer Protokolü)”dür. Http standardı, W3C⁶ tarafından, İnternet üzerinden dijital sistemlerin birbirleri ile iletişim kurabilmesi için belirlenmiş iletişim protokollerinden biridir. Özellikle İnternet tarayıcıları tarafından görüntülenen içeriklerde bu standart kullanılmaktadır. Ağ üzerindeki cihazların (örneğin bilgisayarlar) nasıl iletişim kurması gerektiğini belirleyen başkaca protokoller de bulunmaktadır.

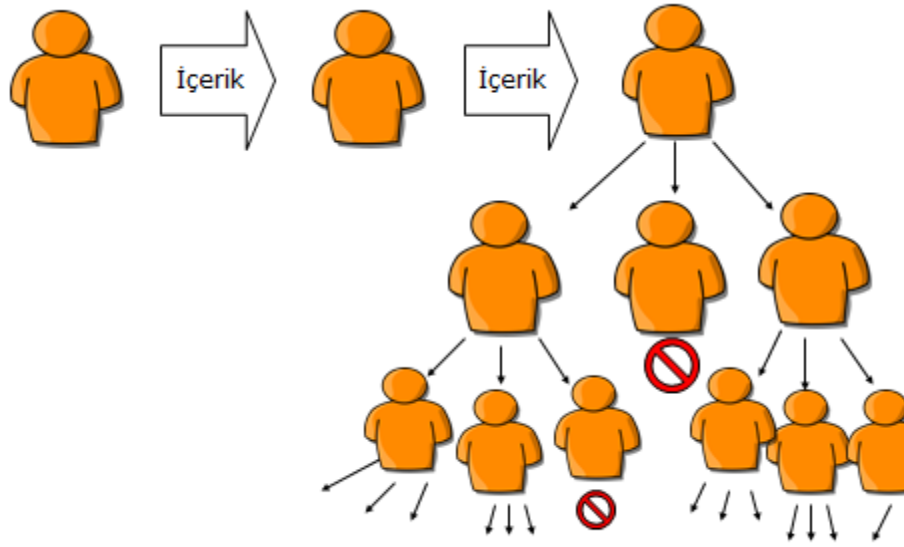
⁶ W3C: *World Wide Web Consortium*, Dünya Çapında Ağ Birliğı: Dünya çapında ağ (www) standartlarını belirleyen örgüttür.

1.1.4. Yayılım

Yeni medya uygulamaları genellikle ağ destekli uygulamalardır. Söz konusu bu ağ, çoğunlukla İnternet gibi büyük ve genel bir ağ olsa da özel ağlar üzerinden işleyebilen uygulamalar da bulunabilir. “Ağ kavramı en temel tanımıyla belirli düğümlerin birbirleriyle bağlantılar aracılığıyla iletişim içinde olduğu sistemleri ifade eder” (Coleman, 2012:16). “Bir ağın en belirleyici özelliklerinden biri, hiyerarşik olmak yerine yaygın dağılımlı olmasıdır. Bir ağ, hiyerarşik bir düzendeğinin aksine düğüm noktalarından her yöne doğru uzayabilir” (Coleman, 2012:26). Yukarıdaki özelliklerin kullanılabilmesi için ağ üzerinden ortak dilde iletişim kuran cihazların varlığı gereklidir. Yeni medyadaki ağ üzerinden yayılım yaklaşımı, geleneksel medyanın şebeke yaklaşımından çok daha farklıdır. Televizyon yayınları üzerinden gidecek olursak, şebeke yaklaşımında, gerçek zamanlı iletim söz konusuysen, izleyicinin seçim yapabilirliliği aynı türde iletim gerçekleştiren diğer alternatifler (kanallar) ile sınırlıdır. Oysa yeni medyada, “*on demand* (iste-izle)” servislerle gerçek zamanlılık ortadan kalkmaktadır. Ancak istenilen verinin (bu örnekte görsel/işitsel öğenin) kullanıcıya ulaşabilmesi için bir ağ şarttır. Diğer taraftan ağ, birbirinden farklı sayısız uygulamanın kendi aralarında çalışabilmesini ve kullanıcıların bu uygulamaların her birine erişebilmesini olanaklı kılmaktadır. İnternet ele alınırsa, etkileşimsellik ve hipermetinsellik gibi özelliklerin herhangi bir ağ olmaksızın işlenmesi beklenemez.

Yayılm özelliği, ağ üzerinde yer alan sunucularla⁷ mümkün olabilmektedir. Çok sayıda giriş ve çıkış bağlantısı bulunması nedeniyle sunucu, çemberin merkezini değil, ağ üzerindeki tek bir parçayı oluşturur. Ağ temelli yayılım sayesinde çok sayıda kullanıcı, çok farklı zamanda, çok farklı içeriğe ulaşabilmektedir (Lister vd., 2009:33). Castells, “artık küresel bir köyde değil, küresel biçimde üretilen ve yerel biçimde dağıtılan özelleştirilmiş kulübelerde yaşadığımızı” ifade etmektedir (akt. Lister vd., 2009:33).

şekil 1. rnek yayılım şeması



⁷ Sunucu (*Server*), ağ üzerinde bilgiyi barındıran ve kendisinden isteyen istemcilere ulaştıran bilgisayarlar olarak tanımlanabilir. Farklı ağ uygulamaları için farklı sistem özelliklerine ve farklı yazılımlara sahip sunucular kullanılabilir. Kk çaplı bir ağda, yalnızca bir sunucu olabileceği gibi, İnternet gibi daha büyük ağlarda pek çok sunucu aynı anda bulunmakta ve hizmet vermektedir (<http://www.techterms.com/definition/server> , Erişim: 15.06.2012)

Şekilde de görüldüğü gibi, herhangi bir içerik ağ üzerinden dolaşıma sokulduğunda, hızla pek çok kullanıcıya ulaşabilmektedir. İçerik her kullanıcı tarafından yeniden dolaşıma sokulmasa dahi, pek çok kullanıcı tarafından dolaşıma sokulabilmektedir.

Özetleyecek olursak, yayılım, ağ üzerinden “arayüzeydeki bir metnin hızla dağılmasını, bu metne farklı zamanlarda ve uzamlarda yeniden ve yeniden erişilebilmesini ifade eder” (Binark ve Löker, 2011:12). Böylelikle yayılım özelliği, tüketicilerin, aktif alımlayıcılıktan gerçek üreticiliğe doğru katılımlarını arttırabilmelerini sağlamaktadır (Lister vd., 2009:35)

1.1.5. Sanallık

Yeni medyanın sanallık özelliği, “arayüzey ile kullanıcının kurduğu iletişimin niteliğini açıklamaktadır. Sanallık, kullanıcıya orada olma hissini sağlar” (Binark ve Löker, 2011:12). 1990’lardan başlayarak, “sanallık” denildiğinde akıllara gelen imge, sanallığın kendisine ait değil, bunu tecrübe eden bir kişi ve kullandığı ekipmanlara ait olmuştur (Lister vd., 2009:35-6).

Şekil 2: Sanal gerçeklik (*Virtual reality*)⁸



Sanallık aslında kişinin çevrimiçi iletişim halindeyken olduklarını hissettikleri uzam olarak tanımlanabilir. Bu uzam, “telefonla konuşurken olduğunuz yer” (Rucker vd., 1993) veya “televizyonda olduğunuzda ortaya çıkan uzam: bu sırada tam olarak oturduğunuz ya da konuştuğunuz diğer kişinin oturduğu yer değildir, ama bu ikisinin tam arasındadır” (Mirzoeff, 1999) şeklinde tanımlanmıştır (akt. Lister vd., 2009:36).

Günlük kullanımda ise sanallık, “simüle edilen” ile eş anlamlı olarak kullanılabilir. Dijital kültürde sanallık kavramıyla simüle edilen/edilebilirlik arasında yakın bir ilişki vardır. Sanal olanın, gerçeğin yaklaşık bir kopyası olduğu durumu ifade ettiği düşünülmüştür. Aynı görüş

⁸ <http://static.ddmcdn.com/gif/virtual-reality-8.jpg> (Erişim: 02.04.2012)

simülasyon için de geçerlidir. Ancak belirtmek gerekir ki, bir simülasyon yapay, sentetik ve üretilmiş olsa da “yanlış” veya “yanıltıcı” değildir. Simülasyonlar, gerçektirler ve eklendikleri gerçek dünyada deneyimlenirler (Lister vd., 209:35-44).

“Ağ tabanlı medya ve ağ tabanlı özelliğin en önemli özellikleri sanal mevcudiyet (dolayımmlama yoluyla bir yerde olma duygusu) ve bununla yakından ilişkili olan birlikte mevcudiyet (dolayımmlama yoluyla başkalarıyla birlikte olma duygusu) kavramıyla ilişkilidir” (Coleman, 2012:144). *Oxford Internet Institute*'ta sosyal bilimci olan Ralph Schroeder'e göre, “eğer mevcudiyet ‘orada olma hissi’ ise, bu durumda birlikte mevcudiyet orada birlikte olma hissidir” (akt. Coleman, 2012:147). Telefon konuşmaları veya e-postalar üzerinden kurulan iletişimin gerçek olması gibi, ağ dolayımıyla sanal uzamda gerçekleşen iletişim ve etkileşim de gerçektir.

“Düzenli olarak içinde bulunduğumuz parçalı ilişkiler açısından birlikte mevcudiyetin önemi birlikte olmanın paylaşılan algısal deneyiminde yatar. Bu dolayımmlı bağlanmalar tüm resmi oluşturmamalarına karşın sahici paylaşılmış anlar sunarlar” (Coleman, 2012:148).

1.1.6. Multimedya Biçemselliği

“Yeni medyanın sahip olduğu multimedya biçemselliği göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanmasıdır” (van Dijk’tan akt. Binark, 2007b:21-2). Her ne kadar İnternet ve ağ içeriği için geçerliymiş gibi gözükse de yeni medya sistemlerinin büyük çoğunluğunun multimedya desteği olduğu fark edilebilir. Cep telefonları ve hatta portatif müzik çalarların (mp3 çalarlar) bile büyük çoğunluğu imge, ses, metin ve sayısal veri gibi farklı veri türlerini okuyabilme ve işleyebilme özelliğine sahiptir. Sıradan bir İnternet deneyimine bakıldığında da multimedya biçemselliği en açık haliyle görülebilir: bir web sayfasında aynı anda birçok metin, hipermetin, görsel (fotoğraf veya illüstrasyon), video ve/veya müzik öğelerinden birkaçı rahatlıkla bulunabilmektedir.

Şekil 3. Multimedya Biçemselliği



- | | |
|---|--------------|
| i. Video | ii. Metin |
| iii. Hipermetin (Beğen fonksiyonu, başka bir işlemi başlatıyor) | iv. Fotoğraf |
| v. Hipermetin (Kullanıcıyı söz konusu videoya götürüyor) | |

1.2. Yeni Medya Ortamlarının İki Kullanım Durumu

Yeni medya ortamının özelliklerinden beslenerek, bu ortamdaki kullanıcılar ve ortamda dolaşıma giren içerikler bakımından önemli iki kavramı ele almak yerinde olacaktır. Bu kavramların önemi, temel olarak üretim ve tüketim ilişkisinin boyutunu değiştirmeleri ve ortaya çıkan üretimlerin kendilerine özel dinamikler barındırmalarını sağlamalarında yatmaktadır. Yeni medyanın özellikleri, bir yeni medya uygulaması olan video paylaşım ağlarında dolaşıma sokulan içeriklerin türünü ve yapısını belirlemektedir.

1.2.1. Prosumer (Üreten Tüketici, Üre-Tüketici)

Prosumer kavramı, çeşitli kaynaklarda “üreten tüketici” olarak Türkçeye geçmiştir. Ancak bu çeviri, kelimenin içeriğini tam olarak yansıtmamaktadır. *Prosumer*, İngilizcedeki “*producer* (üretici)” ile “*consumer* (tüketici)” kelimelerinin birleşiminden doğan yeni bir kavramdır. Diğer bir deyişle tüketiciye “üretme” niteliği kazandıran bir sıfattan çok daha fazlasıdır. Bu nedenle bu bölümde “*prosumer*” sözcüğü kullanılacaktır.

Prosumer kavramı, Alvin Toffler'ın Üçüncü Dalga isimli kitabında (1980) ortaya çıkmıştır. Toffler'e göre üretici ile tüketici arasındaki sınırlar silikleştiği için yavaş yavaş bu iki kavram birleşecektir. İşletmeler, yüksek düzeyde bireyselleştirilmiş/kişiselleştirilmiş ürünlerin, kitlesel olarak üretimine geçerek karlılıklarını devam ettirebilirler ki bu da post-endüstriyel çağın bir gereğidir. "Ancak bu düzeyde bireyselleştirmenin sağlanabilmesi için, tüketicinin, özellikle de tasarım aşamasında, üretim sürecine katılması gerekliliği doğmaktadır" (Özata, 2006).

Bu kavram, "post-Fordist hizmet ekonomilerinde üreticiler ile tüketiciler arasındaki ayrımın gittikçe belirsizleştiği bir alanı işgal eder. Eski seri üretim modeli yerini, tüketicilerin talepleri doğrultusunda teknolojik olanaklarla gerçekleştirilen daha az üretime bırakmışlardır" (Laughey, 2010:66). Medya ve iletişim endüstrileri, tüketici ile üreticiyi birleştiren, tüketici üretimlerini pazara sokan sektörler arasında en önde yer almaktadır.

Prosumer ürünler, ne yalnızca profesyonel ne de yalnızca amatör tüketici pazarına yönelik olan, bunların her ikisine birden yönelik olan ve kullanıcının hem tüketici hem de üretici olmasını olanaklı kılan ürünlerdir. Dijital video kamera alan bir kişi şüphesiz kameranın tüketicisidir; ancak bu kamera ile ürettiği videoların da üreticisidir ki yeni medya ortamı, kullanıcıyı yarattığı videoları zahmetsiz ve masrafsız bir biçimde dolaşıma sokabilmesi konusunda olanaklı kılmaktadır. Kişisel bilgisayarların kendileri de pek çok

açından “*prosumer*” teknolojilerdir: aynı anda dağıtım, tüketim ve üretim teknolojilerini üzerlerinde barındırır (Lister vd., 2009:34).

Prosumer kavramı, İnternet kullanıcısının, Facebook⁹ gibi sosyal medya kanallarındaki pratiklerini de içerir. Bu noktada kullanıcı, herhangi bir malın değil ama hizmetin kullanıcısı olurken aynı zamanda o hizmetin sağlanabilmesi için gerekli içeriği de üretmektedir. Hiçbir sosyal medya aracı, kullanıcıların ürettiği içerikler olmadan işlevini yerine getiremez. Doğrudan paylaşım odaklı bu örneğin yanı sıra, eBay¹⁰ veya gittigidiyor¹¹ gibi sitelere de bakılabilir. Bu sitelerin kullanıcıları, yaptıkları alışverişlerde hem içeriğin kendisini üretirler, hem satılan ürün (veya hizmeti) üretirler. Söz konusu siteler ise, bu işlemlerden aldıkları komisyonlar ile üretim ve tüketim alışkanlıkları gibi edindikleri kişisel verilere yönelik reklam faaliyetleri üzerinden kâr elde ederler. David Weinberger, bu tip işletmeleri, başka bir yerde geliştirilmiş enformasyon değerini arttıran ve böylelikle enformasyonun orijinal yaratıcıları üzerinden kâr sağlayan yeni bir işletme kategorisi olan “meta işletmeler” (*meta businesses*) olarak tanımlamaktadır (Weinberger, 2007:224). Bu açıdan bakıldığında, sistem içindeki *prosumer*’lar belirli bir kazanç elde edebilseler de esas kazancı işleyen sistemi oluşturan firmalar sağlamaktadır. Bu noktada tüketicilerin üretici niteliği kazanması, yeni iş alanları ve dolayısıyla yeni kazanç olanakları sağlamaktadır. Artık tüketim,

⁹ İnternet adresi <http://www.facebook.com>’dur. Facebook ve diğer toplumsal paylaşım ağları bu tez çalışmasında ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

¹⁰ İnternet adresi <http://www.ebay.com>’dur.

¹¹ İnternet adresi <http://www.gittigidiyor.com>’dur.

üretime ait ekonomik zincirin mutlak son noktası olarak görülmeyip inovasyon¹² ve büyümenin dinamik tarafı olarak görülmektedir (Bruns, Potts vd.'den akt. Burgess ve Green, 2010:13). Bu, medya tüketicileri veya izleyicilerinin pratiklerine doğru genişleyerek izleyicinin, izlediği içerikle ilgili üretimde bulunmasını da kapsar.

Yoachi Benkler, “endüstriyel bir ekonominin açık kaynaklı yazılımlar gibi işbirliğine dayalı ağ pratikleriyle desteklenen bir bilişim ekonomisine dönüşümünü irdelemektedir. Benkler, insanların hiyerarşik olmayan gevşek yapılı ağlar halinde belli çıkarlar etrafında bir araya gelerek modern toplumda inovasyonun temel kaynağı olan yapıları ortaya çıkardıklarına dikkat çeker” (Coleman, 2012) ve “bilgi ekonomisinin” çeşitli kültürel üretimlerle ticari, kâr amacı gütmeyen, devlet, eğitim, gibi farklı gruplar tarafından farklı fikirler için kullanıldığını belirtir (Jenkins, 2010:114). Özetlemek gerekirse, “Açık inovasyon ağı, tüm nüfusun yaratıcı enerjisini dahil etmesinden yararlanır; yalnızca izole uzman elitlerin girdilerinden değil. Dijital medyayı kullanan teknolojik olarak etkin kılınmış sosyal ağlar ile, kullanıcıların bilgi birikiminin de profesyoneller tarafından basılarak sunulandan çok öteye geçmesiyle birlikte, üretimin, üreticilerin yanı sıra tüketiciler tarafından da gerçekleştirilmesi beklenebilir” (Hartley, 2010:132). Bu bakımdan *prosumer* kavramı ile *kullanıcı türevli içerik* bir arada ele alınmalıdır.

¹² İnovasyon sözcüğü TDK sözlüğünde, Türkçeye İngilizceden geçtiği belirtilerek “yenileşim” olarak tanımlanmaktadır.

1.2.2. Kullanıcı Türevli İçerik

Yeni medya, “tüketicilerin medya içeriğini arşivleyebildiği, yorumlayabildiği, özelleştirebildiği ve yeniden dolaşıma sokabildiği yeni araç ve teknolojiler” sunmaktadır ve bu araçlar *Do-It-Yourself (DIY)*¹³ medya üretimini yaygınlaştıran pek çok alt kültür ortaya koymaktadır (Jenkins, 2002). Jenkins’e göre, kullanıcılar filmler, DVD’ler, çevrimiçi birleştirmeler (*mash ups*)¹⁴ ve bilgisayar oyunları arasında gezinmektedir ve bu eğilimler, “yeni medya tüketicilerinin birbirleriyle, medya metinleriyle ve medya üreticileriyle olan ilişkisini” dönüştürmektedir (Jenkins, 2002). Artık kullanıcı olarak tanımlanan yeni medya tüketicilerinin birbirleriyle ağ üzerinden irtibat halinde olması, ortak tüketimin yanı sıra ortak üretimi de olanaklı kılmaktadır. Kullanıcılar takip ettikleri içerikleri, bireysel veya kolektif olarak değiştirebilmekte ya da kendileri doğrudan içerik yaratabilmektedirler.

Yeni medya teknolojilerinin, medya üreticileriyle tüketicileri arasındaki ilişkiyi derinlemesine değiştirdiği açıktır. Hem kültür yayıcılar hem de

¹³ *Do-It-Yourself (DIY)*, kişilerin doğrudan kendilerinin yaptığı, gerçekleştirdiği üretimi ifade eder. Bu üretim, hemen her türlü üretimi kapsar. Sıklıkla kısa formu olan “DIY” şeklinde anılır (<http://oxforddictionaries.com/definition/DIY?q=diy> , Erişim: 10.06.2012). Yeni medya ortamında da kullanıcıların gerçekleştirdiği üretimler, herhangi bir profesyonel yardımı olmadan, kullanıcının kendilerinin yaptığı üretimler olabilmektedir. Örneğin, Vikipedi veya çeşitli sözlük sitelerindeki girişler.

¹⁴ *Mash Up*: Çoğunlukla yeni medya teknolojileriyle bağlantılı üretimlerde kullanılan bir kavramdır. Farklı formatlardaki içeriğin (örneğin görüntü ve ses) birleştirilmesini ifade eder (<http://oxforddictionaries.com/definition/mash-up?q=mash+up> , Erişim: 10.06.2012). Örneğin, bir filmden alınan görüntüye bir şarkının eklenmesiyle oluşturulan klipler. Ancak bu klipler, herhangi bir medya profesyoneli tarafından değil, ortalama bir bilgisayar kullanıcısı tarafından yapılmıştır.

hayranlar, topluluk inşası, entelektüel alışveriş, kültürel dağıtım ve medya aktivizmi için İnternet'i kullanmalarıyla birlikte çok büyük görünürlük kazanmışlardır. Yeni teknolojiler, medya tüketimi ile medya üretimi arasındaki eski engelleri yıkmıştır. Karşı koyma ve katılmaya yönelik eski retorik, medya içeriğini şekillendirmeye yönelik olarak tüketicilerin çok az doğrudan güce sahip olduğu ve pazara girebilmek için çok büyük engellerin bulunduğu bir dünya varsayar (Jenkins, 2002).

Jenkins'e göre (2006), yeni medya ortamında bahsedilen "yakınlaşma"¹⁵, teknolojik bir süreç değil, izleyici davranışının bir özelliğidir. Diğer bir deyişle yakınlaşan kullanıcının kendisidir (Jenkins, 2006).

Yeni medya ortamında artan izleyici rolüyle ilgili olarak, giderek daha da çok etkileşimsel bir hale gelen kullanıcının, medya üreticilerine daha fazla ve içten geri bildirimde bulunmaya başladığı söylenebilmektedir. Moulthrop ve arkadaşlarının (2004), medya izleyicilerinin her tip metinle özelleştirebilir bir ilişki kurmasının, hızla yeni medyadaki söylemin merkezi niteliği haline geldiğini belirtmektedir (akt. Lister vd, 2009:223-4).

Bilgisayar oyunu tüketicileri, izleyiciden üreticiye geçişe örnek verilebilir. *Countersrike* oyunu, 11 Eylül saldırıları¹⁶ sonrası askeri harekâtına

¹⁵ *Convergence* sözcüğü Türkçeye çoğunlukla yöndeşme, yakınsama, yakınsaklık ve bir noktada birleşme olarak geçmektedir.

¹⁶ El Kaide tarafından gerçekleştirilmiş bu saldırılar, 11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de pek çok sivil ve askeri noktayı hedef almıştır.

dayanan bir terörist/karşı terörist oyundur. Kanadalı öğrenci Minh 'Gooseman' Le liderliğinde bir grup "yaratıcı oyuncu" tarafından *Half Life* oyun motoru üzerine geliştirilen *Counterstrike*, her zaman İnternet'ten indirilebilir ücretsiz bir versiyonunu bulundurmasına karşı bir milyondan fazla kopya satmıştır. Bu bakımdan, kullanıcı türevli içeriğin ilk büyük ticari başarısı sayılabilmektedir (Lister, vd, 2009:224).

The Sims serisinin tasarımcılarından Will Wright da, İnternet'in amatör ve profesyonel medya üreticisi arasındaki mesafeyi bulanıklaştırdığını belirtmektedir:

Bence İnternet, bunun önde gelen örneği. Bence, etkileşimin doğal biçimi olan, tüketiciden üreticiye pürüzsüz bir rampanın olduğu belirgin yeni medya türleri olacak. ... Bence şu anda, belki de rampanın ne kadar dik olduğunu inerek görüyoruz. Bence, tüm medyalarda, tüketiciyle yazar, üretici, tasarımcı arasında doğal bir ilerleme var. ... Bu olasılık, bugün, yirmi yıl önce olduğundan çok daha fazla (Pearce'dan akt. Lister vd, 2009:225).

Tüketiciler, bu farklı medya teknolojilerini, kendi kontrollerinde olan daha fazla medya metnini aktarmak/dağıtmak için kullanmayı ve diğer tüketicilerle etkileşimde bulunmayı öğrenmektedirler (Jenkins, 2006:18). Tüketicilerin birbirleriyle etkileşimde bulunması, ortak hareket edebilmeyi, kolektif eylemleri ve kolektif üretimleri de olanaklı kılmıştır.

Diğer taraftan Pierre Lévy, İnternet'le ilgili olarak hiç kimsenin her şeyi bilmediğini, herkesin bir şeyler bildiğini ve tüm bilginin insanlığın içinde olduğunu belirtmektedir (Lévy'den akt. Jenkins, 2006:26-7). Yeni medya teknolojileriyle birlikte yeni toplum tasarımlarının ortaya çıktığından bahsedilebilmektedir. Bu yeni toplulukların ortak özellikleri olarak, gönüllülük, geçicilik, taktiksel bağlantılar, ortak entelektüel girişimler ve duygusal yatırımlar üzerinden yeniden onaylanabilirlik ön plana çıkmaktadır (Jenkins, 2006:27). Söz konusu toplulukların üyeleri, ilgilendikleri konular ve ihtiyaçları değiştikçe bir gruptan diğerine geçebilmekte ve aynı anda birden fazla gruba da üye olabilmektedirler. Bu toplulukların varlığı sayesinde karşılıklı üretim ve bilgi alışverişi olanaklı olmaktadır.

Lévy, ortak akıl (*collective intelligence*) olarak ifade ettiği bu durumun araçları olarak dijital iletişim ile bellek, algı ve hayallerin paylaşılmasını; süreçleri olarak da kolektif öğrenme ve yaratıcılık, bilgi alışverişi ile bilginin üretilmesinde rekabetçi işbirliği ve işbirliğine dayalı rekabet olarak tanımlamaktadır (Lévy, 2002). Kolektif aklın, yeni medya ortamındaki en açık yansımalarından biri olarak Vikipedi'ye¹⁷ bakılabilir. Vikipedi, tüm İnternet kullanıcılarının başlık açabildiği, içine veri girebildiği ve var olan verileri, diğer bir deyişle bilgileri değiştirebildiği açık bir ansiklopedidir. Ortaya çıktığı günden itibaren hangi bilginin uzmanlık gerektirdiği ve içerdiği bilgilerin doğruluğu sürekli sorgulanan Vikipedi'de, doğru olmayan bilgilerin topluluk

¹⁷ Türkçe arayüz için İnternet adresi <http://tr.wikipedia.org>, İngilizce arayüz için İnternet adresi <http://en.wikipedia.org>'dur.

üyeleri tarafından hızla düzeltildiği ve bir bakıma esnek bir biçimde kendini düzelten, kapsayıcı bir yapı arz ettiği görülmektedir (Jenkins, 2006:254-5).

Bilgisayar, medya içeriğiyle etkileşim olanaklarını arttırarak, medya şirketleri için koşulları, metalaştırma ve üretimin ne üzerine olacağını belirlemenin kolay olduğu 20. yüzyıldan çok farklı bir konuma getirmiştir. Özellikle ağ yapısı sonucunda ortaya çıkan İnternet, izin verilme veya istenmese de izleyicilerin medya içeriğiyle ilişki kurmalarının yeni biçimlerini ortaya çıkarmıştır. “Tüketicilerin, kontrollü koşullarda medya ile etkileşime girmesine izin vermek bir şeydir; kültürel üretimin üretimine ve dağıtımına katılmalarına izin vermek, bambaşka bir şeydir” (Jenkins, 2006:133).

İzleyicilerin kullanıcı halinde tanımlanmaya başlaması, geleneksel medya metinleri ile yeni medya ilişkisi arasında değerlendirildiğinde öncelikle hayran topluluklarında görülmüştür. Hayran toplulukları, takip ettikleri ünlüler veya bu ünlülerle bağlantılı skandal sitelerindeki yorum yapma edimi ile birlikte kullanıcı türevli içeriğin bir biçimini ortaya koymaktadır. Söz konusu hayranlar, medya profesyonellerince kendilerine sunulan içerikle ilgili olarak, etkileşim değilse bile katılım sergileyebilmişlerdir. Theresa Senft, bu bakımdan, medya alanının bir “kamuoyu alanı” değil “kamuoyu ekolü” haline geldiğini önermiştir (akt. Lister vd., 2009:221).

Hayran topluluklarının geldiği noktanın politik etkileri, yalnızca yeni fikirlerin üretimi ve dolaşıma sokulmasıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda, yeni

toplumsal yapıları ve yeni kültürel üretim modellerini mümkün kılar (Jenkins, 2006:246).

Ağ üzerinden enformasyon üretimi ve dağıtımı ile ilgili olarak, Clay Shirky şunları söylemektedir:

Kurumsal yapılarda profesyonellik gerekiyordu. Çünkü konuyla ilgili olabilecek, ya da söz konusu işte işe yarayabilecek herkesin işe alınabilmesi mümkün değil. Profesyoneller nicel olarak harika işler ortaya koyuyorlar, yani evet sayıca çok iş ortaya çıkarıyorlar. Ama... ya sizin aradığınız şey bir amatördeyse ya da tesadüf eseri de olsa aradığınız işi bir amatör çıkarırsa? Kurumsal yapıların bu amatörlerin işlerine ulaşma şansı yoktu... Ama [Flickr](#)¹⁸ örneğinde olduğu gibi artık amatörlerin de işlerine rahatlıkla ulaşılabilir. Dolayısıyla çeşitlilik inanılmaz artmış durumda. Bu duruma diğer bir örnek Microsoft¹⁹ ve Linux²⁰. Linux'a yapılan pek çok önemli eklenti / düzeltme, hayatlarında sadece tek bir iş ortaya koymuş kişilerce yapılıyor... Diğer bir deyişle, bir konuyla ilgilenen pek çok kişi birbirlerinin işleriyle buluşabiliyor, üstlerine ek yapabiliyor. İşte içinde bulunduğumuz çağda böyle bir farklılık var. Tek bir işe imza atmak profesyonellik olarak tanımlanmasa da işin önemine bağlı olarak amatörler amaca / projeye son derece yararlı olabiliyorlar (Shirky, 2005).

¹⁸ İnternet adresi <http://www.flickr.com> olan site bir fotoğraf paylaşım ve dağıtım ağıdır.

¹⁹ Microsoft Corporation: İşletim sistemi Windows'un üreticisi ve geliştiricisi firmadır.

²⁰ Açık kaynak kodu ile kolektif bir biçimde geliştirilen işletim sistemidir.

Enformasyon dağıtımında, tüketicinin de üretici olarak konumlanması, *prosumer* kullanıcının ortaya çıkmasıyla birlikte amatör üretimleri tüketime arz edilebilir hale getirmiştir. Shirky'nin "Flickr" örneği bu alanda yol göstericidir. New York'ta her yıl düzenlenen, katılımcıların denizkızı kostümüyle katıldığı "New York Denizkızı Festivali" ile ilgili fotoğrafa ihtiyaç duyulacak olması halinde, medya profesyonelleri söz konusu etkinlikte fotoğraflar çekeceklerdir. Ancak çekilecek fotoğraflar, kullanılması planlanan amaca göre belirli bir nitelikte ve belirli bir sayıda olacaktır. Oysa Flickr gibi fotoğraf paylaşım ağları üzerinden, oradaki kişilerin çektikleri pek çok fotoğraf ele alındığında, medya profesyonelinin çekebileceği fotoğraf sayısından çok daha fazla fotoğrafa ulaşılabilecektir. Sayıca yüksek üretim, ihtiyaç duyulan içeriğe ulaşılmasını da kolaylaştırmaktadır. Bu fotoğraf, medya profesyonellerince hazırlanan herhangi bir geleneksel medya ortamında da kullanılabilir, diğer kullanıcıların hazırladığı bir videoda da. Diğer bir deyişle profesyonel olsun ya da olmasın, herkes ihtiyacı olan görsel malzemeye çok daha kolay ulaşabilmektedir.

"Kullanıcı türevli içerik, büyük sosyal etkiler barındıran bir olgudur. Kullanıcıların enformasyon üretimi, dağıtımı, erişimi ve yeniden kullanım biçimlerindeki değişim ile kullanıcı özerkliği, katılım, çeşitlilik ve yaratıcılık artmıştır. Kullanıcı türevli içerik aynı zamanda kişilerin bilgi-iletişim teknolojileriyle ilgili yeteneklerinin gelişmesini sağlar. Açık bir platform olduğundan, kullanıcı türevli içerik, politik ve sosyal tartışmaları zenginleştirip

düşünce çeşitliliğini genişletirken enformasyonun serbest akışını ve ifade özgürlüğünü de arttırır” (OECD, 2008:5).

OECD'nin tanımı takip edildiğinde kullanıcı türevli içeriğin, politik ve sosyal tartışmaları zenginleştirme etkisi biraz daha derinleştirilebilir. 2000'li yıllarda *Photoshop*²¹ gibi yazılımlar üzerinden kullanıcılar, çeşitli durumlarla ilgili üretimler yapmaya başlamışlardır. Özellikle seçim dönemlerinde, kullanıcıların kendi destekledikleri siyasi partilerle ve karşı partilerle ilgili içerikler ürettikleri bilinmektedir. Bu durum, Türkiye'deki seçim dönemlerinde de, diğer ülkelerdeki seçim dönemlerinde de rahatlıkla saptanabilmektedir. Hatta ABD'deki 2004 seçim kampanyaları sırasında bazı web siteleri, belirli bir etkinlik veya adayla ilgili olarak en etkili görsel tasarımı yapma yarışması düzenlemiştir (Jenkins, 2006:221).

Şüphesiz, kullanıcı türevli içerik üretimi, yalnızca siyasi kampanyalar düzeyinde demokrasiye katkıda bulunmaz. Geleneksel medyada kendine yer bulamayan pek çok kesimin²² görüşü, kullanıcıların yarattıkları bu içerikler üzerinden dolaşıma girerek farklı kesimlere ulaşabilmektedir. Üstelik bu görüşler, yalnızca bir kesime de ait olmak zorunda değildir. Yeni medya araçları üzerinden kullanıcının içerik üretebilir ve bu içeriği dolaşıma sokabilir

²¹ Dijital ortamda fotoğraf düzenleme yazılımıdır.

²² Bu kesimler başta azınlıklar olmak üzere, engelliler gibi dezavantajlı gruplar ya da “kırılgan” olarak tanımlanan ve toplumda kolaylıkla görünürlük elde edemeyen/edememiş toplulukları ifade etmektedir.

noktaya gelmesi, bireysel pek çok düşüncenin de üretilip dağıtılabilmesini olanaklı kılmıştır.

Yeni medya ortamında dolaşıma giren herhangi bir içeriğin nereye kadar ulaşıp hangi amaçlarla kullanılabileceğini bilmek imkânsızdır. Bu durumun en iyi örneklerinden biri olarak, “*Bert is evil* (Büdü kötüdür)”²³ karakteri gösterilebilir: *Susam Sokağı*’ndan bilinen Büdü (*Bert*) karakterinin şeytani çatık kaşlarla oluşturulmuş resmini İnternet üzerinden yayınlayan Ressam Dino Ignacio’nun çalışması, kontrolü dışında kullanılarak Afganistan’da bir Usama bin Ladin posterini üzerinde ortaya çıkmış ve anti-Amerikan sembolü olarak kullanılmıştır (Coleman, 2012:129; Jenkins, 2006:1-2).

Şekil 4. Büdü ve Usama bin Ladin²⁴



²³ İnternet adresi <http://www.bertisevil.tv/>’dir.

²⁴ <http://www.bertisevil.tv/pages/bert038.htm> (Erişim: 20.04.2012)

Kullanıcı türevli içeriklerin dolaşıma girebilmesinde yeni medyanın katılımcı kültürü desteklemesinin önemi büyüktür. Katılımcı kültür çoğunlukla, dijital teknolojiler, kullanıcı türevli içerik ve medya endüstrileri ile onların tüketicileri arasındaki bir çeşit güç ilişkisini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Hayranlar ve diğer tüketiciler, yeni içeriğin yaratımı ve dolaşıma sokulmasına aktif olarak katılmaya davet edilirler (Jenkins, 2006:290).

Yeni medya alanına katılımcı kültürün bir diğer yansıması olarak yurttaş gazeteciliğine bakılabilir. Geleneksel medyada yer alan haberlerin tiraj ya da reyting kaybetmesinin önüne geçmek için, haber değeri taşıyan unsurların belirlenmesi ve ilgili medya kuruluşunun nasıl uygulamalar benimsemesi gerektiği gibi konularda kamunun görüşlerini dikkate alan bir yaklaşım olarak ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği, yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, geleneksel medya kuruluşlarından görece bağımsızlaşmıştır.

OhmyNews²⁵ sitesi, yeni medyanın olanaklarından yararlanarak “OhmyNews her yurttaş bir muhabir yapıyor” sloganıyla 2000 yılında Güney Kore’de kurulmuştur. 2006 yılında 26.700 yurttaş gazetecisi ve 53 kadrolu muhabir ve editörü bulunan sitenin (Uzun, 2006:642), 2012 itibarıyla 62.000 yurttaş gazetecisi, 70 kadrolu muhabiri ve editörü bulunmaktadır; site günde yaklaşık iki milyon kişi tarafından ziyaret edilmektedir²⁶. “Yeni iletişim teknolojileri dolayısıyla dileyen herkesin katkı sağlayabileceği, ortaklaşa

²⁵ İnternet adresi <http://international.ohmynews.com/>’dur.

²⁶ <http://international.ohmynews.com/about/> (Erişim: 15.06.2012)

(collaborative) gerçekleştirilen ve paylaşımına dayanan bir haber üretim sürecinin ortaya çıkması bazı açılardan umut vaat edici olabilmektedir. Haberde 'gerçeğe' böyle bir süreç sonunda ulaşılabileceği düşünülebilir" (Geray ve Aydoğan, 2010:319). Bu noktada geleneksel medyada, medya profesyonelleri tarafından üretilen haberlerde, haber değeri taşımadığı düşünülen veya diğer politik ya da ekonomik gerekçelerle haberleştirilmeyen olaylar da bu sayede duyurulabilmektedir. Diğer taraftan, bireylerin diledikleri içerikleri İnternet üzerinde yayınlamasına olanak tanıyan uygulamaların da ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla, yurttaş gazeteciliği yeniden biçim değiştirmiştir. Böylelikle, haber üretimindeki çeşitlilik daha da artmış, herhangi bir editoryal süreçten geçmeyen pek çok haber dolaşıma girmeye başlamıştır.

Yurttaş gazeteciliğini etkileyen faktörlerden bir diğeri, başta kameralı cep telefonları olmak üzere görüntüleme ve görüntü kaydetme sistemlerinin yaygınlaşması ve tam tabiriyle "her cebe" girmesi olmuştur. Olayların olduğu anda, olduğu yerde bulunan bireyler tarafından kayıtlanması ve dolaşıma sokulabilir olması, bazı durumlarda profesyonel haber kuruluşlarının da habere ulaşabilmesine olanak sağlamaktadır. Örneğin ABD'nin Irak harekâtı sırasında, 2004 yılında Amerikan askerlerinin bayrağa sarılı tabutlarının uçaklara yüklenme görüntüleri, herhangi bir profesyonel muhabir tarafından değil, bir kargo çalışanı tarafından fotoğraflanmış ve yeni medya araçlarıyla dolaşıma sokulmuştur. Bu fotoğraflar birkaç gün sonra Amerikan

gazetelerinden *Seattle Times*'ın ön sayfasında yayınlanarak kamuoyu gündemine gelebilmiştir (Uzun, 2006:645).

Yeni medyanın katılımcı kültürü destekleyen özelliği, İnternet'in ortaya çıkışından sonra katılım (ya da paylaşım) temelli web sitelerinin çoğalmasıyla birlikte "Web 2.0" olarak anılmaya başlanmıştır. "2.0" tanımılaması, yazılımların sürümlerine göndermede bulunmaktadır. Bilindiği gibi, yazılımlar yeni özellikler kazandıkça yeni sürümler ortaya çıkarmakta, bu sürümleri rakamsal olarak artan değerlerle ifade etmektedirler. Böylelikle, temelde hazırlanmış bir içeriğe kullanıcıların İnternet tarayıcılar (*browser*) üzerinden ulaşması ve bu içeriği görüntülemesine izin veren sistemler "Web 1.0", daha çok kullanıcıların ürettiği içeriklerin dolaşıma girdiği, kullanıcının tüketicinin yanında üretici olarak da konumlandığı İnternet uygulamaları ise "Web 2.0" olarak, bir gelişmişlik göstergesi olarak sunulmuştur. Belirtmek gerekir ki "Web 2.0" olarak tanımlanan bazı uygulamalar olsa da, Web 2.0 herhangi bir yazılım veya programlama dili değildir.

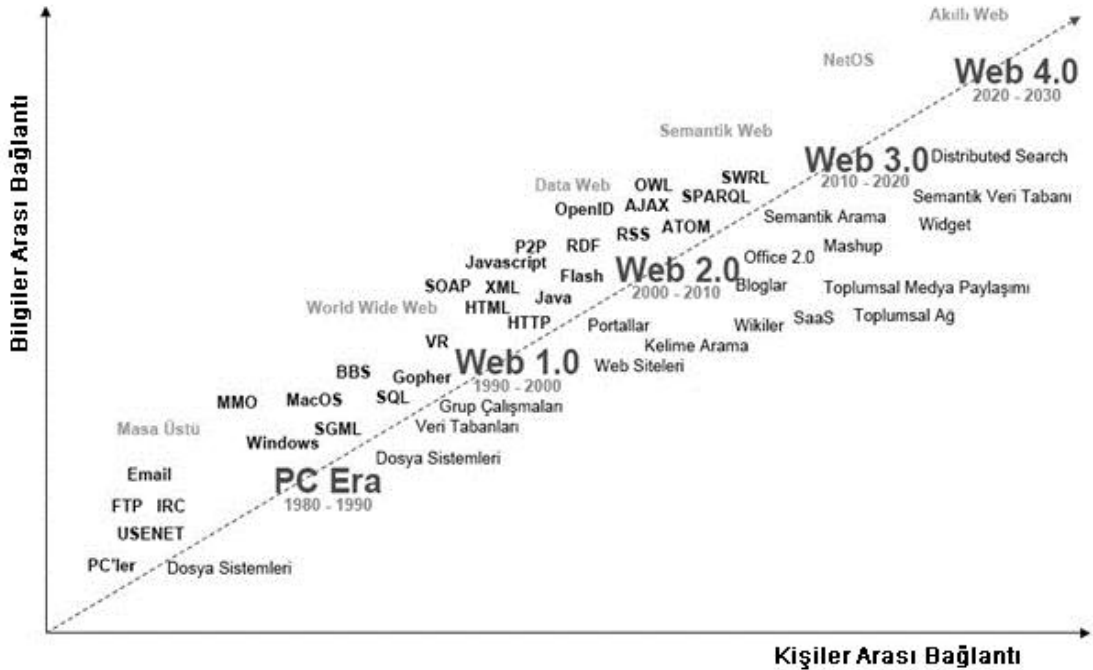
Web 2.0, bir kavram olarak çoğunlukla Tim O'Reilly ile anılmaktadır. Bunun nedeni, kavramın O'Reilly tarafından, 2004 yılında konuyla doğrudan ilgili olan "Media Live International" konferansında benimsenmesi ve kullanıma alınmasıdır. Öyle ki bu konferans, daha sonra "Web 2.0 Buluşması" olarak anılmaya başlanmıştır²⁷. Oysa, Web 2.0 kavramı ilk kez

²⁷ Chris Jenkins, <http://chrisjenkins.hubpages.com/hub/The-History-and-Meaning-of-Web-20> (Erişim: 24.04.2012)

1999 yılında Darcy DiNucci'nin *Fragmented Future* makalesinde geçmektedir (1999:32).

Web 2.0'a getirilen en büyük eleştiri, Web 2.0 olarak anılan uygulamaların zaten İnternetin, diğer bir deyişle Web 1.0'ın barındırdığı uygulamalar olduğu, dolayısıyla köklü bir yenilik içermediği yönünde olmuştur (Laningham'dan akt. Harrison ve Barthel, 2009:158). Ancak belirtmek gerekir ki, katılımcılığı destekleyen, kullanıcı türevli içeriklerin dolaşımına izin veren uygulamaların Web 2.0 olarak tanımlanmasının ardından, tıpkı yazılımlarda olduğu gibi, yeni gelişmeler de rakamsal ifadelerle benimsenmeye başlanmıştır. Şu halde, İnternet'in gelişimi açısından bakıldığında aşağıdaki şekil görülmektedir:

Şekil 5. Geçmişten geleceğe İnternet'in gelişimi (Aslan, 2007)



Şekilde de görüldüğü gibi, gerçekten de Web 2.0 temel İnternet ve ağ mantığında köklü değişiklikler içermemektedir. Ancak kendisine has bir takım uygulamalarla katılımcılığı desteklediği de ortadadır. Bununla birlikte, anlamsal ağ (*Semantic Web*) gibi görece daha köklü değişimlerin de aynı rakamsal ifade artışlarıyla belirtilmesi sürecini başlatmıştır. Bu köklü değişiklikler “Web 3.0” olarak tanımlanmaktadır. Web 3.0 ifadesi, ilk olarak *New York Times*'da John Markoff tarafından kullanılmıştır (Yağcı, 2011:139).

2020 yılına kadar tam olarak ortaya çıkacağı düşünülen Web 3.0'ın ortak bir dil üzerinden birbirleriyle iletişim kuran ağlardan oluşacağı düşünülmektedir. Bu dillerden başlıcaları RDF (*Resource Description Framework – Kaynak Tanımlama Çerçevesi*) ve OWL (*Web Ontology Language – Web Ontoloji Dili*) olarak tanımlanmıştır (W3C²⁸). Dolayısıyla bir veri standardizasyonu sayesinde ağ üzerinden enformasyonun paylaşımı ve akışı kolaylaşacaktır. Burada kastedilen tam olarak bir yapay zekâ değilse de, yukarıdaki görselde 2020-2030 yılları arasında ortaya çıkması öngörülen “Web 4.0”ın yapay zekâyâ çok yakın bir biçimde olabileceği düşünülmektedir.

Web 3.0'ın kendisinden önceki İnternet uygulamalarından farkını Yalçın Yağcı şu şekilde ifade etmektedir:

²⁸ <http://www.w3.org> (Erişim: 24.04.2012)

Web'in yapısal özelliği gereği, web üzerindeki bilgiler insanların anlayabileceği şekilde tasarlanmış ve sunulmuştur. Bilginin ne hakkında olduğu ve ne işe yaradığı ile ilgili her türlü çabanın insanlar tarafından gösterilmesi gerekmektedir. Bilginin anlamının kavranması ve bilgiler arasında anlamsal ilişkilerin kurulmasında bilgisayarlar doğrudan yer almamaktadır. Bu üretilen bilgilerin sadece insanlar tarafından anlamlandırılması anlamına gelmektedir. Teknolojik olarak mevcut web ortamında sunulan içeriğin bilgisayarlar tarafından anlaşılabilir olması zordur ve yeni bir yaklaşımı gerektirmektedir. Şimdiye kadar kullanılmakta olan web teknolojisinin en büyük eksikliği, otomatik keşfetme ve birleştirme özelliğinin olmamasıdır. Bununla birlikte web yeteneklerinin statik biçimde tanımlanması nedeniyle servislerin özellikleri, becerileri, arayüzleri ve etkileri bilgisayarlar tarafından anlaşılabilir yapıda değildir. (Yağcı, 2011:139).

Her ne kadar, Web 2.0 olarak tanımlanan uygulamalar kullanıcı türevli içeriklerin İnternet üzerinde daha estetik arayüzlerle dolaşıma girmesini ve kolay ulaşılabilir hale gelmesini sağlamış olsa da kullanıcı türevli içeriklerin Web 2.0 sayesinde var olabildiğini söylemek doğru olmayacaktır. Bunun nedeni, kullanıcıların, ürettikleri içerikleri, Web 1.0 olarak tanımlanan dönemde dahi, *p2p* (*peer to peer*) ağlar üzerinden dolaşıma sokmaya başlamış olmasıdır. *Peer* sözcüğü Türkçeye "eş, denk" olarak çevrilmektedir. Özellikle korsan yayınlarla bağlantılı bir biçimde sıklıkla gündeme gelen *p2p* ağlar, bir yazılım aracılığıyla kullanıcıların kendi bilgisayarlarında bulunan herhangi bir içeriği, doğrudan diğer bir bilgisayarla paylaşabilmesine olanak tanımaktadırlar. Diğer bir deyişle içerik, denk iki cihaz arasında iletilmekte,

herhangi bir sunucu bu işleme doğrudan aracılık etmemekte, enformasyonu gönderen denk cihaz sunucu rolünü üstlenmektedir. Bu bakımdan Web 2.0, kullanıcı türevli içeriğin ortaya çıkmasının temelinde değil, ancak yaygınlaşmasında rol sahibidir. Web 2.0'ın getirdiği bir diğer avantaj, yeni medyanın özellikle yayılım, hipermetinsellik ve multimedya biçimselliği özellikleri üzerinden, bir içeriğin başka amaçlardaki İnternet uygulamalarına doğrudan entegre edilebilmesinde ortaya çıkmaktadır.

Web 2.0'ın getirdiği yayılım avantajı, video paylaşım ağları örneğinde paylaşılan ve dolaşıma sokulan herhangi bir içeriğin, bloglar veya toplumsal paylaşım ağları gibi farklı uygulamalarda nasıl yer aldığını ve böylelikle çok kişiye ulaşmasını nasıl mümkün kıldığını daha açık bir biçimde ortaya koyacaktır.

1.3. Yeni Medyada Risk ve Olanaklar

29 Avrupa ülkesinde yürütülen *Eu Kids Online* (Avrupa Çevrimiçi Çocuklar) projesinin saptamalarına göre, İnternet üzerindeki çeşitli risk ve olanaklar aşağıdaki tabloda listelenmiştir. Söz konusu proje, Avrupa'daki çocukların İnternet kullanım oranları ve pratiklerini içermekte, bu

perspektiften çocukların hangi risklere daha çok maruz kaldığını, hangi olanakları kullanabildiğini saptamaya yönelik olarak yürütülmüştür.²⁹

Her ne kadar projenin araştırma konusu çocuklar olsa da İnternet'teki risk ve olanaklarla ilgili saptama, yalnızca çocuklara için değil, yetişkinler için geçerlidir.

Tablo 1. Çevrimiçi Olanaklar ve Çevrimiçi Riskler (Lobe vd, 2008)

Çevrimiçi olanaklar	Çevrimiçi riskler
<ul style="list-style-type: none">• Küresel enformasyona erişim• Eğitim kaynakları• Eski ve yeni arkadaşlar için toplumsal ağlar• Eğlence, oyunlar• Kullanıcı türevli içerik üretimi• Yurttaş katılımı/ politik katılım• Kimliğin ifadesinde mahremiyet• Topluluklarla bağlar/ aktivizm• Teknoloji uzmanlığı ve okuryazarlığı• Kariyer gelişimi veya istihdam• Kişisel/ sağlık/ cinselliğe dönük tavsiye• Uzman grupları ve fan siteleri• Uzaktakilerle deneyim paylaşımı	<ul style="list-style-type: none">• Yasadışı içerik• Pedofiller, yabancılar• Aşırı veya cinsel şiddet• Diğer zararlı veya saldırgan içerikler• Irkçı/ nefret materyali/ aktiviteleri• Reklam/ ticari ikna• Tarafalı/ yanlış enformasyon (tavsiye, sağlık)• Kişisel bilginin istismarı• Siberkabadayılık, taciz• Kumar, finansal suçlar• Kendine zarar (intihar, anoreksiya, vd.)• Mahremiyetin ihlali• Yasadışı aktiviteler (korsanlık, dosya yükleme)

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi, İnternet pek çok farklı riski ve olanağı bir arada barındırmaktadır. Video paylaşım ağları üzerinden değerlendirilecek olursa, YouTube gibi video paylaşım ağlarında dolaşıma

²⁹ 2006 – 2009 yılları arasında ilk evresi gerçekleştirilen araştırma projesine, Türkiye 2009 yılında başlayan ikinci evrede dahil olmuştur. Projenin üçüncü evresinde katılımcı ülke sayısı 33'tür. <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx> ve <http://eukidsonline.metu.edu.tr/node/1> (Erişim: 10 Mayıs 2012)

sokulan videolar arasında, yukarıdaki tabloda risk olarak tanımlanan videolar bulunmaktadır. Ancak diğer taraftan *EU Kids Online* projesinde olduğu gibi³⁰, aynı platform eğitim malzemelerini yeni medya üzerinden yaymak ve böylelikle daha fazla kişiye ulaşabilmek için de kullanılmaktadır. Yukarıdaki tabloda yapılan sınıflandırmada, bu çalışma açısından özellikle önemli olan unsurlar ise, [alanı hem inceliyor hem de alanı kullanıyor, bu da eleştirel pedagojik bir şey] “kullanıcı türevli içerik üretimi”nin bir olanak, “saldırgan içerikler” ve “ırkçı/nefret materyali/aktiviteleri”nin de risk olarak belirtilmiş olmasıdır. Bu noktada, bireylerin yeni medyanın risklerine karşı donanımlı olmasını ve aynı zamanda olanaklarından da azami düzeyde yararlanmasını sağlayan yeni medya okuryazarlığı önem kazanmaktadır.

Yeni medya okuryazarlığı, ana hatları itibariyle, “İnternet okuryazarlığı” ya da “dijital okuryazarlık” terimleri altında kavramsallaştırılmaktadır. Arif Altun, yeni medya okuryazarlığını, “bilgisayar ve İnternet okuryazarlığı” adı altında “İnternet üzerinde sunulan bilgi kümeleri arasından istenilen bilgiye ulaşabilme, içeriğin nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda ne yapması gerektiğini bilebilme ve erişilen bilginin nasıl sunulması gerektiğini bilebilme” (akt. Binark, 2012) olarak tanımlamaktadır.

EU Kids Online projesinin yürütücülerinden Sonia Livingstone, yeni medya okuryazarlığının üç ögesine işaret etmektedir. Bunlardan ilki, okuryazarlığının bilgiye dayanmasıdır. Bu bilgi, en temel donanım

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=-G9kRsc4MfE> (Erişim: 15 Haziran 2012).

özelliklerinden başlayarak çevrimiçinde yapılmak istenen eylemin gerekliliklerine kadar gitmektedir. İkinci öge, okuryazarlığın yalnızca bireysel olarak sahip olunan teknik bilgiye indirgenemeyecek olmasıdır. Yeni medya okuryazarlığı, ancak bireylerin sahip olduğu bilginin toplumsal pratiklere bağlanmasıyla işlevsel olabilmektedir. Üçüncü öge ise, kültürel kurallar ve onaylanmayan unsurların neler olduğu bilgisiyle, okuryazarlığın kültürel olarak düzenlenmiş bir uzmanlık olduğudur (Livingstone, 2008:106).

Yeni medya okuryazarlığı, ağ tabanlı uygulamalarla olan ilişkisi bakımından, metin tabanlı ve/veya görsel-işitsel iletişim biçimlerine yönelik medya okuryazarlığından ayrılmaktadır. Medya okuryazarlığı, genel olarak bireyin medya metinlerini alımlamasına yöneliktir. Diğer taraftan yeni medya okuryazarlığı, metinlerin alımlanmasının yanı sıra üretimi ve dolaşıma sokulmasıyla da doğrudan bağlantılıdır (Binark ve Gencel-Bek, 2007). Bu bağlantı, hem istenilen, aranan, doğru içeriğe ulaşılmasında, hem kişinin kendini ifade edebilmesine olanak tanıyan üretim araçlarına ulaşılmasındaki teknik bilgiden, hem de bir içeriğin gerek üretim gerekse yeniden dolaşıma sokma boyutlarında etik kodları takip edebilmesinde yatmaktadır.

Bireylerin yeni medya okuryazarlığı kazanmasında farklı aktörlerin eşgüdüm içinde çalışmaları gerekmektedir. Çünkü yeni medya okuryazarlığı, yeni medya doğasının da etkisiyle, çok boyutludur.

Uzun süredir İnternet’le ilgili araştırmalar yürüten Howard Rheingold³¹, ağ okuryazarlığı olarak tanımladığı kavramın beş temel bileşeni olduğunu belirtmektedir. Bunlar, ilgi, katılım, birlikte çalışma, eleştirel tüketim ve ağ bilinliliğidir. Diğer taraftan yeni medya okuryazarlığı, farklı becerilerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Henry Jenkins ve ekibi tarafından yürütülen, *MacArthur Foundation*’ın Dijital Medya ve öğrenme inisiyatifi tarafından desteklenen, Yeni Medya Okuryazarlıkları Projesi’nde (*New Media Literacies Project*), yeni medya okuryazarlıklarının, dijital okuryazarlıklarla medya okuryazarlıklarının birleşiminden oluştuğu belirtilmektedir. Burada okuryazarlığın çoğul biçimde kullanılması nedensiz değildir. Jenkins arkadaşlarına göre yeni medya okuryazarlıkları, farklı pek çok çekirdek beceriden oluşmaktadır. Bu beceriler kısaca aşağıdaki maddelerden oluřmaktadır³²:

- Kişinin etrafındaki problem çözme biçimlerini deneyimleme kapasitesini ifade eden oynama
- Doğaçlama ve keşif amacıyla alternatif kimlikleri benimseyebilmeyi ifade eden performans
- Gerçek dünyaya ilişkin işlemlerle ilgili dinamik modeller tasarlayabilmeyi ifade eden simülasyon
- Medya içeriğinden anlamlı parçalar çekip bunları birbirlerine bağlayabilmeyi ifade eden kullanma

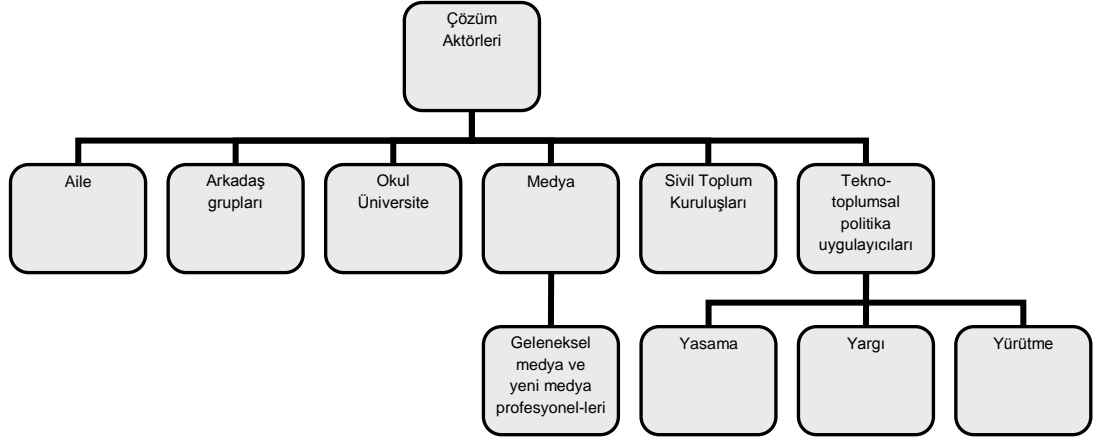
³¹ <https://howardrheingold.posterous.com/> (Erişim: 19.06.2012)

³² <http://www.newmedialiteracies.org/the-literacies.php> , Erişim: 19.06.2012

- Kişinin çevresini tarama ve ihtiyaç duyduğunda dikkatini belirgin ayrıntılara verebilmesini ifade eden çok görevlilik
- Zihinsel kapasiteyi geliştiren araçlarla anlamlı etkileşimlerde bulunabilme yeteneğini ifade eden dağıtılmış bilişsellik
- Ortak bir amaç doğrultusunda farklı bilgileri kıyaslayarak bilgiyi depolama yeteneğini ifade eden ortak akıl
- Farklı bilgi kaynaklarının güvenilirliğini değerlendirme yeteneğini ifade eden muhakeme
- Farklı medyalar arasındaki hikâye ve bilgi akışını takip edebilmeyi ifade eden medyaötesi dolaşma
- Bilgiyi arama, sentezleme ve yayma becerisini ifade eden ağ iletişimi
- Çeşitli topluluklar arasında gezinme, farklı bakış açılarına saygı gösterme ve alternatif normları takip edebilme becerisini ifade eden müzakere
- Bilgiyi görsel modellere çevirebilme ve görsel modellerle gerçekleşen iletişim anlayabilme becerisini ifade eden görselleştirme

Yeni medya okuryazarlığı birbiriyle bağlantılı veya bağlantısız pek çok bilgi ve beceriyi bir arada içermektedir. Diğer taraftan, ilgi alanı bireylerin hayatlarına farklı alanlarda girmiş ve birbirinden farklı pek çok içerik ve kullanım pratiği barındıran bir ortama yöneliktir. Bu nedenle, yeni medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve artırılmasında, farklı çözüm aktörlerinin devreye girmesi gerekmektedir.

Şekil 6. Yeni medya okuryazarlığında çözüm aktörleri (Binark, 2012)



Şekilde de görüldüğü gibi, çözüm aktörleri, aile ve arkadaş grupları gibi yakın kişisel ilişkilerden medya ve sivil toplum kuruluşlarına kadar çeşitlilik göstermekte ve tekno-toplumsal politika uygulayıcılar olarak yasama, yürütme ve yargıyı kapsamaktadır. “Tüm bu aktörlerin eş güdüm içinde yeni medya okuryazarlığını, dijital teknolojilerin kullanım bilgi ve becerisini eğitim aracılığıyla geliştirmesi gerekmektedir. Bu yeni medya okuryazarlığı, diğer bir deyişle dijital eğitim seferberliğinde vurgu noktası tüketimcilik değil, üretimin ve yaratıcılığın geliştirilmesi, desteklenmesi olmalıdır” (Binark, 2012). Bu noktada, yeni medya okuryazarlığı, hem bireyi çevrimiçi risklere karşı korurken, diğer taraftan doğru içerik üretimini desteklediği için, çevrimiçi risklerin azalmasına da hizmet etmektedir. Bu tez çalışmasında, yeni medya okuryazarlığı özellikle yeni medya ortamında yayılan, dolaşıma sokulan nefret söylemi ile mücadele stratejisi olarak önemli görülmektedir. Bundan ötürü, ikinci bölümde yeni medya okuryazarlığı konusuna YouTube örneğinde geri dönecektir.

Bölüm II. YENİ MEDYA ORTAMLARI

Daha önce de belirtildiği gibi, kavram olarak “yeni medya” cep telefonlarından konsol oyunlarına çok çeşitli araçları bünyesinde barındırmaktadır. Bu noktada “İnternet uygulamaları olarak yeni medya ortamları” şeklinde bir sınırlandırma yapıldığında akla ilk gelenler, sosyal medya olarak tanımlanan uygulamalar (toplumsal paylaşım ağları, mikro-blog’lar vb.), fotoğraf, müzik ya da video paylaşım ağları, bloglar ve sözlüklerdir. Bu uygulamaların hemen hemen her birinde paylaşımın esas olduğu görülebilir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2011 yılında ilköğretim 7 ve 8. sınıfta olan 2.515 öğrenciyle yapılan *Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması*’nın bulgularına göre Türkiye’deki çocuklar Televizyonu %52,4 oranında önemli bir iletişim aracı olarak görürken, İnternet’i %73,6 oranında önemli bir iletişim aracı olarak görmektedir. Buradan hareketle, yeni medyanın, geleneksel medyaya kıyasla giderek daha fazla önem kazandığı söylenebilmektedir (RTÜK, 2011:31-5). Ipsos KMG tarafından 14 yaş üzerindeki 15.953 kişi ile görüşülerek yapılan *Türkiye’yi Anlama Kılavuzu* araştırmasına göre, Türkiye’deki İnternet kullanıcılarının en sık kullandığı uygulamalar sırasıyla Facebook (%73), MSN³³ (%37), gazete siteleri (%36), müzik siteleri (%26) ve YouTube’dur (%26) (Ipsos, 2012:81). Bu çalışma

³³ MSN, *Microsoft Network* (Microsoft Ağı)’ün kısa adıdır. Ancak, çoğunlukla anlık mesajlaşma uygulaması olan MSN Messenger’ı (yeni adıyla Windows Live Messenger) ifade etmek için kullanılmaktadır.

açısından özellikle önemli olan veriler, Türkiye'deki kullanıcıların en sık kullandığı uygulamaların arasında, aşağıda ayrıntılı biçimde açıklandığı gibi, Facebook ve YouTube olmak üzere iki farklı türdeki paylaşım ağının olmasıdır.

2.1. Çeşitli Yeni Medya Uygulamaları

Farklı medya türlerinin paylaşılmasına izin veren uygulamalar, herhangi bir medya türüne özel olarak hazırlanmamış, yeni medyanın multimedya biçimselliğinden beslenerek tüm içerik türlerinin paylaşımına izin veren uygulamalardır. Paylaşılarak dolaşıma sokulan içerikler arasında videonun da bulunması, söz konusu uygulamaların önemini bu çalışmanın konusu açısından arttırmaktadır. Akla ilk gelen farklı medya türlerinin paylaşımına yönelik uygulamalar, sosyal paylaşım siteleri veya sosyal paylaşım ağları adı altında da bilinen toplumsal paylaşım ağlarıdır. Bu İnternet uygulamaları, “dar anlamıyla, dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak tanımlanan İnternetin gelişmesiyle bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetlerdir” (Toprak vd., 2009:28-9).

Şekil 7. Facebook arayüzü³⁴



Facebook gibi bilinirlik esas olan ağlarda, kullanıcılar çoğunlukla çevrimdışı dünyadan tanıdıkları kişilerle ilişkilendirirken (Toprak, vd., 2009:108-9), rumuz veya takma isim kullanılarak oluşturulan profillere izin veren sitelerde farklı kişilerle ilişkilenmek ya da tanışmaktadırlar. Toplumsal paylaşım ağlarında, kullanıcılar oluşturdukları profil üzerinden diğer kişilerle iletişime geçip bu kişilerle paylaşımda bulunabilirler. Paylaşılan unsur, çoğunlukla yayılım özelliği sayesinde İnternet üzerindeki, multimedya biçemselliği sayesinde de herhangi bir içerik formatı (metin, ses, fotoğraf, video) olabilmektedir. Dünyada en çok kullanılan toplumsal paylaşım ağı Facebook örneğinden³⁵ hareket edildiğinde bu içerikler, sitenin kendi

³⁴ Ekran görüntüsü kullanılan Facebook hesabı, Ankara Üniversitesi Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı Enformasyon Teknolojileri ve Toplumsal Cinsiyetin Yeniden Tanımlanması adlı ders kapsamında oluşturulmuş bir hesaptır.

³⁵ <http://www.alexa.com/topsites> 'a (Erişim: 9 Mayıs 2012) göre Facebook dünyada en çok ziyaret edilen ikinci web sitesidir. Birinci site Google'dır. Alexa.com'un yaptığı sınıflandırmaya göre, Google (her ne kadar sosyal paylaşım özellikleri bulundursa da tek özelliği bu değildir) bir arama motoru, Facebook ise "bir sosyal araç"tır.

sunucularında ya da yukarıda belirtildiği gibi İnternet üzerindeki herhangi başka bir sunucuda bulunabilmektedir.

Şekil 8. Bir blog arayüzü³⁶



“Çevrimiçi günlük” ya da “web tabanlı günlük” olarak tanımlanabilecek bloglar (Bayraktutan-Sütcü, 2010:98) ise, kullanıcıların istediği çeşitli içerikleri herkesin erişebileceği web sayfaları üzerinden yazabildiği, anlatabildiği ya da paylaşabildiği uygulamalar olarak özetlenebilir. Blog sayfalarının temel özelliği, karmaşık web sayfası tasarımı bilgilerine ihtiyaç duymaksızın hazır olarak sunulmuş şablon ve araçlarla kullanıcılarının web sayfası oluşturmasına izin vermesidir.

³⁶ Bu örnek, bir wordpress bloğu olan yenimedya.wordpress.com 'a aittir. Çok sayıda farklı blog hizmeti bulunmaktadır. Bunlardan en bilinenleri, Wordpress, Bolgger, Blogspot ve Tumblr'dır.

Şekil 9. Twitter arayüzü³⁷



Özellikle Twitter'ın yaygınlaşmasıyla³⁸ birlikte kullanılmaya başlanmış bir diğer kavram, "mikroblog" olmuştur. Twitter 2006 yılında hizmete giren, 140 harfli bir söz edimi olanağı tanıyan, bu söz edimlerinin "tweet" olarak tanımlandığı bir yazılımdır. Burada kullanıcı tıpkı Facebook'ta olduğu gibi profil oluşturmaktadır (Tumasjan vd. 2010). Mikrobloglarda multimedya içeriğin paylaşılması, bağlantı adresinin (URL³⁹) yazılması ile mümkün olmaktadır. Tüm mikrobloglarda olmasa da Twitter üzerinden bakıldığında, herhangi bir içeriğin dolaşıma girebilmesinde önemli bir diğer unsur, *hashtag*

³⁷ Ekran görüntüsü kullanılan Twitter hesabı, 2011 Genel Seçimleri'nde milletvekili adaylarının yeni medya kullanım pratikleriyle ilgili olarak yürütülen Tübitak destekli bir projede kullanılan "Araştırmacı Bir" isimli bir hesaptır.

³⁸ <http://www.alexa.com/topsites> (Erişim: 9 Mayıs 2012)'da yer alan bilgilere göre, Twitter dünya genelinde en çok ziyaret edilen 8. site konumundadır.

³⁹ URL (*Uniform Resource Locator*): Türkçeye doğrudan tercüme edildiğinde "Standart Kaynak Bulucu" olarak tanımlanmaktadır. Her web sayfasının kendisine ait bir adrese sahip olduğunu ifade eder. Bu adresin bileşenleri, "1) Protokol (<http://>, <ftp://>, <news://> vb.); 2) Alan adı (protokolden, ondan sonraki bölü işaretine kadar olan kısım; www.bilisimterimleri.com gibi); 3) Ve dosya yolu (ilk bölü işaretinden sonraki kısım)" olarak tanımlanmaktadır (http://www.bilisimterimleri.com/bilgisayar_bilgisi/bilgi/24.html, Erişim: 10.06.2012).

uygulamasıdır. Bu uygulama sayesinde, birbirlerini takip etmeyen kullanıcılar, belli konuları ve bu konularda gönderi yazan tüm kullanıcıları takip edebilmektedirler. Bu bakımdan *hashtag*, gönderinin konun başlığı olarak tanımlanabilir. Aynı başlıkta gönderileri olan kullanıcılar, birbirlerinin gönderilerini görebilirler ve hiçbir gönderisi olmasa da özellikle bir başlıkta neler konuşulduğunu görmek isteyen bir kullanıcı, bu başlıkla yazılmış konulara ulaşabilmektedir. Bu özellik sayesinde, Twitter'da da kullanıcının doğrudan ilişkilendiği diğer kullanıcılardan gelen içerikler hızla dolaşıma girebilmektedir.

Hashtag uygulaması, aynı zamanda farklı amaçlarla toplumdaki görüşleri dinlemek için de kullanılabilir. Okuyucularla etkileşimi arttırmaya yönelik Türkiye'de yakın zamanda ortaya çıkan uygulamalardan biri, *Radikal* gazetesinin Twitter üzerinden gerçekleştirdiği "ne diyorsun" uygulamasıdır. Bu uygulama ile "#nediyorsun" *hashtag*'iyle, gazete okurlarının gündem olaylarına ilişkin görüşleri toplanmakta ve toplanan görüşlerden bazıları gazetenin basılı versiyonunda da yayınlanmaktadır. Böylelikle, gazetenin kendisini yurttaşa açtığı ve yeni medya uygulamaları üzerinden geleneksel medya üretimlerine de etkileşim özelliği kazandırma amacı taşıdığı söylenebilmektedir.

Tüm içerik biçimlerinin paylaşılmasına izin veren uygulamaların yanı sıra tek bir içerik türünün paylaşılması amacıyla hazırlanmış İnternet

uygulamaları da bulunmaktadır. Fotoğraf paylaşım ağları⁴⁰ ve müzik paylaşım ağları⁴¹ bu tür uygulamalara örnektir. Uygulamanın türüne göre, tıpkı bloglarda olduğu gibi, paylaşılan içerik yalnızca izin verilen kullanıcıların erişimine ya da tüm İnternet kullanıcılarının erişimine açık tutulabilmektedir. Video paylaşım ağları da temel olarak bu grupta, “belirli bir içerik türünün paylaşılması amacıyla hazırlanmış” ağlar olarak ele alınabilir. Ancak aşağıda ayrıntılı biçimde ele alınacağı üzere, gerek bu çalışmanın konusu, gerekse pek çok video paylaşım ağının barındırdığı özellikler biraz daha geniş bir değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır.

2.2. Video Paylaşım Ağları

Her ne kadar pek çok farklı yönü, özelliği ve alt uygulaması bulunsada video paylaşım ağlarında paylaşım konusundaki esas unsur videolardır. Bu noktada “video” kavramını öncelikle incelenmelidir.

⁴⁰ Örneğin Flickr: İnternet adresi <http://www.flickr.com>’dur.

⁴¹ Örneğin Grooveshark: İnternet adresi <http://www.grooveshark.com>’dur.

2.2.1. Tarihsel Süreç İçinde Video

Video sözcüğü, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “Manyetik bantlar üzerinde yer alan veya sayısal olarak derlenmiş hareketli resimler dizisi” olarak geçmektedir.⁴² Latince “görme, bakma” anlamına gelen video, “fiziksel görüntünün elektrik akımlarına dönüştürülüp işlenerek, bir ekranda tekrar gözle izlenebilir duruma getirilmesidir” (Kesim, 2011:37). Teknik birtakım cihazlar (Örneğin VCR) için de “video” sözcüğü kullanılmaktadır. Teknik bir yenilik olarak ele alındığında ise video, “televizyonun hareket kazanabilmesi ve anında yayından kurtulması için geliştirilmiş televizüel bir teknoloji” (Baker, 2011:19) olarak tanımlanabilmektedir.

Tarihsel gelişim olarak bakıldığında, video televizyona, televizyon sinemaya, sinema hareketsiz görüntü olan fotoğrafa, fotoğraf resme kadar ilişkilendirilebilmektedir. Ulus Baker’in, “tarihi ikonografinin çok ötelinde, paleontoloji paleografi, prehistorya, arkeoloji ve haliyle tarih de uzak geçmişle ilgilendiğinde imajlardan başka bir veriye pek sahip değil... Son tahlilde bir ‘belge’ bile bir imajdan başka bir şey değildir...” (Baker, 2011:40) şeklinde bir tespiti de bulunmaktadır. Tarihsel olarak, imajlar yaratma ve bunları kayıt etme insanlık için önemli olmuştur. “İkonografinin uzun tarihi ‘put kırıcılık’ gibi siyasi eylemleri de içerir ve hiçbir toplumsal olay ‘imajlar’a kaydedilmeksizin geçip gitmez” (Baker, 2010:26). Yapılmış çizimsel kayıtlamaları bir kenara

42

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fc548ce746db9.37952955 (Erişim: 27.05.2012)

bırakırsak, fotoğrafla birlikte “teknik imajlar” çağının başladığı söylenebilmektedir. Teknik imajlar ayrımı ilk olarak Vilém Flusser tarafından yapılmıştır. Flusser’in yaptığı ayrıma göre, güzel sanatlar, resim, heykel, dans ve tiyatro “temsili imajlar”, fotoğraf, film, televizyon, video ve dijital imajlar ise “teknik imajlar”dır. Temsili imajlar görülürken, bir aygıt aracılığıyla oluşturulmuş teknik imajlar seyredilir veya okunur (Baker, 2011:250). Gerçekten de, fotoğrafla birlikte imajların kaydedilmesi için teknik cihazlar ya da aygıtlar kullanılmaya başlanmıştır. Yaklaşık olarak “180 yıllık fotoğraf, 100 yıllık sinema, 50 yıllık televizyon ve 20 yıllık dijital imajlar tarihi” (Baker, 2011:65) söz konusudur.

Fotoğraf ile birlikte, gerçeğin bir temsili değil, gerçekliğin izi kayıtlanmaya ve aktarılmaya başlanmıştır. “Bu bir ‘oradalık’ ve ‘şimdiliklik’tir: ışığa duyarlı bir levhanın üzerine kazınmış gerçeklik izleri... Fotoğraf kamerasının merceğine verilen ad bile ‘objektif’tir. Nesnenin kendisi ile temsili arasında artık bir beyin, bir kafa ya da bir emek girmemekte, bizzat kendisi kendi başına bir “model” olarak tanımlanmaktadır.” (Baker, 2011:203-4). Fotoğrafın ortaya çıkması, insanın kaydetme isteğiyle paralellik göstermektedir. “On dokuzuncu yüzyılda fotoğraflar resmettikleri sahnelere açılan saydam pencereler olarak görülüyordu. Bu yüzden de “sanat” eseri olarak addedilmiyor, olayların, insanların ve ortamların kayıtları sayılıyorlardı” (Burnett, 2007:45). Fotoğrafla birlikte, resimde olmayan “kadrajlama” ortaya çıkmıştır. “‘Kadrajlama’ fotoğraf ile başlar ve böylece imaj ‘seyredilen’ bir şey olmaktan çok, ‘okunabilir’ bir şey haline dönüşür (Baker, 2011:242). Kadraj,

görülmesi istenen imgeleri seçme sanatı olarak tanımlanabilmekte, bu sayede izleyiciye iletilecek veri yani imgelerin düzenlenmesi mümkün olmaktadır. Böylelikle, amaca uygun seçimlerin yapılması, diğer bir deyişle izleyicinin görmesi/bakması istenen unsurların gösterilmesi olanaklı hale gelmiştir.

Görüntünün, hareketli olarak kaydedilmesini ve daha sonra gösterilmesini sağlayan sinemanın ilk resmi tarihi 1895 olarak kabul edilmektedir (Altunay, 2011:94). Sinema ilk ortaya çıktığında “kısa” olarak başlamış, daha sonra montajın sinemayla birleşmesiyle birlikte filmler uzamıştır. Kamera ve projeksiyonu icat eden Lumière kardeşlerin filmlerinde montaj bulunmamaktadır. Montaj, daha sonra Georges Méliès tarafından sinemaya dahil edilmiştir (Baker, 2011:260-1). Montajın, filmleri uzatmanın yanında bir diğer etkisi, farklı görüntülerin birbirlerine bağlanması sayesinde farklı anlamlar yaratılmasıdır. Böylelikle sinemanın, devrin en etkili iletişim aracı olduğu söylenebilmektedir. Bu noktada, sinemanın barındırdığı temel unsurlar “kadraj” ve “montaj”dır ve henüz ses barındırmamaktadır.

Sinemanın bir diğer önemli noktası, Dziga Vertov’un ona yüklediği “görünmeyeni görülebilir kılma” işlevine sahip olmasıdır. “Gerçekten de, diyelim ki ‘yoksulluk’ üstüne bir araştırmada bir kamera yoksulluğun ‘imajlarını’ tespit ederek kurgulayabilir ve bunu ‘çevreyi’, ‘mekânı’ ve ‘zamani’ görüntü haline getirerek yapar. Bu imajların tasnifine, yani ‘düşünülmesine’

sinemanın pek erken bir döneminden beri taktığı bir ad var: montaj” (Baker, 2011:46).

“Montaj sinemotografiden öte bir şeydir – hayatımızdaki her şey montajdır: çalışma montajdır (Taylorizmden beri ya da bugünlerde farklı bir tarzda ‘post-Fordist’ denilen emek süreçlerinin yeniden düzenlenişinde olduğu gibi); sanat montaj olmaya meyleder (kolaj ve yerleştirme, hatta ‘performanslar’), metropol bir montajdır, endüstriler, yazılımlar ve donanımlar, tümü montaj(lar) olarak iş görürler... Bugünlerde ülkeler bile Avrupa’yı kurmak için ‘montelenmekte’” (Baker, 2011:135).

Sinemada, kadraj, montaj ve kamera hareketleriyle birlikte farklı sinema dilleri, ekolleri ortaya çıkmış, farklı anlatı biçimleri oluşmuştur. Vertov, “propaganda” fikrini icat edenlerden biri olarak görülse de bunun ötesinde bir şey yaptığı düşünülmektedir. Örneğin, “Vertov için film yapmak basitçe bir görme eyleminden çok daha fazlası, montaj tekniklerinin yoğun, ritmik ve şiirsel kullanımlarını gerektiren bir aralıklar ve ilişkiler oluşturma eylemidir. Böylece, Vertov filmleri ilk bakışta insan beyninin görsel dünya aracılığıyla işletilmesinin bir terennümü (*articulation*) olarak beliriyorlar” (Baker, 2011:339). Yukarıda anılan teknikler, propaganda faaliyetleri arasında sinemanın kuvvetli bir ortam olmasını da beraberinde getirmiştir.

Propaganda filmleri ele alındığında, Leni Riefenstahl’ın *İradenin Zaferi* (*Triumph des Willens*, 1935) akla gelmektedir. Riefenstahl’a Hitler tarafından

Vertovyen bir “belgeleme” yapması talimatı verilmiştir. Vertov’un çalışmalarıyla Riefenstahl’inki arasında pek çok açıdan benzerlikler bulunabilmektedir. Benzer montaj teknikleri, benzer kamera açıları, vb. gibi. Vertov ve Riefenstahl arasında görülebilen temel fark ise, Riefenstahl’ın planlanarak kurulmuş bir seti görsel-işitsel olarak kayıt etmiş olmasıdır. Vertov’la temel fark da burada ortaya çıkmaktadır. Vertov propaganda filmi olarak görülen filmlerinde (örneğin *Coşku – Enthusiasm*, 1931), kurulmuş bir sette çalışmamış, doğal ortamın kaydını yapmış, yalnızca kaydettiği görüntüleri montajlamıştır. Riefenstahl, düzene ve hizaya sokulmuş kalabalıkların kaydını yaparken, Vertov, tam tersi, herhangi bir müdahalede bulunmadan kalabalıkları kaydetmiştir. Bu noktada, Riefenstahl’ın taklit yoluyla çok daha önemli olan bir potansiyeli yok etmeye çalıştığı söylenebilmektedir: “Vertovcu Sinegözü, yani ‘hakikatların kendilerini anlatmalarının beklenmesini” (Baker, 2011:239).

Sesin, sinemaya eklenmesi de yine montaj sayesinde olmuştur. İlk denemeler, sessiz çekilen filmlerin bazı kısımlarına daha sonra stüdyo ortamında ses eklenmesi ile gerçekleşmiştir. İnsan için ses, belirgin bir üstünlük taşımaktadır. Dil ve konuşma, sestir ve ancak yazının icadından sonra mekânsal-görülebilir formlar kazanmışlardır. Dil, insanı görsel-işitsel bir varlık haline getirmektedir. “İletişimimizin büyük bir kısmı ve neredeyse sanatlarımızın tümü görme ve işitmeye gönderirler” (Baker, 2011:286).

İlk ortaya çıktığında, görüntüyü ve sesi bir arada içeren ilk iletişim ortamı televizyondur. Televizyon, Yunanca *tele* (uzak) ve Latince *vidi* (görme) kelimelerinin birleşiminden oluşmakta ve çok sayıda farklı dilde küçük değişikliklerle de olsa “televizyon” şeklinde geçmektedir (Kesim, 2011:37-8). Televizyon, pek çok olayı yansıtır, anında görsel-işitsel sistemlerle çalışan bir toplumsal belleğe sunmaktadır. Baker’e göre, televizüel cihaz sadece yansıtmayıp, enformasyon iletmekle kalmayıp, gerçekliği biçimlendirmekte ve üretmektedir (Baker, 2011:58). Televizyon yayınları, farklı programlardan oluşmakta ve bu programlar bir düzen içinde izleyiciye ulaştırılmaktadır. Raymond Willams, böylelikle televizyon söyleminin, farklı parçalardan oluşan bir bütünlük dahilinde diğer kitle iletişim araçlarının söylemlerinden farklılaştığını belirtmektedir (2003).

Televizyonla video arasındaki temel bağlantı, sinemanın gösterim için mekânsal düzenlemelere ihtiyaç duymasının aksine, bir cihaz üzerinden her yerde gösterime izin veriyor olmasıdır. Bir yayın sistemi olarak televizyon, görsel-işitsel öğelerin, uzak mesafelere iletilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Televizyon yayınlarının gerçekleşebilmesi için iletilen sinyallere ise video sinyalleri denmektedir (Kesim, 2011:37). Buradan da görülmektedir ki televizyon ile video, birbirlerini besleyen iki öğedir. Bu noktada, videonun avantajlarından biri, gösterim için bir fiziksel mekânı değil bir cihazı kullanıyor olmasından ileri gelmektedir.

Şu halde, televizyon yayınları aracılığıyla aktarılan “video” ile kişisel üretimlere izin veren “video” arasında bir ayrım yapmak gerekmektedir. Gerek sinema gerekse televizyon için yapılan üretimlerde, büyük ekiplerin ortaya koyduğu bir emek söz konusudur. Videonun bu alandaki avantajı ise kameraların küçülmesiyle birlikte, kişisel üretimlere izin vermesinde yatmaktadır. “Sinema, haber filmlerinden başlayarak ya da egzotik görüntülerden başlayarak bir kayıt süreci başlamıştı zaten ama seçenekleri daha dardı. Yani kişisel dünyanın içerisine öyle kolayca ‘pat’ diye girebilecek bir ortamı yoktu; sinema pahalı bir endüstri; kimya ve kozmetik sanayine ait. Videonun işte bu serbestliği şunu getiriyor; kendisinden önceki bütün imaj biçimlerini, üstelik tekst biçimlerini de metin biçimlerini de yeniden kaydedebilir; yani içine alabilir, yeniden düzenleyebilir, yeniden montajlayabilir, koyabilir ve bunların videografik bir arşivi her an oluşturulabilir” (Baker, 2011:48).

Üretim sürecinde büyük ekiplere ihtiyaç duymaması ve hatta çoğunlukla kamerayı elinde tutan tek bir kişinin yeterli olması, üretim maliyetinin de düşük olmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, sinema üretimlerinde çoğunlukla maliyet üretime başlanmadan karşılanmaya çalışılırken, videoda yayılım üretim sonrasında yapılabilmektedir. Bu durum videoyu da entelektüel üretime izin veren bir ortam haline getirmektedir. Hatta Baker *Beyin Ekran*’da, video – entelektüel üretim ilişkisiyle ilgili olarak, “entelektüel üretimin özelliği bir beyinden çıkan şeyin yayılabilir olması; tek bir beyinden. Bireysel olanda belirip, kişisel olanda belirip yayılabilmesi; işte

sinema ta baştan beri kişisel olamıyor” tespitinde bulunmakta ve videonun kişisel olarak üretilebilme niteliğini entelektüel üretimin temel unsurları arasında gördüğünü belirtmektedir (Baker, 2011:54-5). Dijital kameralar, *webcam*’ler ve cep telefonlarında tümleşik olarak bulunan kameralarla birlikte, kameralar artık her an, her yerde bulunmakta ve bireylere her an kayıt imkânı sunarak bireysel üretimi desteklemektedirler. Hatırlamak gerekir ki video sözcüğü “basitçe ‘görüyorum’ demektir, ‘gördüğümü kaydediyorum’ demektir” (Baker, 2011:35). Videonun sunduğu bir diğer kolaylık da kurgudaki kolaylıktır. Her ne kadar, pek çok video üretimi kurguya ihtiyaç duymadan, kurgulanmadan dolaşıma girse de (burada dolaşım, kopyalanarak dağıtım veya yeni medya araçları ile ağ üzerinden dağıtım olabilir) kurgulanmak istendiğinde doğrusal olmayan kurgu sistemleri, yani sayısal sistemler, yani bilgisayar (ya da bilgisayar destekli sistemler) aracılığıyla hızla kurgulanabilmektedirler. Doğrusal olmayan kurgu sistemlerinin gelişmişliği bugün sinemada da kullanılmaktadır. Sinema üretimlerinin de çoğu artık dijital ortama aktarılıp, orada kurgulanıp, oradan tekrar filme basılmak suretiyle oluşturulmaktadır.

Şu halde imaj, videonun başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Fotoğrafla birlikte, kayıt edilen ve daha sonra sunulan imajlar gerçekliğin bir anlamda kendisi olarak kabul görmüş ve her koşulda dilsel pratiklerden daha inandırıcı bulunmuşlardır. “Özellikle TV ve internet aracılığıyla artık kavranamaz-katlanılamaz yoğunluğa ve ebatlara erişmiş olan şu korkunç ‘imajlar bombardımanı’ altında... Okunabilir imajlar okunabilir oldukları

ölçüde, yani André Bazin'in deyişiiyle 'gerçekliğin temsili değil, bıraktığı izler' olarak deşifre edildikleri sürece bilinç üzerinde mesela bir resimden farklı etkiler uyandırıyorlar (Baker, 2011:65-6). Gerek habercilikte, gerekse propagandada ve reklamcılıkta imajların yoğun olarak kullanılması şüphesiz tesadüfi değildir. "Bir imaj gerçekten de bir kelime gibi davranmaz, temsil öncesi bir alanda yer alır ve 'şey' ne ise onu gösterir; oysa kelime her zaman şeyle bizim aramıza girer, bir dolayım oluşturur" (Baker, 2011:175). Bu noktada, analog fotoğrafın tarihsel gerçeklerin ölçümünde kullanılan standartlardan biri olduğu söylenebilmektedir.

Ron Burnett, fotoğrafların, öznelere ilişkiye girer girmez, bir gerçeklik düzeyinden ötekine geçtiğini, böylelikle imajlara dönüştüğünü (2007:60) belirtmektedir. İmajlar, deneyimin kendisi olmadıkları halde, deneyimin bazı öğelerine işaret etmekte ve bireylerin deneyimi tahayyül edebilmelerini olanaklı kılmaktadırlar. Belirtmelidir ki, fotoğrafın (veya görsel olanın) özneye ilişkiye girmesi, tüm öznelere aynı şekilde okuma pratiklerinin olacağı anlamına gelmemektedir. "Dil kullanımı tarafından ve aileler, arkadaşlar ve toplum arasında paylaşılan söylem dünyaları tarafından çerçeveselenen etkileşim sürecine ek olarak, görsel ve sözlü kültürlerin ortak komünal bağlamları da vardır" (Burnett, 2007:199). Farklı dinamiklerle biçimlenen bu süreç sonunda, fotoğraflar çekildikleri anlardan bağımsızlaşarak farklı yorumlama nesnelere dönüşmektedirler. Stuart Hall'a göre, kişilere, nesnelere ve olaylara anlam veren kültürün katılımcılarıdır. Kişinin bir şeylere yüklediği anlam, o şeyleri nasıl kullandığı,

onlar hakkında ne dediği, ne dñşündüđü ve nasıl hissettiği ile onları nasıl temsil ettiğiyle bağlantılıdır (akt Sturken ve Cartwright, 2004:4). İzleyicilerin, fotoğrafla her karşılaştıklarında gerçekleştirdikleri yorumlama, fotoğrafı imaja dönüştüren süreci oluşturmaktadır. İmaj “haline gelen her fotoğraf, bir dizi olumsal istikamet doğrultusunda hareketlenir” (Burnett, 2007:61). Bu hareketlenmeyle birlikte fotoğraf, gerçeği/tarihi yansıtan “arşivlik bir nesne”den, zamandaki konumu değişerek bir metafor haline gelebilmektedir. Çeşitli amaçlarla oluşturulmuş görsel imajların artan bir biçimde nüfuz ettiği bir kültürde yaşandığı söylenebilmektedir. Bu imajlar, zevk, arzu, iğrenme, kızgınlık, merak, şok veya karışıklık gibi içimizde çok çeşitli duyguların ve tepkilerin oluşmasını sağlamaktadır (Sturken ve Cartwright, 2004:10). Yorumlama mücadelesi, imajın sanal statüsü ve olaylara, tarihe ve dile dair bilgi arasında geçmektedir. Bu bakımdan öne çıkan bakma pratikleri, ideolojiyle yakından ilgilidir. İçinde bulunulan görüntü kültürü, farklı ve çoğunlukla birbirleriyle çatışan ideolojilerin alanını oluşturmaktadır (Sturken ve Cartwright, 2004:21).

Fotoğrafların, farklı şekillerde yeniden kullanılması, izlenmesi ve hatta kolaj gibi yöntemlerle farklı imajlarla birleştirilerek etkileşim niteliğinin artırılabilmesi sürecini Burnett şu şekilde görselleştirmektedir:

Tablo 2. İmgeler nasıl sanal hale gelir (Burnett, 2007:70)

Olaylar	←→	Fotoğraflar
Fotoğraflar	←→	Tarih / Temsil
Temsil	←→	İmge
İmge	←→	Arşiv
Arşiv	←→	Metafor
Metafor	←→	Görselleştirme
Görselleştirme	←→	Sanal

İmaj “geçmişini sanallaştırır ve basit ya da doğrudan bir bakışı olumsuzlar. Bu imgeyi bir yere ‘yerleştirmek’, onun geçmişten bugüne sonra yine geçmişe sürüklemek demektir” (Burnett, 2007:71). İmajların, değiştirme ve dönüştürme süreçlerini teşvik ettiği ve biçimlendirilebilir oldukları düşünülebilmektedir. Bu noktaya kadar, sınırlı düzeyde yer alan fotoğraf etkileşimi, dijital imajların ortaya çıkmasıyla çok daha fazla artmıştır.

“Günümüzde yaşam-deneyimleri alanında gerçekleşen her şey, savaşların imajlarda geçiyor olması (TV), iletişim araçlarındaki hızla patlama (her şekilde İnternet’e varan), bize, artık ‘temsili imajlar’ ile (grafik, resim, ikonografi) yahut sadece fotoğraf ve sinemanın (örneğin, Vilém Flusser’inki gibi) ‘teknik-imajları’ ile sınırlı olmayan bir ‘imajlar’ çağına geçiş aşamasında olduğumuzu göstermektedir. Bizler video ve elektronik imajlarla, ... ‘düşünce-imajları’ olarak adlandırmak istediğimiz yeni türde bir imaja kaydediliyoruz.

Bir fotoğraf bazen sayfalarca yazıdan çok daha fazla enformasyon sunabiliyor” (Baker, 2010:128).

Dijital imajların ortaya çıkması, sadece anlamı değil, maddiliği de değiştirmiştir. Bu noktada, imajları tanımlayan unsur içerdikleri katmanlar haline gelmekte ve değerli bulunanın, gerek yaratıcılar gerekse izleyiciler tarafından imajlardan çıkarılarak kullanılması veya anlamlandırılması gerekmektedir. Çünkü dijitalle geçişle birlikte, “fotoğraflar sonsuz bir konu dışına sapma hammaddesinden ibaret “hale gelmiştir (Burnett, 2007:60-1). Dijital dünyaların oluşumu, ağ üzerinden imajların ve dolayısıyla fikir ve enformasyonun dolaşımını arttırmış ve imajların insan etkinliğinin her alanına dahil olmasını sağlamıştır. Öyle ki imaj ve fikir akışının durması, özellikle ağ desteği sayesinde, afet durumları dışında mümkün değildir. İnsanlarla teknoloji birbirine bağlanmıştır ve “oluşturulan bağlar –insanları, ortamlarını, hükümetleri, kültürleri, ekonomileri ve en önemlisi, teknolojileri bir araya getiren ağlar- insan olmanın anlamına dair yeni bir anlayışın tam kalbinde yer almaktadır” (Campanella’dan akt. Burnett, 2007:168).

Dijital dünya, ağ üzerinden imaj üretimini ve dolaşımını olanaklı kılmıştır. “Efeetler”in anlamlı artistik bir dile dönüştürülmesi üzerinden Vertov filmlerinin yeni medya ile de belirgin bağlantısı bulunmaktadır. Film için yeni bir dil keşfederken Vertov’un amacı, izleyiciyi, onun istediği gibi görmeye ve düşünmeye çekmek, heyecanının paylaşılmasını sağlamaktır. Kolajın avant-garde stratejisi, “kes-yapıştır” komutu olarak bilgisayarda yeniden ortaya

çıkarken (Manovich, 2001:xxviii-xxxi), kullanıcıların gerçekleştirdiği video ve onun temel bileşeni olan imaj üretimleri önem kazanmaktadır.

Dijital dünyada, bilgisayar dolayısıyla kolaylıkla yaratılan imajlar ve yine kolaylıkla kurgulanarak oluşturulan videolar, ortalama kullanıcıların gerçekleştirdiği üretimlerde ortaya çıkan artışın temel kaynağını oluşturmaktadır. Sayısal artışın yanı sıra, konuların çeşitleri de artmıştır. Her konuyla ilgili farklı bireylerin görüşlerini yansıtan video üretimlerine İnternet erişimi olan herkes rahatlıkla ulaşabilmektedir. Bu durum bir taraftan demokrasiyi ve çeşitliliği beslerken, diğer taraftan nefret söylemi veya ırkçı içeriklerin hem dolaşıma sokulmasında kolaylığa hem üretiminde de artış yaşanmasına neden olmuştur. Bu noktada kullanıcılar tarafından üretilen bu görsel-işitsel içeriklerin dolaşıma sokulduğu ağları olan video paylaşım ağları konusunu ayrıntılı olarak incelemek gerekmektedir.

2.2.2. Video Paylaşım Ağları: YouTube Örneği

Video paylaşım ağları denildiğinde akla ilk gelen site/uygulama YouTube'dur. "YouTube'un çevrimiçi videoya hükmettiği ve pazar payının artmakta olduğu" söylenebilmektedir (Schonfield, 2008). Öyle ki YouTube'un ortaya koyduğu özellikler, hem diğer video paylaşım ağlarını

şekillendirmektedir, hem de belirgin hedef kitlelere yönelik hazırlanmış TeacherTube⁴³ gibi video paylaşım ağlarına isim olarak yansımaktadır.

Adındaki “Tube” sözcüğü televizyona gönderme yapan YouTube, ileride ayrıntılı olarak ele alınacağı üzere ilk başlarda İnternet üzerinde bulunan bir video deposu olarak düşünülmüş olsa da, kullanıcı türevli içeriklerle birlikte zenginleşmiş ve pek çok farklı amaç için kullanılan bir ortam haline gelmiştir. Kullanıcının gerek yalnızca izleyici ya da isterse kolaylıkla üretici olabilmesine olanak tanıyan bu ortam, farklı kullanım pratiklerini de beraberinde getirmiştir. Her ne kadar, ağ üzerinde bulunan içerik türleri genel hatlarıyla kategorize edilebilse de aslında üretim pratiklerinin de tüketim pratiklerinin de kullanıcıların sayısı kadar farklılaşabildiği söylenebilir.

Ortam, aynı zamanda hem profesyonel medya üretimlerinin, hem de amatör kullanıcıların gerçekleştirdikleri üretimlerin ağ üzerinde dolaşımda bulunmasına izin vermektedir. Ana hatlarıyla bakıldığında, eğlence videoları, müzik klipleri, eğitim videoları, kampanya, duyuru veya haber videolarının hepsi aynı ağda bulunmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de YouTube’a görüntülerini yüklemelerinin ardından ünlü olan pek çok kişi bulunmaktadır. Bu ünlülerden bazıları, yalnızca çevrimiçinde “çok izlenen videolar” arasında yer almakta, bazıları ise, çevrimiçinde tanınır hale gelerek çevrimdışı yeni kariyer fırsatlarına ulaşabilmektedir. Öykü ve Berk Gürman kardeşler⁴⁴,

⁴³ <http://www.teachertube.com>: Öğretmenlere yönelik hazırlanmış video paylaşım ağıdır.

⁴⁴ http://www.hurriyet.com.tr/cumartesi/7871147_p.asp , (Erişim: 30.07.2010)

YouTube'a yükledikleri bir video ile ünlü olan kişilerde Türkiye'den bir örnektir. Bu örnek, aynı zamanda video paylaşım ağlarının ne kadar çok takip edildiğini de ortaya koymaktadır.

Aslında YouTube, ilk video paylaşım ağı değildir. Kendisinden yaklaşık on yıl kadar önce, 1997'de kurulan shareyourworld.com isimli sitenin ilk video paylaşım ağı olduğu düşünülmektedir. Bu site, tıpkı YouTube gibi kullanıcıların farklı formatlardaki videoları yükleyerek paylaşmasına izin vermekle birlikte, o dönemin bağlantı hızlarının yetersizliği nedeniyle kısa sürede verdiği hizmeti durdurmuştur (Woog, 2008:9). Belirtmek gerekir ki burada bahsedilen bir paylaşım ağı, diğer bir deyişle bir İnternet uygulaması olarak video paylaşım ağlarıdır. Şüphesiz, İnternet ortaya çıktığı andan itibaren, her sayısal dosya gibi video dosyaları da, yalnızca video paylaşımı için hazırlanmış özel bir uygulama olmasa da ağ üzerinden aktarılmıştır. 2003 yılına gelindiğinde ise, videoların İnternet uygulamaları içinde yer alması, vlog olarak da bilinen video bloglar ile başlamıştır (Lister vd., 2009:226).

Medya akademisyeni ve bir vlogger⁴⁵ olan Adrian Miles, "softvideo" kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram, yayın, disk ya da kaset gibi önceki malzemelerden bağımsız, tamamı dijital alanda hazırlanıp izlenen yeni bir görsel işitsel pratiğe işaret etmektedir. (Miles'dan akt. Lister vd., 2009:226-7).

⁴⁵ Vlogger kavramı, video blog sahibi kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Video bloglar, çevrimiçi video günlükler olarak tanımlanabilir.

Bu noktada, bugün kullandığımız anlamda video paylaşım ağlarının genel özelliklerini yönlendiren YouTube'un açıklanması önem kazanmaktadır. YouTube'un kurulması ve büyümesi, yeni medyanın yayılım özelliğinin en belirgin gelişmelerinden biridir. YouTube, ağ bankacılığı sistemi PayPal'in⁴⁶ üç eski çalışanı olan Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen tarafından Kasım 2005'te kurulmuştur. Kurucularının çıkış fikri, yeniden izlemek istedikleri televizyon kayıtlarını İnternet'te bulmanın zorluğu olmuştur. Üç parlak genç adam, biraz sermaye ve zamanı gelmiş bir fikir bileşenlerinden oluşan kuruluş süreci, iyi bir yeni medya başlangıç hikâyesidir (Lister vd., 2009:225).

Sitenin hizmete başlamasından birkaç ay önce, Ağustos 2005'te "About Us" (Hakkımızda) sayfası şu metni içermiştir:

"Dünyaya favori videolarınızı gösterin

Köpeğinizin, kedinizin ve diğer ev hayvanınızın videolarını çekin

Dijital kamera veya cep telefonuyla çektiğiniz videoları bloglayın

Güvenli ve gizli bir biçimde videolarınızı, dünyadaki arkadaşlarınıza ve ailenize gösterin

...ve çok, çok daha fazlası!"⁴⁷ (akt. Burgess ve Green, 2010:3).

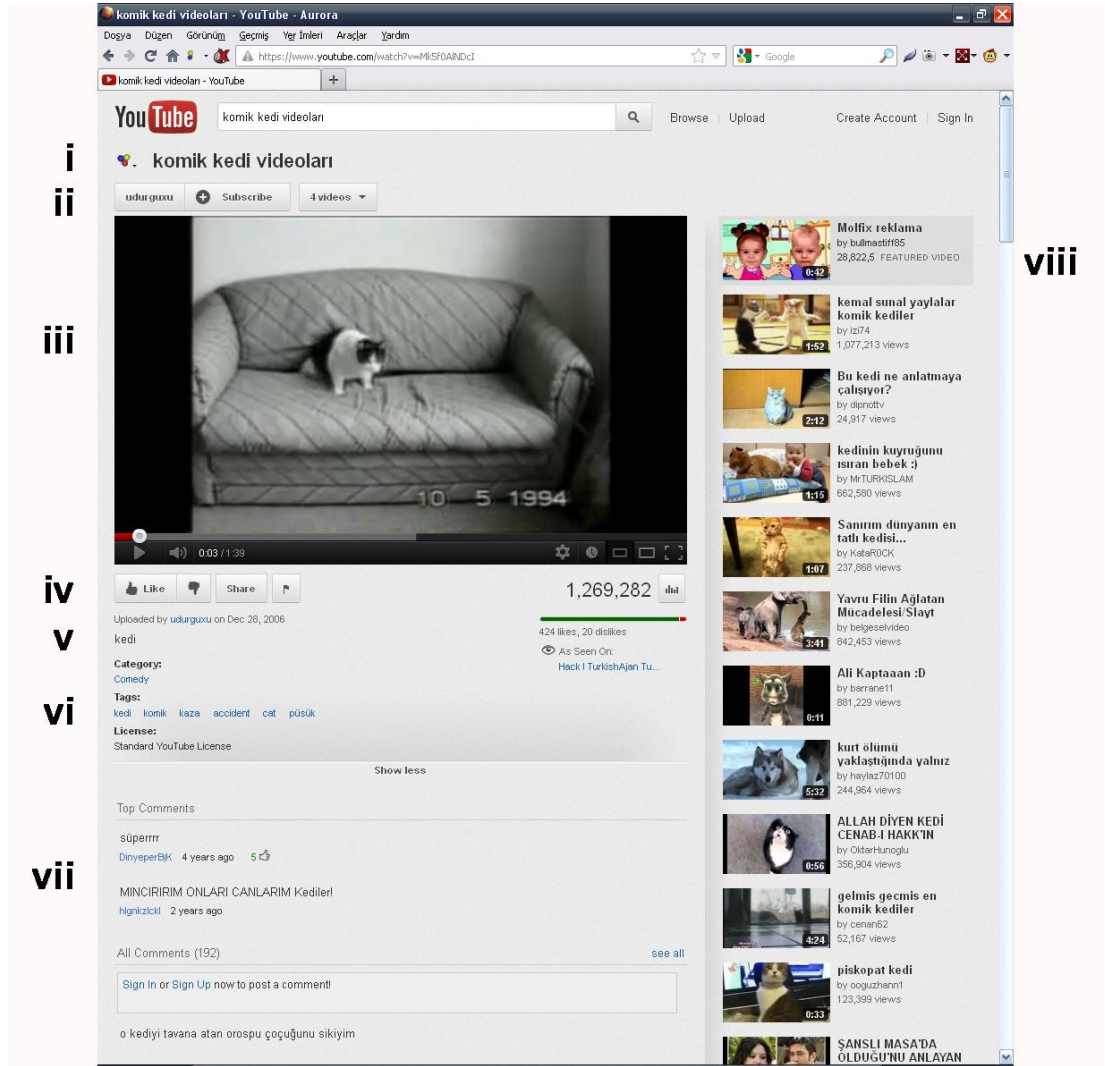
⁴⁶ İnternet adresi, <http://www.paypal.com>'dur.

⁴⁷ Orijinali: "Show off your favorite videos to the World
Take videos of your dogs, cats, and other pets
Blog the videos you take with your digital camera or cell phone
Securely and privately Show videos to your friends and family around the World

İlk zamanlarda sitenin sloganı “*Your Digital Video Repository*” (Dijital Video Deponuz) iken sitenin popülerlik kazandığı dönemlerden itibaren sloganı “*Broadcast Yourself*”(Kendin[i] Yayınla) olmuştur (Burgess ve Green, 2010:4). Bu dönüşüm aslında, ilk başlarda bir tür çevrimiçi video kütüphanesi olarak hizmet vermesi düşünülen sitenin, daha sonra sosyal ağ özellikleriyle gelişmesi ve bugünkü biçimini almasıyla paralellik göstermektedir. Bugünkü haliyle YouTube, temelde kullanıcının yönettiği, Web 2.0 temelli bir uygulamadır.

...and much, much more!”

Şekil 10. Video izleme sırasında YouTube arayüzü



i. Video adı, başlığı

ii. Videoyu yükleyen kullanıcı
(kanal)

iii. Video

iv. Videoyla ilgili beğenme ve
beğenmeme araçları

v. Video tanımı

vi. Video etiketleri

vii. Videoya yapılan yorumlar

viii. Videoyla ilişkili videolar

(related videos –
suggestions)

YouTube'un özelliklerine bakacak olursak, öncelikle YouTube basit bir arayüze sahiptir. Böylelikle herhangi bir kullanıcı standart bir İnternet tarayıcısı ile site üzerindeki işlemleri gerçekleştirebilmektedir. YouTube'un arayüzü, "zarif olmasa da kullanışlı ve amaca uygun" bulunmaktadır (Burgess ve Green, 2010:65). Bir diğer temel özellik, videoların URL ve HTML kodları üzerinden paylaşılabilir olmasıdır. Bu sayede, paylaşılan içerik yayılım özelliğini en iyi şekilde yansıtarak, toplumsal paylaşım ağları, bloglar veya forum gönderileri gibi başka İnternet uygulamaları üzerinden de dolaşıma girebilmektedir. YouTube'daki tek sınırlayıcı nokta, videoların belirli bir uzunluğu aşmaması gerekliliğidir. Bu uzunluk, sitenin hayata geçtiği dönemlerde on dakikadır (Lister vd., 2009:227). 2012 yılı itibariyle ise söz konusu limit biraz daha arttırılmış durumdadır. Ayrıca bir kullanıcı birkaç kere içerik yükledikten sonra, video uzunluğuna yönelik bu sınır ortadan kalkmaktadır. Sitenin bir diğer özelliği, paylaşılan videoların resmi olarak indirilemez olmasıdır (Lister vd., 2009:227). Ancak belirtmek gerekir ki, her ne kadar YouTube (ve benzerleri) resmi olarak paylaşılan videonun indirilmesine izin vermese de, çeşitli yazılımlar⁴⁸ aracılığıyla bu videoların indirilerek kayıt edilmesi mümkündür. Ayrıca yine video paylaşım ağlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, pek çok medya oynatıcı yazılım da, söz konusu ağların kullandığı video formatı olan Flash'ı destekler, yürütebilir özellikler kazanmıştır.

⁴⁸ Bu yazılımlar, İnternet tarayıcısına kurulan eklentiler (*add-on*), sadece bu amaç için oluşturulmuş yazılımlar veya çeşitli İnternet hizmetleri/uygulamaları olabilmektedir.

YouTube'un hareketli görüntü taşıyan bir platform olarak gelişimi, 1980'lerde VCR⁴⁹, 1990'larda kablolu ve uydu yayın kanalları ile birlikte televizyonun uzun tarihi dahilinde ele alınabilmektedir. Öyle ki YouTube'da kayıtlı kullanıcılar "kanal" olarak ifade edilmektedir. Bu durum, tam da bir yayın platformu olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Televizüel içeriğe artık yalnızca oturma odalarında değil; evin her odasında, bilgisayarlarda, diğer televizyonlarda ve hatta cep telefonlarında ulaşılabilir (Lister vd., 2009:226-9). Bu noktada, alıcı cihazların yanı sıra üretici/kaydedici cihazlardaki dönüşüme de bakmak yerinde olacaktır. Video artık, cep telefonları, dijital kameralar ve web kameraları ile her an her yerdedir. Bu nedenle, çok az post-produksiyon içeren veya hiç içermeyen, tut ve kaydet (*point and shoot*) videografi patlaması bulunmaktadır (Lister vd., 2009:227).

YouTube'u yalnızca bir yayın platformu olarak değerlendirmek doğru olmayacaktır. YouTube, hem bir yayın platformu, hem yüksek miktarda trafik barından bir web sitesi, hem bir medya arşivi hem de bir sosyal ağıdır (Burgess ve Green, 2010:5). YouTube'daki sosyal ağ, Facebook gibi kişisel profiller üzerinden arkadaş olma yöntemiyle değil ancak videolar üzerinden sosyal kümelenme şeklindedir. YouTube'un sosyal ağ boyutu, kullanıcıların yaptığı yorumlarda, yüklenen bazı videolara yanıt niteliğindeki yanıt videolarında ve kayıtlı kullanıcıların diğer kayıtlı kullanıcıları takip etmesine olanak tanıyan sistemde en açık şekliyle görülebilmektedir. Bugünün bilgisayar teknolojisi, bir web sitesi ziyaretçisinin, belki de yüzlerce ya da

⁴⁹ VCR: *Videocassette Recorder* (Videokaset Kaydedici ve Oynatıcı Cihazlar)

binlerce kişiyle aynı anda, aynı yerde olmasına ve gönderileri üzerinden diğer kullanıcılarla etkileşime girmesine olanak tanımaktadır (Mirzoeff, 1999:11).

Bir YouTube kullanıcısının, diğer kullanıcıların yüklediği videolara yorum yapabilmesi, yanıt videoları hazırlayabilmesi, ya da yorumlara karşılık vermesi ile video veya yorumları “beğenme” veya “beğenmeme” seçeneklerini kullanabilmesi, YouTube arayüzündeki etkileşimsel uygulamalar olarak özetlenebilir. Bu noktada, sitenin sunduğu sosyal ağ olanaklarının yalnızca siteye kayıtlı kullanıcılar tarafından kullanılabilirdiği belirtilmelidir. Kayıtlı olmayan kullanıcılar ise “herkese açık”⁵⁰ olarak tanımlanmış video ve yorumları yalnızca görebilmekte ancak içerik veya diğer kullanıcılarla herhangi bir etkileşime girememektedirler. YouTube’un Google⁵¹ tarafından satın alınmasıyla başlayan süreçte, 2012 yılı itibariyle tüm Google hesapları (örneğin Gmail⁵²) YouTube’a entegre edilmiş, diğer bir deyişle tüm Google kullanıcıları aynı zamanda YouTube kullanıcısı olmuştur. Varsayılan ayarlar dahilinde, herhangi bir Google ürünüyle ilgili web sayfasında oturum açıkken YouTube ziyaret edildiğinde, aynı kullanıcı adının YouTube üzerinde de oturum açmış olduğu görülmektedir. Böylelikle

⁵⁰ YouTube’da yer alan videolar üç kategoride ağ üzerinde bulunurlar: 1) Herkese açık (*Public*): Bu videolara herkes ulaşabilmektedir. 2) Listelenmeyen (*Unlisted*): Bu videolar, arayüz üzerindeki aramalarda çıkmamakta, yalnızca bağlantı adresine sahip kişiler tarafından görülebilmektedir. 3) Özel (*Private*): Bu videoların görülmesi, videoyu yükleyen kullanıcının iznine bağlıdır. İzlemesine izin verilen kişinin geçerli bir YouTube hesabına sahip olması gerekmektedir.

⁵¹ Google, başta arama motoru olmak üzere pek çok farklı İnternet uygulamasını bünyesinde barındıran şirket.

⁵² Google tarafından sağlanan ücretsiz e-posta hizmetidir. İnternet adresi <http://www.gmail.com>’dur.

doğrudan YouTube üzerinde bir hesap oluşturmadan da YouTube'un yalnızca kayıtlı kullanıcılara sunduğu uygulamalar, tüm Google ürünlerinin kullanıcıları için kullanılabilir olmuştur.

Her ne kadar bazı sosyal ağ özelliklerini bünyesinde barındırsa da, videonun üretilmesi ve tüketilmesi (izlenmesi) açısından ele alındığında, YouTube'un mimarisinin kolektif aktiviteden ziyade, kullanıcıları bireysel katılıma yönlendirdiği söylenebilmektedir. Dolaşımdaki (uygulama üzerinden paylaşılan) videolardan görüntü yakalamaya izin veren bir uygulamanın olmayışı, videonun indirilmesi yönündeki engel ve lisanslamada kullanıcı kontrolünün olmayışı, kullanıcıların ortak çalışması / üretmesi önünde engel teşkil etmektedir (Burgess ve Green, 2010:63-5). Öte yandan, yorum ve paylaşma gibi katılım pratikleri, yalnızca içerik yaratıcılar için değil, izleyiciler için de olanaklıdır.

YouTube'da kayıtlı kullanıcıların yarattığı ortam "camia" (*community*) olarak tanımlanmaktadır. Ortamda var olmanın sosyal normları ve çevrimiçi davranış etiği camia üyesi kullanıcılar tarafından tartışılmakta ve yine bu kullanıcılar tarafından bazı alanlarda biçimlendirilmektedir (Burgess ve Green, 2010:97-8). YouTube'un hizmet şartlarının da diğer pek çok yeni medya uygulamasına kıyasla sınırlı düzeyde olduğu, her alanı düzenleme eğiliminde olmayıp yalnızca temel alanları düzenleme eğiliminde olduğu söylenebilmektedir.

Yüklenen pek çok videonun özgünlüğünü yorumlarda ve yanıt videolarında camia üyelerinin tartışması, bunu saptamaya yönelik bir yarış görünümü dahi alabilmektedir (Burgess ve Green, 2010:29). 2007 yılında yapılan bir araştırmada, katılımcılara YouTube'daki 216 video gösterilmiş ve daha sonra YouTube'da kendi belirledikleri anahtar kelimeleri kullanarak arama yapmaları istenmiştir. Bu araştırmanın sonucunda, katılımcılar kendilerine gösterilen 216 videodan 184'ünü YouTube'da arama yaparak bulabilmişlerdir. Bu 184 video için, katılımcıların buldukları kopya (klon) videoların sayısı ise, 1.224'tür (Cha vd., 2007:11).

Yüklenen ve dolaşıma sokulan içeriğin, bulunabilir hale gelmesi, bu içeriğe ait bazı tanımlamaların kelime bazında yapılmasıyla oluşmaktadır. Kelime bazlı yapılan bu tanımlamalar, videonun adının (başlığının) yanı sıra etiketleme özelliği ile gerçekleşmektedir. Sitenin arayüzünde yapılan kelime bazlı arama sonuçları, video adı ve etiketlerine göre ortaya çıkmaktadır. Bu noktada, Burgess ve Green, etik dışı hatalı etiketleme örneklerinin, doğru etiketleme örneklerinden çok daha ilginç sonuçlar verebildiğini belirtmektedir (2010:8). Etiketleme sisteminin doğru bir biçimde işleyemediği bir diğer durum da, içeriği yaratanın bakış açısı olarak saptanabilmektedir. Örneğin insan hakkı ihlallerini konu alan videoların pek çoğu, kurbanlar tarafından değil failer tarafından hazırlanarak dolaşıma sokulmuş durumdadır. Hatta bu örneklerin pek çoğunda kamusal aşağılama da görülebilmektedir (Jenkins, 2010:122).

İzlenen video ile “ilgili videolar” (*related videos*) da kelime bazlı olarak site tarafından saptanmaktadır. Bu nedenle kullanıcının, izlediği video adı veya etiketlerindeki kelimelerle aynı kelimelerden başlık veya etiketlere sahip diğer videolara yönlendirilmesi, kullanıcının bambaşka bağlamlardaki içeriğe sevk edilmesi anlamına da gelmektedir. İçeriğin görece kontrolsüz biçimde dolaşıma girebiliyor olması, doğru bağlamda okunmama riskini ve bazı yaratıcıların bu alanda rahatsızlıklarını da beraberinde getirmiştir. Örneğin, yirmi yıldan fazla bir süredir çoğunluğu kadınlardan oluşan, iki adet VCR kullanarak çeşitli görüntülerin üzerine şarkılar ekleyerek hayran videoları hazırlayan bir topluluğun bazı üyeleri, hazırladıkları videoların YouTube gibi video paylaşım ağlarına “düşmesi” sonucu, hedef kitleleri dışında videoların doğru anlaşılmayacağı endişesini dile getirmişlerdir (Jenkins, 2010:117-122).

YouTube, yüklenen içeriğin tasnifi için çeşitli kategoriler sunmaktadır. Bu kategoriler, otomobiller, komedi, eğlence, film ve animasyon, oyun, nasıl yapılır ve stil, kâr amacı gütmeyen ve aktivizm, kişiler ve bloglar, hayvanlar, bilim ve teknoloji, spor, gezi ve etkinlikler şeklindedir⁵³. Bu kategoriler, içeriği organize etmeye yönelik olarak çok genel bir çerçeve sunmaktadır (Burgess ve Green, 2010:8). İçeriğin organize edilmesi dışında, YouTube içerikleri daha çok ve daha az popüler olanlar olarak da sınıflandırır. Bu sınıflandırma, en çok izlenen, en çok yanıt alan, en çok tartışılan, en çok reyting alan, en

⁵³ Desteklenen arayüz dilleri arasında Türkçe bulunmadığından, İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Orijinalleri sırasıyla, Autos & Vehicles, Comedy, Entertainment, Film & Animation, Gaming, Howto & Style, Nonprofits & Activism, People & Blogs, Pets & Animals, Science & Technology, Sports, Travel & Events (<http://www.youtube.com/videos> Erişim: 26.05.2012)

çok favori olan, eskiden popüler olan ve en aktif olan başlıkları altında bugün, bu hafta, bu ay, tüm zamanlar şeklindeki zaman aralıkları için sunulmaktadır (Burgess ve Green, 2010:39). Haziran 2007’de yapılan bir araştırmaya göre, en çok izlenen 50 YouTube videosunun konu dağılımı şu şekildedir: Müzik %22, Komedi %12, Eğlence %8, Film ve Animasyon %3, İnsanlar ve Bloglar %2, Haber ve Politika %2, Gezi ve Mekânlar %1 (Anheier, 2008:368).

Sitenin yeniden tasarımı sırasında ortaya çıkan ve siteyi başarıya ulaştıran uygulamaları, sitenin kurucularından Jawed Karim şu şekilde özetlemiştir: ilgili videolar üzerinden video tavsiyeleri, e-posta üzerinden paylaşım desteği, yorumlar (ve diğer sosyal ağ fonksiyonları) ve diğer sitelere gömülebilme (Gannes, 2006). Her ne kadar sitenin arayüzü çeşitli dönemlerde değişmiş olsa da, Karim’in saydığı temel özelliklerin değişmediği görülebilmektedir. Bu sayede site, kolay kullanım özellikleriyle de birleşerek, “ben” videosundan⁵⁴ küresel videolara ulaşmıştır (Hartley, 2010:127).

Genel olarak video paylaşım ağlarını değerlendirebilmek, bu uygulama türünün en büyük ve dolayısıyla sektörü yönlendirme gücüne sahip YouTube’u da değerlendirmeyi gerektirmektedir. YouTube’u ise tarihini dikkate almadan değerlendirmek, arkasındaki politik mücadeleyi görmezden gelmek anlamına gelir (Jenkins, 2010:125). Sitenin bir yayın platformu olma özelliği üzerinden giderek birkaç örnek olay, sitenin bugünkü konumunun şekillenmesinde etkili olmuştur. Aralık 2005’te *Saturday Night Live*’dan “*Lazy*

⁵⁴ YouTube’a ilk yüklenen video, “Me at the Zoo”dur (Hayvanat bahçesinde ben).

Sunday” isimli bir video, siteye yüklendiği tarihten itibaren ilk on günde 1,2 milyon kez izlenmişti. Şubat 2006 tarihine kadarki 3 aylık bir sürede ise aynı video beş milyondan fazla izleyiciye ulaşmıştı. NBC Universal, telif hakkı ihlali nedeniyle bu video ile birlikte 500 videonun da siteden kaldırılmasını YouTube’dan talep etti. (Biggs, 2006).

“Lazy Sunday” videosu, YouTube’un potansiyelini ortaya koymuştur. Youtube, pazarda büyümeye başlayınca medya profesyonelleri tarafından üretilen içeriğin de dağıtımı için anlaşmalar yapmaya başlamıştır. Özellikle ücretli üyeliklerde daha uzun videolara izin vermesi, sitenin kazanç yöntemlerinden de birini oluşturmuştur.

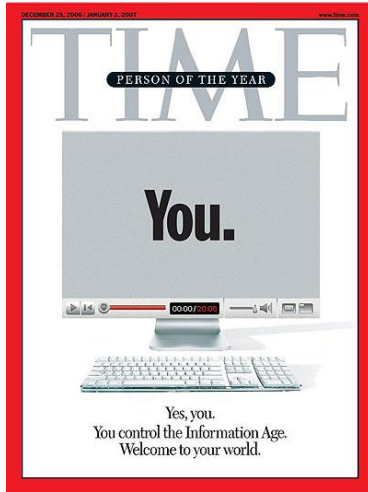
Warner ve Universal Music gibi bazı büyük içerik sağlayıcılar YouTube’la dağıtım anlaşması yaparken, Viacom gibi bazıları telif hakkını gerekçe göstererek böylesi anlaşmalardan uzak durmuşlardır (Helft, 2007). Bu firmaların pek çoğu, kültürel ürünlerinin dağıtım ve dolaşımında tamamiyle kontrol sahibi olmadıkları ve yalnızca katılımcı oldukları bir uzamda bulunma rolünden rahatsız olmuşlardır. Öte yandan, bazı geleneksel medya metinlerinin hem P2P ağlar üzerinden hem de video paylaşım ağları üzerinden çevrimiçinde dolaşıma sokulmasını teşvik eden *The Daily Show* gibi programlar ve yapımcılar da olmuştur (Burgess ve Green, 2010:34).

YouTube, kurulmaya başladığı 2005 yılından itibaren büyümeye devam ederek bir yılda medya alanının doğal bir parçası haline gelmiştir.

Amatör kullanıcıların çektikleri veya yayınlardan kaydettikleri görüntüleri paylaşarak dolaşıma sokmasıyla başlayan video paylaşımı, daha sonra politikacıların videolarını ağa yüklemesiyle, bazı üniversitelerin eğitim videolarını yüklemesiyle gittikçe çeşitlenmiştir (Burgess ve Green, 2010:35-6). Bugün Türkiye’den bir örnek olarak, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün YouTube üzerindeki kanalı⁵⁵ da bu kapsamda ele alınabilir. Söz konusu kanaldaki video sayısı 901, takipçi sayısı 720, videoların toplam izlenme sayısı ise 232.536’dır.⁵⁶

Ancak şu da belirtilmelidir ki YouTube için sıradan amatör içeriğin paylaşımı, yüksek kalitede hazırlanmış videoların dolaşıma sokulmasına kıyasla daha önemli olmuştur (Burgess ve Green, 2010:5). Hatta, *Time* dergisinin, 2006 yılında “yılın kişisi” olarak belirlediği kişi “you” (sen) olmuştur.

Şekil 11. *Time* Dergisi, 25 Aralık 2006



⁵⁵ <http://www.youtube.com/cbabdullahgul> (Erişim: 26.05.2012)

⁵⁶ Bu rakamlar 27 Mayıs 2012 tarihi itibarıyla verilmektedir.

Görselde gri bilgisayar ekranı olarak gözüken alan, aslında görüntüyü yansıtan bir malzemedен yapılmış ve dergiyi eline alan kişinin kendisini kapakta görmesi sağlanmıştır. Ekran görselinin YouTube'a yaptığı göndermenin dışında, kapakta yer alan metin "Evet, sen. Enformasyon çağını sen kontrol ediyorsun. Dünyana hoş geldin" metni de YouTube'la bağlantılıdır.

John Hartley, "ozansız fonksiyon" (*bardic function*) olarak tanımladığı durumun büyük ölçekli ilk yanıtı olarak YouTube'u göstermektedir. Artık, kullanıcının kendisi tek başına veya başkalarıyla üretebilmektedir. Hartley, "*Broadcast Yourself*" sloganının eski tip televizyon ile yeni arasındaki farkı en iyi şekilde ortaya koyduğunu belirtmektedir (Hartley, 2010:132-3).

"Kültürel, sosyal ve ekonomik değerlerin çeşitli biçimleri, kullanıcılar tarafından kolektif biçimde, kullanıcıların tüketimi, değerlendirmesi ve girişimci katılımlarıyla üretilir" (Burgess ve Green, 2010:5). Bu bakımdan YouTube için katılımcı kültür, bir numara veya gösteri değil, işin temelini oluşturmaktadır. Katılımcı kültür, tüm tüketicileri potansiyel yazarlar haline getirmekte, bu yönde teşvik etmektedir (Jenkins, 2010:116). Böylelikle medya tüketimi, "sadece okunan" bir aktiviteden "oku-yaz" bir aktiviteye dönüşmüştür. İzleyici pratikleri olarak, klip yükleme gibi eylemler, John Hartley'in deyişiyle bir tür "redaksiyon"dur. Hartley redaksiyonu, "var olan

materyalin düzenlenerek (*edit*) yeni materyalin üretilmesi” olarak tanımlamaktadır (Burgess ve Green, 2010:48).

2007 yılında yapılan ve YouTube'daki 4320 videoyu içeren bir araştırmaya göre, içerikler, geleneksel medya içerikleri, kullanıcı türevli içerik ve belirgin olmayan şekilde üç kategoride sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmanın sonucuna göre, kullanıcı türevli içerik, “*Broadcast Yourself*”i onaylarcasına az bir farkla da olsa önde çıkmıştır. Bu araştırmada örneklemin yaklaşık %42'si (1812) geleneksel medya içeriklerinden oluşmuştur. Bu geleneksel medya içerikleri arasında, Türkiye'den ve Filipinler'den bazı televizyon dizileri de bulunmaktadır. Geleneksel medyadan parçaların yüklenmesi, aslında anlam yaratan (ya da dolaşıma sokan) ve sofistike bir sürece işaret etmektedir (Burgess ve Green, 2010:43-9). Dolayısıyla, dolaşımdaki geleneksel medya metinleri de zaman zaman kullanıcı türevli içerik olarak kabul edilmektedir.

Katılımcı kültür, Vlogger'lar, pazarlamacılar, sanatçılar, izleyiciler, hukukçular, tasarımcılar, eleştirmenler ve hatta akademisyenler tarafından her gün yeniden yaratılmaktadır (Burgess ve Green, 2010:108). İnsanlar, yani kullanıcılar, nasıl üreteceğini, ürettiği içeriği ağa nasıl yükleyeceğini ve ağ üzerinde nasıl dolaşıma sokacağını öğrenmektedir. Katılımcı kültür, sadece sınırları indirmekle kalmayıp kuvvetli sosyal bağlar da kurmaktadır (Jenkins, 2010:116). YouTube, denklemin gitar çalmadan yemeğe, danstan bilgisayar oyunlarına her çeşit bilgiyi öğrendiği ve bilgiyi paylaştığı bir

platform olarak faaliyet göstermektedir. Bu nedenle “bireysel etkileşim olmadan tüm sistem çöker” (Hartley, 2010:143).

“Herkes katılabilir ki bu da tüm sistem için üretkenliği artırır” (Hartley, 2010:132). Katılımcı kültür, geleneksel medyanın içermesi mümkün olmayan sayıdaki çeşitliliği yeni medyanın barındırmasına olanak tanımaktadır. Özellikle kullanıcı türevli içerik üretimi sayesinde, geleneksel medyada kendilerine ya hiç yer bulamayan ya da çok az yer bulabilen çevreler de medya metinleri üretilip dolaşıma sokabilir hale gelmektedir. Ancak, John McMurria (2006), YouTube’da en çok izlenen, oylanmış veya tartışılan videolara bakıldığında, geleneksel medya ile kıyaslandığında çeşitliliğin çok daha az olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle katılımcı kültür, çeşitliliği desteklemekle birlikte her koşulda çeşitlilik kültürü olarak tanımlanamamaktadır.

YouTube, diğer kullanıcılardan alınan destekle camiasını oluşturmaktadır. Bu nedenle, mekanizma demokratik gözükse de azınlık perspektiflerinin yaygın bir kümeye ulaşmasına engel olabilmektedir. Her ne kadar her çevreye, görüşe, perspektife ait içerikler dolaşımda bulunsun da topluluğun oluşturduğu baskın söylemler, “en çok” listelerinde yer alan içeriklerde gözle görülür hale gelmektedir (Burgess ve Green, 2010:124). Bu noktada, yeni medyanın olanaklarının YouTube gibi video paylaşım ağları ile sınırlı olmadığına da çizilmelidir. YouTube, yalnızca kendi ortamı incelendiğinde çeşitli “en çok” listeleriyle belli içeriklerin dolaşıma girmesine

ve büyük kesimlere ulaşmasına olanak tanısa da, toplumsal paylaşım ağlarıyla olan entegrasyonu yani YouTube'daki bir içeriğin toplumsal paylaşım ağlarında paylaşılabilmesi, e-posta üzerinden başka kişilere gönderilebilmesi, URL ve HTML koduyla diğer İnternet uygulamaları üzerinden dolaşıma sokulabilmesi gibi özellikler sayesinde çeşitlilik kültürünü desteklediği görülebilmektedir. Site, hizmet şartlarında çok sınırlı içerik türüne (örneğin nefret söylemi veya siber zorbalık) izin vermeyeceğini belirtmektedir.

Herkes katılabilir, ancak katılım belirli araçlara ulaşabilmeyi gerektirdiğinden sayısal uçurumla bağlantılı bir biçimde, Jenkins'in (2010) deyimiyle "katılım boşluğu" oluşabilmektedir. Jenkins'e göre katılım boşluğu aynı zamanda kültürel farklılıklarla bağlantılı bir biçimde de ortaya çıkabilmektedir (2010:124-5). Bu nedenle Oscar Gandy, gerçek sayısal uçurumun⁵⁷, yeni medyanın sosyal şekli sonucu ortaya çıkan güçlülerin

⁵⁷ Yeni medya kullanımı çeşitli cihazlar üzerinden gerçekleşmektedir. Bu cihazlara erişimin farklı kesimlerde farklı düzeylerde olması "sayısal uçurum" veya "dijital uçurum" olarak tanımlanmaktadır (Binark ve Löker, 2011:19; Başaran, 2005:36). Sayısal uçurum, cinsiyetler arasında, yerleşim yerine göre altyapı farklılıklarından kaynaklanarak ya da ekonomik nedenlerle ortaya çıkabilmektedir. Yeni medyanın ağ temelli olması, söz konusu medyanın kullanılabilmesi için az sayıdaki telekomünikasyon taşıyıcısına bağımlılığı da beraberinde getirmektedir. Genişbant İnternet bağlantı hizmeti ele alındığında, Türkiye'de TNET'in pazar payı 2012'nin ilk çeyreği itibariyle %84,13'tür (BTK, 2012:31) . Pazar payı açısından geriye kalan %15,77 ise dokuz farklı operatör tarafından paylaşılmaktadır. Bu noktada, erişim sağlayıcı düzeyinde ortaya çıkan bir yoğunlaşmadan söz edilebilmektedir. Erişim sağlayıcı, kullanıcının yeni medya ortamlarına bağlanabilmesine olanak tanıyan altyapı işletmecileri olarak tanımlanabilir. Diğer taraftan yeni medya uygulamaları olarak ele alınabilecek içerik sağlayıcılar arasında da bir yoğunlaşma söz konusudur. Pazar payı yüksek olan içerik sağlayıcı firmaların sayısı görece azdır. Her ne kadar İnternet, pek çok farklı uygulamaya izin veriyor olsa da her bir uygulama alanında lider pazar payına sahip firmaların olduğu bilinmektedir. Bazı firmaların çok yüksek pazar payına sahip olması, İnternet'teki benzer uygulamalar arasında belirleyici bir nitelik taşımasını olanaklı kılmaktadır. Sosyal ağlar üzerinden değerlendirildiğinde Nisan 2012 itibariyle Facebook'un pazar payı %63, YouTube'un pazar payı %20,3'tür. Bu noktada İnternet uygulamalarının

egemenliği ve güçsüzlerin üretici veya tüketici olarak ortam ve içeriklere ulaşamamasından ileri geldiğini belirtmektedir (Gandy, 2002:458).

Yeni medyanın hem risk hem de olanaklarını barındırması durumuna YouTube iyi bir örnek olarak verilebilir. Neredeyse tüm riskleri ve olanakları aynı anda barındırmaktadır. Dolayısıyla, YouTube'un geleneksel medyada temsili, tıpkı 19. yüzyılın başlarında ucuz basınla ilgili 20. yüzyılın başlarında ise portatif fotoğraf makinesi ile ilgili olduğu gibi kaygı ekseninde olmuştur (Burgess ve Green, 2010:20). Özellikle çocukların maruz kalabileceği içerikler, ya da sitenin hizmete başladığı ilk zamanlardaki telif hakkı ihlali sorunları geleneksel medyada sıklıkla gündeme getirilmiş, yeni medya ortamlarına ilişkin kaygı dolu temsiller üretilmiştir.

YouTube'da gerek çocuklar gerekse yetişkinler için ortaya çıkan riskler arasında, Hitler'in ırkçı propagandasının yayınlanması ve siberzorbalık sayılabilmektedir. Diğer kişilere zorbalık yapmak amacıyla dijital teknolojilerin kullanımı olarak tanımlanabilecek siberzorbalık, YouTube'da özellikle küçük düşürücü veya aşağılayıcı videoların gönderilmesi, şiddet eylemlerinin kayıtlanması ve yüceltilmesi amacıyla video kullanımı şeklinde yer bulabilmektedir. Siberzorbalık örneklerinin ortaya çıkmasının ardından YouTube, anti-siberzorbalık girişimi olarak *the beatbullying channel*; (zorbalığı yenme kanalını) açmıştır (Burgess ve Green, 2010:19). Diğer

ticarileşmesine bakılabilmektedir. Ancak, gerek altyapı işletmecilerinin gerekse İnternet uygulamalarında ortaya çıkan aşırı ticarileşme ve yoğunlaşma bu çalışmanın kapsamı dışındadır.

tarafından belirtmek gerekir ki ırkçı veya nefret söylemi barındıran videolarla mücadele için özel bir uygulama bulunmamaktadır. Bu türden içerikler, hizmet şartlarını ihlal etmeleri nedeniyle, şikâyet edilmeleri halinde yayından kaldırılabilir. Ancak YouTube'a yüklenen videoların çokluğu, uzunluğu ve dünyanın çeşitli ülkelerinden olmaları göz önüne alındığında YouTube'un her şikâyeti doğrudan değerlendiremeyeceği ortadadır.⁵⁸

Geleneksel medyada sıklıkla temsil edildiği üzere yeni medyanın, risklerin yayılması için bir ortam olduğu algısı aslında gerçek dışıdır. Beth Coleman'ın yine siberzorbalıkla ilgili olarak verdiği şu örnek, aslında sorunun nerede ortaya çıktığını net biçimde ortaya koyacaktır:

Kızı, komşuları duşta resimlerini çekip bunları Facebook'ta yayınlamasından son derece rahatsız olan bir babayla görüşme yaptım. Medya çevresi açısından bu kızın davranışını olanaklı kılan birçok şey bulunuyor. Kız, görüntülerin anında kolayca internete yüklenebildiği bir dijital

⁵⁸ Kullanıcıların şikâyet etmesiyle içeriklerin yayından kaldırılmasının yanı sıra, resmi devlet kurumları tarafından yapılan isteklerle de bazı içerikler yayından kaldırılabilir. YouTube'u bünyesinde bulunduran Google'ın altı aylık dönemler halinde açıkladığı şeffaflık raporlarında (*transparency report*) hangi ülkelerden içerik kaldırma talebi geldiği ve bu taleplerden hangilerinin karşılandığı belirtilmektedir (Bu rapor için bkz. <https://www.google.com/transparencyreport/removals/government/countries/>). Temmuz –Aralık 2011 döneminde Google bünyesindeki sitelere yönelik taleplerin yer aldığı rapora göre, Türkiye'den Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun yaptığı başvurular toplam 39 videonun yayından kaldırılması yönündedir. Ancak YouTube, yalnızca nefret söylemi taşıyan bir videoyu yayından kaldırmış, Atatürk'le ilgili diğer bazı videoları ise, YouTube'un hizmet şartlarını ihlal etmedikleri için yayından kaldırmamıştır. Yayından kaldırılmayan videolardan bazıları, Türkiye'den bağlanan kullanıcılara gösterilmemekte, bu içeriklere ulaşmak isteyen kullanıcılara "*This content is not available in your country due to a government removal request*" (Bu içerik, hükümet kaldırma isteği nedeniyle ülkenizde kullanılabılır değildir) bilgisi verilmektedir. (<http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/139219-google-sansur-raporunu-acikladi>, Erişim: 20.06.2012)

fotoğraf makinesine sahiptir. Ayrıca kız ve kızın sosyal grubu her gün ağ tabanlı bir profil sayfasına bağlanmakta ve burayı kendileri için önemli bir iletişim forumu olarak görmektedirler. Kız, arkadaşlarını etkilemek için gereken tüm araçlara (kolay ağ yükleme özelliği olan fotoğraf makinesi) ve motivasyona (değer verdiği bir ağ alanı) sahiptir. Bu durumda sorun araçlarda değil kızın bunları kullanma biçimindedir. ... Dolayısıyla babanın kızıyla ilgili rahatsızlığı aslında kızın medyaya erişiminden değil, sağduyuya sahip olmamasından kaynaklanmıştır. Bu olayla birlikte kızının yasal olmayan fotoğraflar çekebileceğini anlamış, ama bu fotoğrafları temelde halka açık olan bir forumda neden yayınladığını anlayamamıştır (Coleman, 2012:129).

Bu örnekten hareket edersek, risk eğer araçta ortaya çıkmaktaysa, o zaman pek ala fotoğraf makinesinin dijital olması da risk yaratan unsurlardan biri olarak kabul edilebilir. Yeni siberzorbalık kategorisi, gençlik, şiddet ve risk etrafındaki ahlaki paniğin nasıl var olan medya etkileri söylemiyle bağlantılı bir biçimde medya paniği ürettiğini iyi biçimde göstermektedir (Drotner'dan akt. Burgess ve Green, 2010:19). Bu noktada ahlaki paniği kısaca açıklayalım. Ahlaki panik, "(medya yoluyla) toplumdaki suç, şiddet ve diğer toplumsal, etnik sorunların ya da sağlık sorunlarının yayılmasının doğuracağı ciddi toplumsal ve yasal sonuçlara vurgu yapar" (Laughey, 2010:117).

Kullanıcıların, yeni medyanın olanaklarından azami düzeyde yararlanmasını ve aynı zamanda risklerden korunmasını sağlayacak temel unsur yeni medya okuryazarlığı ya da dijital okuryazarlık olarak

saptanmaktadır. Medya ve özellikle yeni medya okuryazarlığı, farklılıklara karşı nasıl bir okuma ve dinleme yapıldığıyla doğrudan bağlantılıdır (Burgess ve Green, 2010:83). Dolayısıyla yeni medya okuryazarlığı, katılımcı kültürün de gerçek anlamda ortaya çıkabilmesini sağlamaktadır. Yeni medya okuryazarlığı, toplumsal bir pratik olarak ele alınabilir. Bu açıdan, bireylere ait bir varlık değil, katılımı olanaklı kılan ve şekillendiren bir sistemdir (Burgess ve Green, 2010:72).

Yeni medya ile ilgili eski çalışmalar, çoğunlukla sayısal uçuruma odaklanmıştır (Burgess ve Green, 2010:70). Ancak bugün yeni medya ortamlarındaki çeşitlilik ve yaygınlığın da etkisiyle biliyoruz ki, araç veya ortamlara ulaşabiliyor olmak bu araç ve/veya ortamları doğru kullanabilmek anlamına gelmemektedir.

Ofcom⁵⁹, medya okuryazarlığını “çeşitli bağlamlarda, iletişime ulaşabilme, iletişimi anlayabilme ve yaratabilme yeteneği” olarak tanımlamaktadır.⁶⁰ Bu tanıma göre, söz konusu yeteneğin çocuklara veya yetişkinlere nasıl aktarılması gerektiği, bu bilginin nasıl oluşturulması gerektiği soruları öne çıkmaktadır.

⁵⁹ Ofcom: *Office of Communications*, Birleşik Krallık'ta bağımsız medya düzenleyici kuruluştur.

⁶⁰ http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/medialit_audit/ (Erişim: 26.05.2012)

John Hartley, YouTube benzeri bir proje olan YIRN'de (*Youth Internet Radio Network*) kullanıcıları cihazlarla baş başa bırakamayacaklarını ve onlara nasıl yükleme yapıp paylaşımında bulunabileceklerini göstermeleri gerektiğini düşündüklerini belirtmektedir (2010:126). YouTube'un yaptığı tam olarak bunun tersidir: Kullanıcıları sistemle baş başa bırakmak. Kullanıcılar baş başa oldukları ağın dinamikleriyle ve oradaki toplulukla birlikte bazı alanlarda büyük ölçüde okuryazarlık geliştirmişlerdir. Örneğin, kullanıcıların videonun özgünlüğünü saptamaya yönelik girişimleri, doğru bilgiye ulaşma çabası olarak değerlendirilebilir. "Çocuklar yeni medya ile ilgili bilgilerin çok azını okulda ediniyorlar. Eğitim sisteminin çoğunlukla sayısal çağa verdiği tepki, katı öğretmen kontrolü olan 'duvarlara çevrili bahçe'den farklı olarak YouTube gibi sayısal ortamlara erişimi kısıtlamak yönünde. Buradan çocuklar öğreniyor ki, eğitim sisteminin birincil önceliği, onları okuryazar yapmak değil, onları 'uygunsuz' içerikten ve çevrimiçi avcılardan 'korumak'" (Hartley, 2010:130).

Konu yeni medya olduğunda, kurumsal yapılarla kazandırılacak okuryazarlık beceresi belirli alanlarla sınırlıdır. Bugün, erişim imkânı olan kişiler, bilgi evreninin kendisinde gezinmekte ve diğer insanların uzmanlığına pek fazla ihtiyaç duymamaktadırlar. YouTube bağlamında, okuryazar olmak, yalnızca video içeriği üretip tüketebilmek değil, aynı zamanda YouTube'un bir teknolojiler bütünü ve bir sosyal ağ olduğunu kavramayı içerir. YouTube dışındaki video paylaşım ağları da daha küçük olmalarına karşın benzer sosyal ağ özelliklerini bünyelerinde barındırmaktadır.

Daha önce de belirtildiği gibi, YouTube video paylaşım ağlarının yapısını, içerdiği uygulamaları belirleyecek düzeyde yüksek pazar payına sahiptir. YouTube'un içerdiği uygulamaların (Örneğin, yorum yapma, paylaşma, benzer ya da "ilgili" videolar, e-posta üzerinden veya diğer sosyal ağlar üzerinden videonun paylaşılabilmesi, başka site ya da uygulamalara eklenebilme, vb.) diğer video paylaşım ağlarında da bulunduğu gözlemlenebilmektedir. Bu nedenle, YouTube'la ilgili yapılan saptamalar, video paylaşım ağlarını genel olarak anlamak için yol göstericidir ve büyük ölçüde diğer video paylaşım ağlarına da genellenebilir.

Bölüm III. SÖYLEM ve NEFRET SÖYLEMİ

3.1. Söylem

Söylem kavramı ile temel olarak “dil kullanımını, yani dille yapılan iletişim” tanımlanmaktadır (Cook’dan akt. Evre, 2009:108). Biraz daha açacak olursak, bu kavram, belirli kurallar, terminoloji ve konuşmalardan oluşan sistematik dilsel düzenleri betimlemek üzerinedir (Tonkiss’den akt. Çelik ve Ekşi, 2008:100). Edibe Sözen’in söylem kavramını tanımlaması ise “söylem bir meta-eylemdir ve ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreç/lerdir. Söylem sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik alanlar gibi, sosyal hayatın tüm yönleri ile ilişkilidir” (Sözen’den akt. Çelik ve Ekşi, 2008:100) şeklindedir.

Söylem kavramının başlangıç noktası olarak dil kabul edilmektedir. Bu noktada söylem kuramları, temelde Ferdinand de Saussure’ün linguistik yaklaşımından beslenmektedir. Saussure’ün linguistik yaklaşımı, dilin gerçek dünyayı doğrudan yansıtmadığını, anlamların kültür içinde ve toplumsal oydaşma üzerinden inşa edildiği ortaya konulmuştur. “O’na göre anlamların üretimi dile dayanır. Dil ise bir işaretler sistemi olarak işler” (Hall’dan akt. Durna ve Kubilay, 2010:49).

Saussure'e göre (1974:65), göstergeler gösteren ve gösterilenden oluşmaktadır. Gösteren, göstergenin algılanan şekli olarak tanımlanırken gösterilen ise göstergenin ifade ettiği zihinsel kavramdır. Saussure, dilin karşıtlıklar aracılığıyla işlemesi nedeniyle, bir göstergenin anlam kazanmasını sağlayan unsurun diğer göstergelerden farkı olduğunu belirtir. "Anlamı belirleyen, göstergenin dışsal gerçeklikle ilgisinden çok, diğer göstergelerle ilişkisidir. Saussure bu ilişkiye 'değer' adını verir ve anlamı belirleyenin 'değer' olduğunu savunur" (Selçuk ve Şeker, 2012:27-8).

Yapısalcılığın kültürel çalışmalar üzerinde en önemli etkisi, dilin kültürel ve toplumsal hayatı anlamada çok önemli olduğunun altını çizmesidir (Larrin'den akt. Dağtaş, 1999:336) Yapısalcı yaklaşımda üzerinde durulan "gösterge" olmuştur. Toplumsal bir pratik olan anlam, "dil" aracılığı ile ortaya çıkmaktadır. "Dil ve sembolleştirme anlamın üretildiği araçlardır" (Dağtaş, 1999:337). Dil, bir işaretler sistemi olarak tanımlandığında, söylem kuramının içine göstergebilim dahil olmaktadır. "Buna göre eğer bir gösteren ve onun gösterileni arasındaki ilişki, her topluma, her tarihsel uğrağa ve her türlü bağlama göre değişiyor ve bu değişim bir anlamda toplumsal uzlaşım sistemlerine bağlı olarak ortak çıkıyorsa, tüm anlamlar tarihte ve kültürde üretiliyor demektir" (Durna ve Kubilay, 2010:49). Bu noktada kesin, değişmez, sınırları belli olan anlamlardan söz edilememektedir. Anlamlar, farklı bağlamlarda ve farklı tarihsel dönemlerde farklılaşmaktadırlar. Özne kökenli postmodernist/postyapısalcı yaklaşımlar ise anlamın izleyici tarafından yaratılmasının altını çizer. "Bu yaklaşım içinde özne, dil ve söylem

içinde oluşan, değişen, dönüşen, sürekli yapılaşma halini yansıtan bir kategori olarak ele alınmış ve her türlü özdenci açıklamalardan kaçınılmıştır” (İnal, 1996:155).

Roland Barthes, mitlerin oluşturduğu genel yapıyı dilbilimin ve göstergebilimin kavramlarıyla kuramsal açıdan değerlendirmeye çalışmıştır. Davidson’a göre, “Barthes Mitler’de objeleri metin (text), metinleri de mit olarak okumuştur. Ona göre otomobil, müzik, reklam imajları, filmler birer göstergedir” (akt. Dağtaş, 1999:350). Ayşe İnal’a göre, Barthes, *Mitler’de* ideolojinin toplumsal boyutundan ziyade, ideolojinin dil içinde kurulma biçimi ile toplumsal boyuta kıyasla daha fazla ilgilenmiş ve dili sadece sözel bir konuşma edimine ilişkin bir sistem olarak ele almıştır (1996:55).

“Barthes’ın yapısalcı dilbilimine ve kültürel çalışmalara en önemli katkısı ise düzanlam (denotation) ve yananlam (connotation) kavramlarını ele alış biçimidir” (Selçuk ve Şeker, 2012:30). Düzanlam kelimelerin doğal anlamını ifade eder. İdeolojinin anlaşılmasında Barthes’ın kullandığı anahtar kavramı ise Louis Hjelmslev’den alıp geliştirdiği yananlam’dır (Dağtaş, 1999:350). Yananlam, kişilerin duygularıyla, heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşim sonucu ortaya çıkan bir çeşit üst dildir. “Yananlam genellikle bir kültüre özgüdür ve öznel düzeyde işler” (Fiske’den akt. Selçuk ve Şeker, 2012:30).

Şekil 12. Barthes'ın Mit Çözümlemesi (akt. Dağtaş, 1999:351)

Dil		1. Gösteren (Signifier)	2. Gösterilen (Signified)	
Mit		3. Gösterge (Sign) 1. GÖSTEREN (Signifier)		II. GÖSTERİLEN (Signified)
		III. GÖSTERGE (Sign)		

Barthes'a göre mit semiyotik sistemin ikincil düzenidir. İlk sistemdeki gösterge (sign), ikinci sistemin (mitin) gösterini (signifier) haline gelir. “Yananlam nasıl gösterenin ikinci düzeydeki anlamı ise, mit de gösterilenin ikinci düzeydeki anlamıdır” (Selçuk ve Şeker, 2012:30). Barthes, birincil semiyotik düzene “dilin objesi”, ikincil düzen olan tanımladığı mite ise “meta-dil” adını verir(akt. Dağtaş, 1999:353). Barthes'ın yananlamı mit olarak adlandırmasının nedeni ise; mitin iletilmek istenen ideolojik anlamı doğallaştırması, masumlaştırıcı rol oynamasıdır. Barthes'a göre “mitin görevi tarihi doğallaştırmaktır” (akt. Dağtaş, 1999:353).

Barthes, *Mitle*'de düzanlamı masum, yananlamı ise ideolojik olarak değerlendirse de daha sonraki çalışması olan *S/Z*'de (1970) bu fikri reddetmiştir (Dağtaş, 1999:351). Barthes, *S/Z*'de her metnin okunmasını bir üretim etkinliği olarak değerlendirmiş ve böylelikle “çoklu okumanın” temelini oluşturmuştur (Dağtaş, 1999:354-5).

Barthes'ın anlamlandırma ile ilgili olarak ortaya attığı bir diğer kavram simgedir. “Bir nesne uzlaşım ve kullanım aracılığıyla bir başka şeyin yerine geçmesini mümkün kılan bir anlam kazandığında simge haline gelir. Rolls-

Royce ya da altının zenginlik ve statünün simgesi olması gibi...” (Selçuk ve Şeker, 2012:31). John Fiske (1996:123), Barthes’ın simgelerle ilgili düşüncelerinin yananlam ve mitler kadar gelişmiş olmadığını düşüncesinden hareketle metafor ve metonimi kavramlarına yönelmiş ve bu iki kavramın, iletilerin göndergesel işlevini yerine getirdiğini belirtmiştir.

Metafor ya da eğretileme bilinmeyen bir şeyi, bilinen bir şey açısından ifade etmek olarak tanımlanan metafor ya da eğretileme, benzerlik ve farklılıkları aynı anda kullanır (Selçuk ve Şeker, 2012:32). Benzerlik, araç ve anlamın zihne yerleşmesini sağlarken, farklılık da karşılaştırma yapılabilmesini olanaklı kılar. “Günlük metaforlar dikkat çekmez ve yarattıkları anlam çoğunlukla toplumun ortak duygusu haline gelebilir. Dolayısıyla gündelik metaforlar, toplumsal olarak üretilmiş, sorgulanmadan kabul edilen, doğal görülen ama aslında ideolojik olan yapılardır” (Selçuk ve Şeker, 2012:32). Metonimi (düzdeğişmece) ise parçanın bütünü temsil etmesidir. “Metonimi gerçeğin etkili bir aktarıcısıdır, çünkü temsil ettiği şeyin bir parçasıdır” (Selçuk ve Şeker, 2012:32).

Valentin Nikolaeviç Voloşinov’a göre “sözcük, göstergesel iletişimin temel-genel ideolojik biçimlerini açığa çıkarmak için bize yeterli malzeme sunar” (akt. Durna ve Kubilay, 2010:51). Voloşinov göstergeleri, dilin eklemlenmesindeki temel öge olarak görerek eklemlenmenin bağlam tarafından belirlendiğini öne sürer ve ideolojinin gösterge yoluyla üretildiğini belirtir. Voloşinov’a göre ideoloji, “anlamın maddi kaydı olan gösterge

aracılığıyla oluşur ve metinler çok aksanlıdır; farklı kişilerce farklı bağlamlarda, farklı politikalara eklemenebilir” (Dağtaş, 1999:354-5).

Saussure’ün işaret ettiği gibi gösterenle gösterilen arasındaki ilişkinin keyfiliği dilin çok vurgulu doğasından kaynaklanmaktadır. “Bu ilişkinin keyfiyeti, toplumsal ve kültürel alanda üretilen anlamların hiçbir zaman sabitlenemediği ve bu kaygan zeminin aynı zamanda öznelere konumlandırılan bir söylemsel üretime işaret ettiği gerçeğine göndermede bulunur” (Durna ve Kubilay, 2010:51-2).

Söylemi, “daha genel, tarihi ve gelişmekte olan dil uygulamaları olarak” (Potter ve Wetherell’dan akt. Çelik ve Ekşi, 2008:100) gören Michel Foucault’ya (1987) göre söylem, “insanlar, eşyalar, bilgi ve soyut düşünceler hakkında düşünmenin, onları betimlemenin, tanımlamanın ve sınıflandırmanın bir yoludur” (akt. Selçuk ve Şeker, 2012:33). Ona göre her bireyin farklı olması, bireylerin söylemlerinin de farklı olmasının temelinde yatmaktadır. Bu söylemler, iktidar ilişkilerinden bağımsız olmadığı gibi, insan grupları arasındaki iktidar/bilgi ilişkileri de söylemlerin oluşmasında belirleyiciliğe sahiptir. “Bu nedenle klasik Marksist ideoloji yaklaşımına göre iktidar ve kültür üzerine çözümlenelerde daha kullanışlı bir kavramdır” (Smith; Mills’dan akt. Selçuk ve Şeker, 2012:33).

Foucault, söylemin dolaşımında sözün yönlendirilmesi ve bu yönlendirme sırasında ortaya çıkan hiyerarşik ilişkilerden doğan iktidar

dağılımının çözümlenmesine odaklanır. “Foucault’nun iktidara ilişkin yaklaşımı, söylemin toplumsal analizde merkezi bir öneme sahip olduğu gerçeğini ortaya çıkarır” (Durna ve Kubilay, 2010:53).

Söylem, dilbiliminde bir cümleden fazla olan yazılı veya sözlü iletişim biçimi olarak tanımlanmasına karşı çoğunlukla ideoloji yerine kullanılan bir kavramdır (Erdoğan ve Alemdar’dan akt. Selçuk ve Şeker, 2012:33). Stuart Hall, ideolojiyi anlamlar çerçevesinde geçen bir mücadele alanı olarak görür ve ideolojiyle ilgili üç ögenin altını çizer:

- “İdeolojiler izole olmuş kavramlardan oluşmaz. İdeolojiler farklı öğelerin, farklı anlamlar setine eklemlenmesinden oluşur.
- İdeoloji önermeler bireyler tarafından yapılır, ancak ideolojiler bireysel bilincin ya da niyetin ürünü değildir, aksine niyetler ideoloji içinde oluşur.
- İdeolojiler özneleri (bireysel-kolektif) oluşturarak çalışır” (Larrin’dan akt. Dağtaş, 1999:337).

Antonio Gramsci “devletin ve yönetici sınıfın sivil toplum içindeki inançları düzenleme yetisi” olarak tanımladığı hegemonya kavramı üzerinden, gazeteci ya da papaz gibi toplumdaki bazı meslek gruplarının, var olan sınıfsal konumların üzerini örtmek için milliyetçi ve ortak düşünüşün görünümünü birleştiren hegemonik bir ideoloji yaydığını belirtmiştir” (Selçuk ve Şeker, 2012:22). Bu açıdan Gramsci, ideolojiyi farklı sınıfları birbirine bağlayan bir yapı olarak tanımlamıştır.

Louis Althusser'e göre medya, kilise, okullar gibi kurumlar devletin ideolojik aygıtlarını oluşturmaktadır. Bu kurumlar, toplumun doğası ve örgütlenmesine ilişkin yanılsamaları yaymakta, insanların toplumla ve yaşadıkları yerele ilgili yanlış veya tasarımılanmış kavramlara sahip olmalarına sebep olmaktadır. Althusser ideolojiyi, "bireylerin varoluşlarının gerçek koşullarıyla kurdukları hayali ilişkiler" şeklinde tanımlamıştır (Selçuk ve Şeker, 2012:25). İdeoloji insanları özneler olarak konumlandırarak kendilerini özerk, kendi başlarına karar verebilen bireyler olarak algılamalarını sağlar. "Oysaki kendisini bağımsız birey zanneden özneler aslında toplumsal süreç tarafından oluşturulmuştur ve devletin ideolojik aygıtları tarafından kendi varlık koşullarıyla hayali ilişkiler kurması sağlandığı için bağımsız bir birey olduğuna inanmaktadır" (Stevenson'dan akt. Selçuk ve Şeker, 2012:25-6).

Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe ise söylemi hem dili hem de dil dışı olanı barındıran bir bütünsellik olarak ele alırlar. Bu bakımdan dilin yanı sıra toplumsal olguları da kapsar (Laclau ve Mouffe'dan akt. Durna ve Kubilay, 2010:55). Laclau ve Mouffe, toplumsal olguların dil ile aynı ilkelerden hareketle düzenlendiğini, bu nedenle dil ile olguları bir bütün olarak kavramak gerektiğini düşünürler. Laclau ve Mouffe'a göre toplumsal alandaki tüm politik mücadeleler, talepler ve kimlikler söylem sayesinde var olurlar. "Bir toplumsal talebin mutlaklaşması toplumsal alandaki dil ve anlamlandırma sisteminin açık niteliğinden dolayı mümkün olmaz. Her türlü kimlik ve toplumsal talep,

hegemonik performansını diğer kimlikler ve taleplerle kurduğu eşdeğerlilik zincirine borçludur” (Durna ve Kubilay, 2010:57). Toplumsal taleplerin ve kimliklerin, söylemde ortaya çıkması, söylemi bir mücadele alanı haline getirmektedir.

Teun A. van Dijk’a göre ise söylem, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde büyük öneme sahiptir (2010:13). van Dijk, söylemi konuşmaya dayalı etkileşim, yazılı metin, işaretler, kaplamalar, tipografik düzen, imgeler ve anlamlandırmanın diğer semiyotik veya multimedya boyutlarını içeren bir iletişim etkinliği olarak tanımlamaktadır (Meyer, 2001:20).

van Dijk’a göre, bireylerin eylemlerini denetlemek, söylemlerini de denetlemek anlamına gelmektedir. Toplumsal denetimin sağlanması, söylemin denetlenmesinden veya söylemin doğrudan üretilmesinden geçmektedir. “Bu yüzden, toplumda iktidarı kontrol etmenin bir yolu da yalnızca, bu tür söylemi ya da eylemi değil, aynı zamanda, bizim metin ya da konuşma olarak adlandırdığımız spesifik söylem uygulamalarını da denetim altında tutmaktır” (2010:13).

van Dijk, söylemin yalnızca metin olarak düşünülmemesi gerektiğini, bağlamın da dikkate alınması gerektiğini belirtir. Çünkü söylem, ancak bir bağlam içinde anlam kazanabilir. Bu nedenle söylemin kontrol edilebilmesinin ön koşulu bağlamın kontrol edilmesi, değerlendirilmesidir. van Dijk, bağlamı

“sosyal bilimler, dilbilim ya da geleneksel söylem analizinden edindiğimiz bilgilere göre bağlam, insanların, bir şeyin toplumdaki yerine atıfta bulunmaları ile oluşan bir olgu” olarak tanımlamakta, ancak kendisinin bağlam konusundaki bakış açısının yaş, milliyet, iktidar gibi sosyal etmenlerin birbirlerine doğrudan bağlı olduğu bir yapı içermediğini belirtmektedir (van Dijk, 2010:14). Ona göre bağlam, herkesin kendi zihninde gerçekleştirdiği, öznel bir yorumlama pratiğidir. Bir olayın yorumlanması, yalnızca metni oluşturan sözcükler ve yorumların dikkate alınması ile değil, küresel anlamın da dikkate alınması ile mümkün olmaktadır.

Kamusal, politik, medyatik ve akademik söylemleri kontrol eden kişiler, sembolik seçkinler olarak tanımlanmaktadır. Bu söylemlerin “kamusal söyleme hakim olması, bizim “semantik makro yapılar” ya da basit bir şekilde “konular” olarak adlandırdığımız metinlerin aslî özelliklerini bu insanların kontrol ettikleri anlamına gelir” (van Dijk, 2010:19). Bu noktada, kontrol gücü, metin içinde yer alan konuları kontrol edebilirlikle doğru orantılıdır. Alımlama ve yorumlama bireylerin zihinsel modelleriyle bağlantılıdır. Bu nedenle kişinin sahip olduğu ideoloji ya da önceki deneyimleri zihinsel modelin oluşumunda belirleyici role sahiptir.

Özellikle genellemeler, tutum olarak adlandırılan davranış biçimini üreten zihinsel modellerin oluşmasında önemli role sahiptir. “Tutumlar, diğer insanlarla ortaklaşa bir şekilde sahip olduğumuz davranışlardır” (van Dijk, 2010:26). Genellemeler, anlatılan hikâyenin, kişisel bir yorum ya da deneyim

veya istisna olmadığını ifade ederler. Genellemeler, önyargıları da besleyen temel unsurlardan biridir. İnsanlar, önyargılar barındıran metinlerdeki söylemlere bakarak kendilerine özgü zihinsel modelleri oluşturmaktadırlar. Bu noktada, başka bir bilgi, karşı ideoloji ya da karşı söylemin olmadığı durumlarda, insanlar, önyargılı zihinsel modeller oluşturmakla kalmayıp, önyargıya dayanan tutumlar da yapılandırmaktadırlar (van Dijk, 2010:27).

Söylem, insanların zihinleriyle arasındaki bağlantı nedeniyle önemlidir. Bu nedenle, söylemin üretilmesi edimi, yalnızca herhangi bir eylemin denetim altında tutulmasının ötesindedir. Çünkü zihinler ideolojileri, ideolojiler de tutu, davranış ve söylemsel pratikleri biçimlendirebilmektedirler. Bu nedenle de bu tez çalışmasında “söylem” konusu asli önem taşımaktadır.

3.2. Söylem Analizi

Söylem analizi⁶¹, içinde farklı kuramsal kaynakları, yaklaşımları ve yöntemleri barındıran nitel bir araştırma yaklaşımıdır. “Kuramsal köklerini Antik Yunan’daki retorik çalışmalarına kadar götürmek mümkün olmakla birlikte, eleştirel söylem analizinin çağdaş anlamda ortaya çıkışı, 1970’lerdeki Eleştirel Dilbilimi çalışmalarına denk düşmekte ve özellikle Teun A. van Dijk,

⁶¹ Eleştirel Söylem Analizi, Ruth Wodak’ın geliştirdiği yöntemle denilmektedir. Ancak van Dijk’in uyguladığı söylem analizi de, söylemin iktidar ilişkileri ve ideolojiler ile olan bağlantısını incelemesi nedeniyle eleştireldir. Bu nedenle literatürdeki pek çok kaynakta van Dijk’in söylem analizi de “eleştirel söylem çözümlemesi” adı altında incelenmektedir. Ancak bu çalışmada, van Dijk’in kullandığı biçimiyle “Söylem Analizi” ifadesi kullanılacaktır.

Norman Fairclough ve Ruth Wodak gibi önde gelen kuramcılarla disiplinlerarası veya çok-disiplinli bir yaklaşım olarak belirginlik kazanmaktadır” (Evre, 2009:134-5). Söylem analizi, dili, toplumdaki etkileri bakımından ele alarak, biçime dayalı dilbilimsel analizden farklılaşmakta, dilbilimsel analiz ile toplumsal analiz arasında bir bağ kurmaktadır. Söylem analizine göre, söylem, “toplumsal pratiğin bir biçimi olarak dilin sözel veya yazılı kullanımı olarak kavramaktadır” (Fairclough ve Wodak, 1997:55 akt Evre, 2009:135).

Söylem analizinin “eleştirel” olma özelliği, Frankfurt Okulu ve Habermas’ın fikirleri ile eleştirel dilbiliminden gelmektedir. “Habermas’a göre eleştirel bir bilim öz-düşünümsel (*self-reflective*) olmak, yani dayandığı şeyin çıkarlarını yansıtmak ve etkileşimlerin tarihsel bağlamını dikkate almak zorundadır” (Evre, 2009:135). Dilbilimdeki eleştirel yaklaşım ise, dilbilim ile toplumsal yapı arasında güçlü bir bağ bulunduğunu belirtmektedir (Titscher vd.’den akt. Evre, 2009:135).

van Dijk’a göre, söylem analizinin temel alanı iktidarın kötüye kullanımı ve bundan kaynaklanan adaletsizlik ve eşitsizliklere ilişkin söylemsel boyutlardır. Buradan hareketle van Dijk, söylem analizinin tahakküm ve eşitsizlik gibi toplumsal sorunlarla ilgilenmesi ve bu sırada, politik bir nitelik taşıması gerektiğini ifade etmektedir. Toplumsal sorunların, karmaşık ve çok çeşitli sorunlar olması nedeniyle, farklı disiplinlerden yararlanılarak çok-disiplinli bir yaklaşım benimsenmeli ve diğer taraftan, siyasal seçkinlerin

eşitsizlikleri nasıl uygulayıp sürdürdükleri veya meşrulaştırdıkları eleştirel olarak analiz edilmelidir (van Dijk'tan akt. Evre, 2009:136-7). Burada “‘tahakküm’ kavramı, toplumsal iktidarın elitler, kurumlar veya gruplar tarafından, toplumsal eşitsizliğe yol açacak biçimde kullanılması”nı ifade etmektedir” (Evre, 2009:139).

Söylem analizi, tahakkümün yeniden üretilme sürecinde metin, konuşma, sözlü etkileşim ve/veya iletişimin yapı veya özelliklerini analiz etmekle ilgilidir ve bu amaçla söylem yapılarına odaklanır. van Dijk'ın kendi ifadesiyle söylem analizi, “söylemin, tahakkümün (yeniden) üretilmesinde veya tahakküme meydan okunmasında oynadığı role” odaklanmaktadır (van Dijk'tan akt. Evre, 2009:139).

Toplumsal aktörler olarak dil kullanıcıları iki biliş türüne sahiptirler. Bunlardan ilki, anılar, bilgi ve kanaatler gibi kişisel biliş, diğeri ise, grup üyeleriyle paylaşılan toplumsal biliştir. Bu iki biliş, bireylerin etkileşim ve söylemini etkilerken, paylaşılan toplumsal biliş, bir grubun ortak eylemlerinde etkili olmaktadır (van Dijk, 2001:354 Evre, 2009:140). Kuramsal yaklaşım olarak van Dijk, söylem, biliş (*cognition*) ve toplum arasında bağlantı kurmaktadır. Bu yaklaşım, iktidarın kötüye kullanımı, tahakküm, eşitsizlik gibi alanlarda toplumsal ve siyasal bağlamda değerlendirilen söylemleri incelemeyi içermektedir ki onu farklı kılan da söylem analizine getirdiği bu biliş yaklaşımıdır.

van Dijk, bireylerin toplumsal eylemler ve etkileşimler sırasında önemli rol oynayan zihinsel temsillerini “modeller” adı altında kavramlaştırmaktadır. Bu noktada van Dijk, söylemi toplum gibi geniş bir bağlamda ele almakta ve grup üyeliğinden gelen biliş ile ideolojilerin söylemi değerlendirme eylemi sırasında yönlendirici olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla modeller, bireylerin nasıl davranacağını ya da söylemsel pratikler ortaya koyacağını veya toplumsal pratikleri nasıl anlamlandıracağını belirler (Ülkü, 2004:375 ve van Dijk; Sheyholislami’den akt. Durna ve Kubilay, 2010:70).

Modellerin önemi, söylemlerde ortaya çıkan boşlukların doldurulması sürecinde daha da önemli bir noktaya ulaşmaktadır. Bu noktada, anlamlandıran kişinin gerçekleştirdiği eylem, parçaları bir konu bütünlüğü dahilinde birleştirmektir. Bu bilgiler, kalıplaşarak senaryolar halinde zihinde temsil edilmeye başlar ve uzun süreli bellekte tutulup, gerekmesi halinde de yeni söylemsel pratiklerde aktif olarak kullanılmaktadırlar (Ülkü, 2004:377). “van Dijk, zihinsel temsillerin en çok ‘biz-onlar’ karşıtlığı biçimine eklenildiğini ifade etmektedir” (Durna ve Kubilay, 2010:70).

van Dijk’a göre, tahakkümün yeniden üretilmesi, yalnızca metin ve/veya konuşma ile değil, grup üyelerinin paylaştıkları zihin temsillerinin de etkisiyle gerçekleşmektedir. Diğer bir deyişle söylem ile toplum arasında toplumsal biliş yer almaktadır. Söylemlerin bireyler tarafından üretilip yorumlanabilmesinin önkoşulu toplumsal olarak paylaşılan bilgi ve inançlardır. van Dijk, hem söylemlerin toplumsal yapıları etkileyebilmesinin,

hem de toplumsal yapıların söylemi etkileyebilmesinin altında toplumsal bilişin olduğunu ve bunun iki yönlü işlediğini belirtmektedir (akt. Evre, 2009:141). Diğer bir deyişle metin ve konuşma, toplumsal temsillerin üretilmesinde de, kullanılmasında da, değiştirilmesinde de etkilidir.

Söylem analizini daha çok haberler üzerine gerçekleştiren van Dijk, haberleri bir tür (*genre*) olarak değil, bir söylem olarak ele alır ve toplumdaki egemen söylemlerin bir ürünü olarak görür (İnal, 1996:67). Bu nedenle iktidar ve tahakküm ilişkilerini çözümlmek amacıyla, söylem analizinde makro ve mikro olmak üzere iki yapı üzerinden ilerletir (Durna ve Kubilay, 2010:68).

Makro yapılar, tematik ve şematik analiz olmak üzere iki boyutta ele alınır. Tematik analize dahil olan alanlar, haber başlıkları (üst başlık, başlık, alt başlık), haber girişi ve spotlardan oluşur. Tematik yapı, haberin içeriğinin anlamıyla ilgili bilgileri verir. Bu noktada, başlıkların birbirleriyle ve haber metniyle olan ilişkisi sorgulanır, başlık ve haber metninin içerdiği bilgiler açısından uzunluğu dikkate alınır (İnceoğlu ve Çomak, 2009:31; Durna ve Kubilay, 2010:68).

Tematik yapı, bir söylemin birden fazla temadan oluşabilmesinden temellenir ve temalar söylem içinde yapılandırılmıştır. Tematik analizde analizin odaklandığı alanlarda incelenebilecek, enformasyon eksiltimi, genelleştirme ve kurgulama olmak üzere üç öğeye bakılabilir. Bu öğeler, haberin özetlenmesini sağlarken haberin ana fikrini de iletirler. Enformasyon

eksiltimi, özellikle başlıklarda, yer, dönem ya da zaman gibi bilgilerin verilmemesidir. Genelleştirme, özne veya nesnelere kategorilerine indirgenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Kurgulama ise, genelleştirmeye benzetmekle birlikte özne veya nesnelere ziyade eylemlere yöneliktir. (Özer, 2009:93-4).

Şematik yapı ise, durum ve yorumlara odaklanır. Temel ölçütleri, arka plan bilgisi, bağlamsal bilgi, olayın gerçekleştiği ve haberin verildiği tarihler, sonuçlar ve haber kaynaklarıdır. Durum bölümünde, incelenen hikâye örgüsüdür. Durumla ilgili verilen bilginin eksiksiz olup olmadığına bakılarak ortaya çıkmış olayın işleniş biçimi ve sonuçları incelenir. Arka plan bilgisinin verilmesiyle, olayın toplumsal ve politik yönü ortaya konulabilir. Şematik yapının diğer alanı olan yorum bölümündeyse, haber kaynakları ile haberdeki olayın taraflarının sözlü tepkileri incelenir (van Dijk, 1988a; 1988b akt Durna ve Kubilay, 2010:68). Böylece makro yapı analizi, haberin sunumuna ilişkin biçimsel bilgileri ortaya koyar.

Mikro yapı çözümlenmeleri cümle ve kelimelere odaklanmaktadır. Cümlelerde, basit ya da karmaşık olma durumu, aktif ya da pasif olarak kurulmuş olması, zamansal fiil çekimi gibi unsurlara bakılmaktadır (İnceoğlu ve Çomak, 2009:31-2; Durna ve Kubilay, 2010:68). Arka arkaya gelen cümlelerin ve cümleciklerin birbirleriyle olan ilişkileri, bölgesel uyum olarak incelenmektedir. “*Nedensel ilişkide* cümle içinde nedensel bağlar aranmaktadır; *işlevsel ilişkide* genel ifadeli bir cümlenin açılımının bir sonraki

cümlede yer alıp almadığı kontrol edilmektedir. Bunlarda uygun anlatım, özetleme, zıtlık ve örnekleme yapılıp yapılmadığına bakılmaktadır... *Kavramsal/referansal ilişkilerde* ise, bir cümlede yer alan bir kavramla sonraki cümle arasındaki 'kayıp bağlar'ın kurulup kurulmadığına bakılmaktadır" (Özer, 2009:91).

Sözcük ve sözcük öbeklerinin seçimi, ideolojik yapılanmayı göstermeleri bakımından önemlidir. Diğer bir deyişle sözcük seçimi, toplumsal aktörler hakkındaki temel inanç ve ideolojileri yansıtabilmektedir (van Dijk'tan akt. Özer, 2009:92). Mikro yapı çözümlemesinde yer alan bir diğer unsur da retoriktir. Retorik, fotoğraf, resim, rakamsal veriler ile uzman ve/veya tanıklardan yapılan alıntılarını kapsayarak haberin inandırıcılığının sağlanmasında rol oynamaktadır.

Fotoğraflar, retorik unsurlar olmalarının yanı sıra, makro yapılarda yer alan tematik yapı unsuru olarak da ele alınabilmektedir (Özer, 2009:91-7). Görsel metinlerde, gösterenler imgelerdir. Haberlerdeki imgelerin kurgusal olduğu alımlayıcı tarafından da bilinmektedir. "Haberde görsel imge, diğer bir deyişle haberin kullandığı göstergeler içinde oluşan gösterenler, göndergeye dönüşür. İzleyici, gösterenlerle değil, göndergenin kendisi ile karşı karşıya olduğunu varsayar, buna inanır, ve sorgulamaz. Bu özelliği ile görsel medya haber metinleri, okuyucunun gerçeklikle girdiği oyunu asla bozmaz, tersine pekiştirir" (İnal, 1996:104). Ömer Özer, bu değerlendirmenin gazetelerde kullanılan fotoğraflar için de geçerli sayılabileceğini belirtmektedir (2009:96-

7). Bu izlekte, aynı değerlendirme video paylaşım ağları üzerinden dolaşıma sokulan videolardaki hareketli veya hareketsiz görüntüler için de benimsenmiştir.

Özer, van Dijk'ın söylem analizi modelini tablolaştırarak aşağıdaki gibi açıklamaktadır (2009:92-3):

Tablo 3. van Dijk'ın söylem analizi

<p>A. Makro Yapı</p> <p>1. Tematik Yapı</p> <p>a. Başlık/lar</p> <p>b. Haber Girişi</p> <p>1. <i>Spot/lar</i></p> <p>2. <i>Spot olmadığında haber metninin ilk paragrafı alınmalıdır. Haber tek paragraftan oluşuyorsa ilk cümle haber girişi olarak alınabilir.</i></p> <p>c. Fotoğraf</p> <p>2. Şematik Yapı</p> <p>a. Durum</p> <p>1. <i>Ana Olayın Sunumu</i></p> <p>2. <i>Sonuçlar</i></p> <p>3. <i>Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)</i></p> <p>4. <i>Bağlam Bilgisi</i></p> <p>b. Yorum</p> <p>1. <i>Haber kaynakları</i></p> <p>2. <i>Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar</i></p> <p>B. Mikro Yapı</p> <p>1. Sentaktik Çözümleme</p> <p>a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması</p> <p>b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması</p> <p>2. Bölgesel Uyum</p> <p>a. Nedensel ilişki</p> <p>b. İşlevsel ilişki</p> <p>c. Referansal ilişki</p> <p>3. Kelime Seçimleri</p> <p>4. Haber Retoriği</p> <p>a. Fotoğraf</p> <p>b. İnanırcı bilgiler</p> <p>c. Görgü tanıklarının ifadeleri</p>
--

van Dijk, söylem analizi yapmanın kesin hatlarla çizilmiş tek bir yolu olmadığını belirtmekte ancak söylem analizi sırasında aşağıdaki noktalara özen gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır:

- a) “Söylemin bağlamını incelemek
- b) Hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve ihtilafların bulunduğunu çözümlmek,
- c) Biz ve onlar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri ortaya çıkartmak,
- d) Önavsarımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak
- e) Kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek” (van Dijk’tan akt. Durna ve Kubilay, 2010:71)

Her ne kadar van Dijk söylem analizini çoğunlukla haber metinleri üzerinde gerçekleştirmiş olsa da, diğer metin türlerinde de van Dijk’ın söylem analizi yönteminin kullanılabileceği görülmektedir. Bu bakımdan van Dijk’ın yönteminin tür odaklı değil metin odaklı olması ve katı standartlar barındırmaması, yöntemin farklı metin türlerine uygulanabilmesine olanak sağlamaktadır.

3.3. Nefret Söylemi

Nefret söyleminin ne olduğunu tanımlayabilmek için öncelikle nefretin nasıl bir his olduğunu açıklamak yerinde olacaktır. Kenan Çayır, “nefret duygusu insanda vardır. Örneğin ıspanağı deneyip sevmeyen bir insan ‘ıspanaktan nefret ediyorum’ diyebilir. Nefret edebilir. Ancak nefret, bir ideolojinin parçası olduğunda, insanlar kendilerini ve ötekini, ideolojinin belirlediği bir bağlamda konumlandırmaya başlarlar. Nefret, bir kimliğin parçası olduğunda, o kimlik kendisini nefret edilen gruptan bağımsız olarak tanımlayamaz” (2010:48) tespitinde bulunmaktadır. Şu halde, nefret söylemi ile bir duygu olarak nefreti birbirinden ayırmak gereklidir.

Nefret söyleminin yaygın bir biçimde kabul edilen tanımlaması, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından 1997 yılında yayınlanan “nefret söylemi” konulu 97(20) sayılı Tavsiye Kararı’nda yer alan tanımlamadır. Bu tanımlamaya göre “Nefret söylemi” kavramı, ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsayacak şekilde” (Weber, 2011:3) ele alınmaktadır. Bu kararın bir tavsiye kararı olduğunun, herhangi bir devlet için bağlayıcı hüküm içermediğinin de altı çizilmelidir. Nefret

söylemi ve nefret söylemi türleriyle ilgili olarak ortaya çıkmış ve üzerinde uzlaşmış tek bir tanımlama bulunmamaktadır (Karan, 2012:82).

Nefret söyleminin ortaya çıkması, daha önce de tartışıldığı gibi dilsel pratikler üzerinden gerçekleşebilmektedir. Bu dilsel pratikler, kaba, sert, kışkırtıcı, küfürlü, küçümseyici, argo, alaycı, kural dışı ya da sıra dışı, saldırgan, ayrımcı, öfkeli, kızgın ve etiketleyici sözcük kullanımlarını içermektedir. Bu sözcük kullanımlarının altında yatan temel unsur ötekileştirme'dir. Ötekileştirme ile "öteki" addedileni tanımlayabilmek için "öteki olmayan"ı yani "biz" olanı tanımlamak gerekmektedir. "Biz"; "Türk", "erkek", "heteroseksüel", "Müslüman", "Sünni" olarak tanımlandığında, "ötekiler" in de kimler olduğu rahatlıkla ortaya çıkmaktadır (Somay, 2004:31).

Nefret söylemi özellikle *stigma* – etiket mekanizmasını kullanır. Erving Goffman'a göre (1963), *stigma* yani etiket, kişinin kendisini diğer kişiler tarafından istenmeyen, beğenilmeyen, kabul görmeyen biri olarak hissetmesine yol açmaktadır. *Stigmatizasyon* (etiketleme), önyargılarla bağlantılı biçimde, toplumun bazı gruplara karşı tavır alması ve hatta bu grupları toplumdan dışlamasına kadar gidebilen davranışların tümüdür. *Dışlanma*, ayrımcılığın ortaya çıkmasına, ayrımcılık da toplumda yer alan bazı kişi ya da gruplar için hak kayıplarına sebep olabilmektedir. *Stigma*, ırksal, etnik, cinsiyetçi veya dinsel bir gruba takılan olumsuz etiketler olarak özetlenebilmektedir. Erol Mutlu da Goffman'dan hareketle *stigma*'yı, "bir

bireyi ayırdeden ve onu grubun diğer üyelerinden ayıran olumsuz bir tanımlayıcı özellik olarak ifade etmektedir. Örneğin bedensel biçim bozukluğu, aşırı çirkinlik, geçmişte bir zihinsel hastalık, vb.” şeklinde tanımlamaktadır (Mutlu, 1995:242). *Önyargı*, ayrımcılık, stereotipler ve stigma, nefret söyleminin üretimindeki temel araçlardır. Nefret söyleminin üretilmesinde, bu araçların hepsi bir arada bulunabileceği gibi, içlerinden yalnızca bazılarının kullanılması da olanaklıdır.

Nefret söylemi, görüşü veya grup aidiyeti (etnik, dinsel, cinsel kimlik, vb.) farklı olan bireyleri susmaya, içe kapanmaya ve dolayısıyla görünmez olmaya yönlendirir. Bu duruma, Elisabeth Noelle-Neumann'ın suskunluk sarmalı kuramı (1974) üzerinden bakıldığında, nefret söylemi içeren medya metinlerinin, toplumdaki görüş çeşitliliğini baskıladığı söylenebilmektedir (Maigret, 2011:255-7). Böylelikle nefret söylemleri üzerinden “istenmeyen” olarak duyurulan görüşler ve gruplar kendilerini ifade etmekten çekinmeye başlayarak sessizleşirler. Böylelikle nefret söylemi, toplumu tek-tipleşmeye, farklı olanın görüşlerini, düşüncelerini ve yaşam tarzlarını bastırmaya zemin hazırlayan araçlardan biridir.

Genel olarak nefret söylemi türleri “siyasal”, “kadınlara yönelik”, “yabancılara ve göçmenlere yönelik”, “cinsel kimlik temelli”, “inanç ve mezhep temelli” ve “engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik” şeklindeki yedi başlık

altında gruplanabilmektedir (Binark ve Çomu, 2012). Bu başlıkları kısaca açıklayacak olursak,

- **Siyasal Nefret Söylemi:**

Siyasal bir düşünceyi ve bu düşüncenin takipçilerini hedef alan nefret söylemidir. Bazen bir ideolojinin tamamını, bazen yalnızca bir veya birkaç siyasi partiyi, bazen ise çok daha küçük grupları hedef alabilmektedir.

- **Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi:**

Temelde cinsiyetçi ifadelerin kullanılmasıdır. Aşağılama amaçlı bu ifadelerde kadının konumunun ikincilleştirildiği bir söylem oluşturulmaktadır.

- **Yabancılara ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi:**

Yabancıları, göçmenleri ve/veya etnik grupları hedef alabilmektedir. Türkiye’de ve dünyada ekonomik nedenlerle üretilmiş örnekleri sıklıkla görülmektedir. Ayrıca bu nefret söylemi ırkçılıktan da beslenmektedir. Farklı etnik grupları toplumda korku, kaygı kaynağı olarak konumlandırmakta ve “düşman” olarak işaretlemektedir.

- **Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi:**

Heteroseksüel cinsel kimlik dışındaki cinsel kimliklere sahip kişileri hedef alan nefret söylemidir. Temel olarak geyleri, lezbiyenleri, biseksüelleri, travesti ve transseksüelleri hedef alarak, bu cinsel kimlikleri ”sapkın”, ”iğrenç” olarak etiketler.

- **İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi:**

Farklı dinlere ve mezhep aidiyetlerine yönelik üretilmektedir. Türkiye’de ve dünyada farklı örnekleri sıklıkla görülmektedir. Türkiye’de Müslümanlık dışındaki dinlerin yanı sıra, hakim konumlanan/konumlandırılmış Sünni mezhebi dışındaki tüm mezheplere, başta Aleviliğe yönelik üretilmektedir.

- **Engellilere ve çeşitli Hastalıklara yönelik Nefret Söylemi:**

Fiziksel veya zihinsel engellilere ya da bazı hastalıklara sahip kişilere yönelik üretilmektedir. Türkiye’de görülme sıklığı giderek artmaktadır. Kaynağı, sosyal ve/veya ekonomik olabildiği gibi bunlardan tamamen bağımsız da olabilmektedir. (Binark ve Çomu, 2012)

Bu noktada, nefret söyleminin çoğunlukla hedefinin “biz” dışında kalanlar olduğu hatırlanarak, pek çok örnekte farklı nefret söylemi türlerinin bir arada görülebildiği de göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin ifade etmek istediği yabancı düşmanlığı olan bir içerik, bu amaç için cinsel kimlik temelli nefret söylemi de üretmektedir. Eser Köker ve Ülkü Doğanay da bu durumu “Zira ayrımcılığa yol açan ırkçılık, cinsiyetçilik ve milliyetçilik söylemleri hem birbirleri ile hem de kendi içlerinde öylesi eklektik bir biraraya gelme ve etkileşim döngüsü kurmaktadır ki, birini diğerinden ayıran sınırlar çoğu zaman belirsizleşmektedir” şeklinde belirtmektedirler (Köker ve Doğanay, 2010:3).

Nefret suçu, nefret söylemi ile sıklıkla karıştırılabilmektedir. Belki de her iki kavramın da literatürde görece yeni olmasının ve bu nedenle yapılan çalışmaların da çoğunlukla yakın tarihli olmasının, bu karmaşıklığın ortaya çıkmasında etkisi vardır. Her ne kadar bu çalışmanın konusu doğrudan nefret suçları olmasa da, nefret suçlarının ne olduğunun saptanması yararlı olacaktır. Nefret suçları, OSCE (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı – AGİT) tarafından “Mağdurun, mülkün ya da işlenen bir suçun hedefinin, gerçek veya hissedilen ırk, ulusal ya da etnik köken, dil, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engellilik, cinsel yönelim veya diğer benzer faktörlere dayalı olarak benzer özellikler taşıyan bir grupla gerçek ya da öyle algılanan bağı, bağlılığı, aidiyeti, desteği ya da üyeliği nedeniyle seçildiği, kişilere veya mala karşı suçları da kapsayacak şekilde işlenen her türlü suçtur” şeklinde tanımlanmaktadır (akt. Alğan ve Şensever, 2010:6). Buradan hareketle, nefret suçunun ortaya çıkabilmesi için, yasada adı özel olarak “nefret suçu” olarak geçmese dahi, ceza yasasında düzenlenmiş bir eylemin ortaya çıkması ve ortaya çıkan bu suçun nefret saikiyle işlenmiş olması gerekmektedir. OSCE bölgesinde 2008-2010 yılları arasında kayıtlara geçmiş ve haklarında işlem başlatılmış nefret suçlarına bakıldığında, Türkiye’de 2008 yılında 258, 2009 yılında 250 ve 2010 yılında 330 davanın açıldığı; 2008 yılında 97, 2009 yılında ise 242 davanın sonuçlandırıldığı görülmektedir.⁶²

⁶² OSCE tarafından yapılan bu çalışmada, katılımcı devletlerin bazıları rakamsal verileri kendileri verirlerken, bazı ülkelerle ilgili veriler sivil toplum örgütleri tarafından iletilmektedir. Türkiye’deki sayılar sivil toplum örgütlerinin ilettiği verilerden oluşturulmuştur. OSCE bölgesindeki karşılaştırmalı tablo için bkz. EK 1.

Ancak belirtilmelidir ki sonuçlanan bu davalardan kaçında davalının nefret suçu faili olduğunun hükme bağlandığı bilinmemektedir.

Nefret söyleminin sınırlandırılması düşüncesi, beraberinde ifade özgürlüğü tartışmalarını da getirmiştir. Tartışmaların temel eksenlerinden biri, herhangi bir ifade ya da söylem biçiminin yasaklanmasının, farklı devletler tarafından farklı amaçlarla farklı söylem ya da ifadeleri sınırlandırma girişimine ulaşıp demokratik ölçüt ve değerlerin zarar görebilme olasılığıdır. “Nefret söyleminin insan haklarını, eşitliğin, çeşitliliğin reddi ve hakların ortadan kaldırılmasına yönelik bir çaba olarak değerlendirilmesiyle bu gerekçe kısmen ortaya konulabilir” (Karan, 2012:82). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin (AİHS) ifade özgürlüğünü düzenleyen 10. maddesinin 1. fıkrası şöyledir: “Herkes görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahaleleri ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine bağlı tutmalarına engel değildir.” Ancak Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’nin oluşturduğu içtihat, nefret söyleminin sınırlandırılabilceği yönündeki yasal düzenlemeleri, 10. maddede yer alan ifade özgürlüğü kapsamı dışında değerlendirmektedir. Dolayısıyla AİHS’ye taraf pek çok devletin yasalarında nefret söylemi ve/veya ırkçılıkla ilgili düzenlemeler bulunmaktadır (Küzeci, 2007:81). Türkiye’deki yasal düzenlemelere bakıldığında, öncelikle ayrımcılığı düzenleyen Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) 122. maddesi görülmektedir. Bu madde,

“–Kişiler arasında dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım yaparak;

a) Bir taşınır veya taşınmaz malın satılmasını, devrini veya bir hizmetin icrasını veya hizmetten yararlanılmasını engelleyen veya kişinin işe alınmasını veya alınmamasını yukarıda sayılan hâllerden birine bağlayan,

b) Besin maddelerini vermeyen veya kamuya arz edilmiş bir hizmeti yapmayı reddeden,

c) Kişinin olağan bir ekonomik etkinlikte bulunmasını engelleyen, Kimse hakkında altı aydan bir yıla kadar hapis veya adlî para cezası verilir” (Resmi Gazete, 2004) şeklindedir.

Ayrımcılığı karşı bir diğer yasal düzenleme, TCK'nın 216. maddesidir:

“(1) Halkın sosyal sınıf, ırk, din, mezhep veya bölge bakımından farklı özelliklere sahip bir kesimini, diğer bir kesimi aleyhine kin ve düşmanlığa alenen tahrik eden kimse, bu nedenle kamu güvenliği açısından açık ve yakın bir tehlikenin ortaya çıkması halinde, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

(2) Halkın bir kesimini, sosyal sınıf, ırk, din, mezhep, cinsiyet veya bölge farklılığına dayanarak alenen aşağılayan kişi, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

(3) Halkın bir kesiminin benimsediği dinî değerleri alenen aşağılayan kişi, fiilin kamu barışını bozmaya elverişli olması hâlinde, altı aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır”.⁶³

TCK'nın 216. maddesi benzeri kanunlar, çok sayıda devletin yasal mevzuatında bulunmaktadır. Diğer taraftan bu yasanın, Avrupa Birliği uyum sürecinde nefret söylemi ve ayrımcılığa karşı hazırlanmış olduğu da belirtilmelidir (Kaymak, 2010:267). İçerik olarak, nefret söylemi ve nefret suçlarını büyük oranda önleme gücüne sahip en uygun yasal düzenleme olarak görülmektedir. Yasanın uygulanmasındaki sorunlarla ilgili olarak Ayşe Kaymak şu tespiti yapmaktadır:

TCK'nın 216. maddesindeki düzenleme içerik olarak nefret suçunu önlemeye en uygun yasal düzenlemedir. Bu nedenle yukarıda da dile getirildiği gibi, kimi hukukçular bu maddenin gerekçesi ve asıl amacına yakışır bir biçimde uygulanması halinde, nefret suçlarının büyük oranda önlenebileceğini düşünmektedirler. Şüphesiz uygulanmasında yaşanan sorunların en temel nedenlerinden biri, resmi devlet ideolojisinin yargı pratiğinde oluşturduğu gelenektir. *Devlet Güvenlik Mahkemelerinden Özel Yetkili Ağır Ceza Mahkemelerine* evrilen süreçte, “devletin bekâsını korumak” ilkesi, hâkim ve savcılarının kendilerine yükledikleri asli bir görev olarak değişmeden kalmıştır. Hakim ve savcılarının kendilerini biçtikleri bu misyon olduğu yerde durdukça,

63

<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/10/20041012.htm/20041012.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/10/20041012.htm> (Erişim: 10.06.2012).

Yargı kurumu için, *bir kişinin veya grubun nefret söylemine ya da suçuna maruz kalmasını önlemek*, hukuki açıdan devletin bekâsını ya da Türklüğü korumak kadar önemli olmayacaktır. Çünkü maddenin gerekçesinde belirtilen hususların aksine, TCK'nin 216. maddesinde korunan değer, *farklılıklar* değil yine *Türklük* olduğu sanılmaktadır. Hal böyle olunca, resmi devlet ideolojisine karşı çıkan ve onu eleştiren herkesin, "halkı kin ve düşmanlığa tahrik" etme suçlamasıyla karşı karşıya gelmesi tesadüf gibi görünmemektedir. ... Yine de TCK'nin 216. maddesinin tümünden olumsuz bir uygulamaya sahip olduğunu söylemek imkânsızdır. Nefret söylemine karşı yürütülen mücadele bakımından bu maddenin olumlu uygulamalarına da tanık olunmuştur. (2010:268-9)

Kaymak'ın yaptığı tespiti izleyerek, Türkiye'de nefret söylemi ve nefret suçlarıyla ilgili bir yasal düzenlemenin hâlihazırda olduğu görülebilmektedir. Ancak, yasal düzenleme, yargı organları tarafından doğru veya amacı dışında algılanarak kullanıldığında, yaptırım gücünü yitirmekte ve amacının tersine dezavantajlı konuma sahip birey veya grupları daha da dezavantajlı bir hale getirebilmektedir. Diğer taraftan 2012 yılı başında Sosyal Değişim Derneği öncülüğünde, Türkiye'deki çeşitli sivil toplum örgütlerinin desteğiyle "Nefret Suçları Yasa Kampanyası" başlatılmıştır. Bu kampanya ile, hem nefret suçlarını düzenleyen yeni yasaların yapılması, hem de var olan yasaların önünde engel oluşturan ceza indirimlerinin kaldırılması talep edilmektedir. Bu kapsamda, kampanyayı destekleyen sivil toplum örgütlerinin

temsilcileri tarafından TBMM ziyaret edilerek çeşitli komisyonlarla ve milletvekilleriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.⁶⁴

Yasal düzenlemelerle ilgili olarak bakılması gereken bir diğer nokta da Avrupa Konseyi tarafından hazırlanan Avrupa Siber Suç Sözleşmesi'dir (*The Convention on Cybercrime*) (ETS No.185). Bu sözleşme 1 Temmuz 2004'te yürürlüğe girerek konsey üyesi pek çok ülke tarafından imzalanmış ve onaylanmıştır. Türkiye, bu sözleşmeyi 10 Kasım 2010 tarihinde imzalamış olmakla birlikte henüz onaylamamıştır. Avrupa Siber Suç Sözleşmesi temel olarak bilgisayar ağları üzerinden sahtecilik, çocuk pornosu ve telif hakkı ihlalleriyle ilgili olarak devletlerin ortak hareket edebilmelerine yönelik bir sözleşmedir. Avrupa Parlamentosu 1543 sayılı Siber Uzamda Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı Üzerine Tavsiye kararında (2001) "ırkçılığın bir kanaat olmadığını, suç olduğunu" belirtmiş olmasından hareketle Avrupa Siber Suç sözleşmesine bir Ek Protokol hazırlamıştır. Ancak Türkiye henüz ek protokolü imzalamamıştır. Söz konusu Ek Protokol, bilgisayar sistemleri aracılığıyla ırkçılık ve yabancı düşmanlığı yapılmasını suç olarak kabul eder ve bu suçlarla mücadele için hukuki bir çerçeve çizer. Ek Protokol, Siber Suç Sözleşmesinin kapsamını genişleterek "ırkçı, yabancı düşmanlığı propagandası suçlarını kapsayacak şekilde maddi, usul ve uluslararası işbirliği hükümlerini içerir" (Akdeniz, 2009:79). Türkiye'nin sözleşmenin kendisini henüz TBMM'de onaylamamış olsa da imzalayıp, ek protokolü

⁶⁴ Söz konusu yasa kampanyasının İnternet adresi <http://nefretme.net/> 'dir.

imzalamamış olması, mevcut hükümetin ırkçılık ve yabancı düşmanlığına ilişkin yaklaşımını göstermektedir. Bu bakış açısıyla, Türkiye için siber suçlar çocuk pornosu, dolandırıcılık ve telif haklarından ibarettir.

Medyada üretilen nefret söylemiyle ilgili çeşitli çalışmaların tarihi çok eskiye gitmemekte, daha önceki çalışmaların doğrudan ırkçılık ve/veya ayrımcılıkla ilgili olarak yürütüldüğü söylenebilir. Türkiye’de medyada üretilen nefret söylemiyle ilgili olarak yapılan çalışmalara İnsan Hakları Gündemi Derneği’nin *Türkiye’de Nefret Suçları*⁶⁵ (2009), KaosGL’nin *Medyada Homofobiye Son* (2010), Sosyal Değişim Derneği’nin *Ulusal Basında Nefret Suçları 10 yıl, 10 Örnek*, İnsan Hakları Ortak Platformu tarafından hazırlanan ve koordinatörlüğü Eser Köker ile Ülkü Doğanay tarafından gerçekleştirilen *İrkçı değilim ama... Yazılı basında ırkçı-ayırıcı söylemler* (2010), Uluslararası Hrant Dink Vakfı’nın yaptığı nefret söylemi izleme çalışmaları⁶⁶ örnek gösterilebilir. Bu çalışmalar, geleneksel medyada üretilen nefret söylemleriyle ilgilenmekte, yeni medya ortamlarında üretilen ve dolaşıma sokulan nefret söylemini incelemeyi içermemektedir.

⁶⁵ Çalışmanın asıl konusu nefret suçları olmakla birlikte, burada anılmasının nedeni nefret söylemi ile nefret suçu arasındaki bağlantının çalışmada yer alıyor olmasıdır.

⁶⁶ İzleme çalışmasının raporları ve sonuçları <http://www.nefretsoylemi.org> adresinde yayınlanmaktadır.

Yeni medya alanlarına yönelik yapılmış nefret söylemi çalışmaları ele alındığında, Simon Wiesenthal merkezinin raporuna⁶⁷ göre haberleşme panoları üzerinden ırkçı içeriğin yayılmasının tarihi 1983 yılına kadar gitmektedir. Yaman Akdeniz'in *Racism on the Internet* (2009) çalışması da, İnternet ve özellikle web 2.0 üzerinden yayılan ırkçı ve nefret içeriklerini, bu alanda dünyadaki hukuksal çözüm arayışlarını ve bazı örnekleri ortaya koymaktadır. Jessie Daniels'in *Cyber Racism* (2009) çalışması da İnternet üzerinden yayılan ırkçılığı konu almaktadır. Daniels'in araştırmasının konusu, beyaz üstünlükçülüğü savunan bir forum sitesi olan Stormfront'tur⁶⁸. İnternet'in ırkçılığın yayılmasında kullanımıyla ilgili bir diğer çalışma Chris Atton'un *Far-right media on the internet: culture, discourse and power* (2006) çalışmasıdır. Atton bu çalışmasında, Birleşik Krallık'taki aşırı sağcı parti BNP'nin (*British National Party* – İngiliz Ulusal Partisi) web sitesindeki uygulamaları ve söylemi incelemiştir. Bu çalışmada, parti yönetiminin site içeriğine çok fazla müdahale ettiği, site üyesi olan parti destekçilerinin serbestçe konuşup tartışabildiği alanın çok sınırlı olduğu saptanmıştır.

Common Sense Media tarafından 2012 yılında ABD'deki gençler arasında yapılan *Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives* (Sosyal Medya, Sosyal Yaşam: Gençler Dijital Yaşamlarını Nasıl

⁶⁷ <http://www.wiesenthal.com/atf/cf/%7BDFD2AAC1-2ADE-428A-9263-35234229D8D8%7D/IREPORT.PDF> (Erişim: 10.05.2012)

⁶⁸ İnternet adresi <http://www.stormfront.org>'dur.

Görüyor) isimli çalışmada, 13 – 17 yaş arasındaki sosyal medya kullanıcılarından, sosyal medyada “sıklıkla” ya da “zaman zaman” nefret söylemiyle karşılaştığını söyleyenler katılımcıların yarısına yakını oluşturmaktadır. Bu içeriklerle sıklıkla karşılaştıklarını belirtenlerin oranı %24’tür. Araştırmaya katılan katılımcıların, %44’ü cinsiyetçi nefret söylemiyle, %43’ü homofobik nefret söylemiyle, %43’ü ırkçı nefret söylemiyle ve %34’ü din temelli nefret söylemiyle sıklıkla ya da bazen karşılaştığını belirtmiştir.

Şekil 13. Stormfront sitesinden bir ekran görüntüsü

Stormfront - White Nationalist Community - Mozilla Firefox

http://www.stormfront.org/forum/

Stormfront Financial Supporter
More PM Box Space
Bigger Avatar
Access to Private Forum
Keeping Stormfront Alive and Growing!
Blog
NEW FEATURES BEING ADDED!

Stormfront.org
Sustaining Membership Program

ShareThis

User Name: [User Name] Remember Me?
Password: [Password]
[Forgot Password?](#) [Register](#)

Donate Register Blogs FAQ Community Calendar Today's Posts Search

Latest David Duke Video!
Former Member - House of Representatives - La
Popup Windows Radio Player Here!
Truck Roy SF Radio Archives

Media Portal

Complete Daily Schedule: [Click Here!](#)
Mon-Fri 9-10am Eastern:
Derek Black on WPBR 1340 AM
Nightly 12am Eastern:
Paul Fromm "For Our People"
"From Babylon" SF Radio Drama

DIVERSITY!!
CAN YOU AFFORD IT?
[Click Here](#)

[Stormfront Contributors in November - Updated Daily](#)

Don and Derek Black Show live weekdays at 9:00am ET on WPBR 1340 AM || [Archives, including yesterday's show.](#)

Welcome to the Stormfront.

We are a community of White Nationalists. There are thousands of organizations promoting the interests, values and heritage of non-Whites. We promote ours. You are welcome to browse our seven million posts, but you must [register](#) before you can post to any forum except those designated as open to guests.

Forum	Last Post	Threads	Posts	Moderator
Sustaining Members (10 Viewing) Private forum for those who've supported Stormfront financially.	Private	6,002	182,296	Don Black , Jack Boot
Stormfront Contributors in November				

Tamam

1 dosya indiriliyor (10 dakika kaldı)

Türkiye’de yeni medya üzerinden üretilen ve/veya dolaşıma giren nefret söylemi ile ilgili çalışmalardan ilki Hamza Aktan’ın *Birikim* Dergisinin 2007 yılı 215. sayısında yayınlanan “Web Otağlarından Sokağa: Türk

İrkçılığının Tezahürleri” adlı çalışmasıdır. Aktan’ın çalışması popüler haber portallarındaki haber yorumlarını inceleyerek, Türk milliyetçisi ve ırkçıların “öteki” olan tüm toplulukları ağır biçimde aşağıladığını saptamıştır (Aktan, 2007:44). Bir diğer çalışma, Serkan Gidişoğlu ve Kerem Rizvanoğlu’nun “İnternette Türk Milliyetçiliği: Türk Milliyetçisi Siteler ve Ağ Yapısı Üzerine Bir Analiz” isimli çalışmasıdır. Bu çalışmada Türkiye merkezli ve Türk milliyetçiliği yapan 118 site incelenerek “Türk milliyetçileri interneti özellikle ideolojilerini yaymak, milli kimlik ve milliyetçi cemaat yapısını güçlendirmek ve kendini “davaya” adanmış bir sanal cemaat yaratmak için kullan[dığı]” ve siber milliyetçiliğin çevrimdışı milliyetçilikten beslendiği sonucuna ulaşılmıştır (2012:239-40).

Türkiye’de yapılmış bir diğer önemli çalışma, *Yeni Medyada Nefret Söylemi* isimli (2010) derleme kitaptır. Bu çalışmada, yeni medyanın doğası, toplumsal paylaşım ağları, video paylaşım ağları, çevrimiçi spor ortamları, dijital oyunlar, haber sitelerinin okur yorumlarında üretilen nefret söylemleri ile yeni medya ortamındaki nefret söylemi barındıran içeriklerle mücadele için nelerin yapılabileceği ve hukuki mevzuatın tartışıldığı bölümler bulunmaktadır.⁶⁹ Çalışmanın, yeni medyada yer alan farklı ortamlara yönelik

⁶⁹ 2010 yılında Kalkedon Yayınları tarafından yayınlanan kitabın bölümler şu şekildedir: Mutlu Binark “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamlarında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi” (11-54); İlden Dirini “Okur Yorumlarıyla Yeniden Yeniden Üretilen Nefret Söylemi” (55-94); Eser Aygöl “Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması” (95-140); Tuğrul Çomu “Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi” (141-180); Günseli Bayraktutan-Sütcü “Dijital Oyunlarda Cinsiyetçilik” (181-192); Altuğ Akın “Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya” (193-222); Burak Doğu “Sanal Nefret Pratikleri: İnternet’te Nefret

hazırlanmış bölümleri incelendiğinde bu ortamların, nefret söyleminin üretilmesi ve dolaşıma girerek yayılması için ne kadar elverişli olduğu anlaşılmaktadır. Yeni medyanın farklı ortamlarında dolaşıma giren nefret söylemlerine bakıldığında, bu söylemlerin çoğunlukla doğrudan kullanıcılar tarafından üretildiği de görülebilmektedir. Diğer taraftan yeni medya ortamlarının, nefret söyleminin dolaşıma girmesini görece kolaylaştıran yapısı ve özellikleri, bu ortamlarda oluşan nefret karşıtı örgütlenmeler ile Türkiye’de nefret söylemi ile ilgili yasal durumun tartışıldığı bölümler de söz konusu çalışmanın bütünlüklü bir çalışma olmasını sağlamıştır.

Ayrıca Türkiye’de Alternatif Bilişim Derneği⁷⁰, yeni medyada nefret söylemiyle ilgili çalışmalar yürütmektedir. Farkındalık yaratmak amacıyla hazırladıkları broşürün⁷¹ yanı sıra pek çok farklı kentte konuyla ilgili paneller de düzenlemişlerdir. Derneğin çalışmaları arasında, 15-17 Nisan 2011 tarihinde Sosyal Değişim Derneği ve Irkçılığa ve Milliyetçiliğe DurDe girişimi tarafından düzenlenen Uluslararası Nefret Suçları Konferansı’nda, yeni medya ortamındaki nefret içeriklerini takip edip raporlamaya dönük bir izleme günü gerçekleştirilmesi de bulunmaktadır. Bu çalışma Uluslararası Hrant Dink Vakfı’nın geleneksel medyadaki nefret söylemleriyle ilgili yürüttüğü çalışmanın bir benzeri olarak tanımlanabilir. Ancak, Alternatif Bilişim

Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler” (223-252), Ayşe Kaymak “Yeni Medyada Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu” (253-284)

⁷⁰ İnternet adresi www.alternatifbilisim.org’dur.

⁷¹ Bu broşürün bir örneği için bkz. EK 2.

Derneği'nin gerçekleştirdiği bu izleme günü etkinliğine katılım çok az düzeyde olmuş, ortaya anlamlı sonuçlar çıkmamıştır.

Nefret söyleminin, yaygınlaşarak dolaşıma girmesi, nefret suçlarına da zemin hazırlamaktadır. Bu konuda OSCE ODIHR (Demokratik Kurumlar ve İnsan Hakları Birimi), nefret suçu ve nefret söylemi arasında da bir bağ olduğu belirtilir. Doğrudan bağ olduğunun kanıtlanması zor olsa da, nefret temelli şiddetin çoğunlukla nefret söylemi içerisinde ortaya çıktığının altını çizer. ODIHR, örgütlü nefret gruplarının fikirlerini çeşitli yayınlar, popüler müzik, İnternet ve gösterilerle dile getirdiklerinin altını çizerek bu eylemlerin nefret söylemini ve nefret suçlarını normalleştirmeye ve meşru kılmaya yönelik olduğu saptamasında bulunmaktadır (ODIHR, 2009:53).

Bu bölümde ele alınan noktaları tartışması bakımından Orhan Kemal Cengiz'in *Radikal* gazetesindeki 1 Haziran 2012 tarihli yazısına bakılabilir:

Diğer bir tehlikeli gelişmenin ayak sesleri ise Kocaeli'nden geliyor. Burada da Saadet Partisi'nin Gençlik Kolları "Zina suç olsun, eşcinsellik ahlaksızlıktır" pankartlarıyla yürüyüşe geçmiş. Yine gençlik kolları aynı başlıkla internetten bir bildiri yayımlamış. Bildiride şunlar söyleniyor: "Zinanın ve eşcinselliğin yaygınlaştığı ve normalleştiği böyle bir zamanda elbetteki sessiz kalamayız. Zina ve eşcinsellik toplumların ortasına atılmış tahrip gücü yüksek bombalardır. Buna karşı her milletin ve o milletin temsilcisi olanların tedbir alması ve bunu yasayla düzenlemesi boynunun borcudur." ... Bunlar tipik

nefret söylemleri. Maalesef bizim savcılar bu tür nefret söylemlerini kovuşturmak için çok isteksiz davranıyorlar. Önceki Ceza Yasası'nın 312., Yeni Ceza Yasası'nın 216. maddesi bu tür nefret söylemlerini cezalandırmak için yeterli bir hukuki çerçeve sunuyor ama bir iki istisna dışında bu maddelerin, azınlıkları hedef alan nefret söylemlerini cezalandırmak için uygulandığına hiç tanık olmadım. Onun yerine, örneğin, 312. madde uzun yıllar boyunca "Türkiye'de Kürtler vardır" diyenleri, halkın bir kesimini diğer kesimine karşı kışkırttıkları gerekçesiyle cezalandırmak üzere kullanıldı. ... Bazıları da ifade hürriyeti çerçevesinde 'nefret söylemlerinin' cezalandırılmasına karşı çıkıyorlar. Ben, azınlıkları ve kırılgan grupları hedef alan nefret söylemleriyle çoğunluğu hedef alanları birbirinden ayırmak gerektiğini düşünüyorum. Çoğunluğu hedef alan 'nefret söylemleri' o grubun üyeleri için bir tehlike yaratmıyor. Halbuki söz konusu olan azınlıklar ve kırılgan gruplar olduğunda, yaygınlaşmış nefret söylemi, hemen daima fiziksel saldırıya, yani nefret suçuna dönüşüyor.⁷²

Yukarıdaki örnekte de ele alındığı gibi, nefret söylemi, fail boyutunda nefret suçlarına zemin hazırlamakta ve toplum boyutunda ise nefret suçları ortaya çıktığında bu suçların değersiz, önemsiz, münferit ya da "hak edilmiş" olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Cengiz'in saptaması, Kaymak'ın hukuki boyutla ilgili değerlendirmesini de onaylar niteliktedir; var olan yasal düzenlemeler nefret söylemi ve bununla bağlantılı olarak nefret suçlarının

⁷² <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazar&ArticleID=1089745&CategoryID=98> (Erişim: 10.06.2012)

cezalandırılmasında yeterli olmasına karşın uygulanmamakta, kullanılmamaktadır.

Bu örnek aynı zamanda, yeni medya ortamları üzerinden çevrimiçinde dolaşıma sokulan ve nefret söylemi barındıran içeriklerin, çevrimdışıında temellendiğini de ortaya koymaktadır. Yapılan basın açıklaması⁷³, çevrimiçi haber portallarının yanı sıra, Saadet Partisi'nin İnternet sitesinden⁷⁴ de dolaşıma sokulmuştur. Sitenin çeşitli paylaşım siteleri üzerinden içerik paylaşımına izin veren web 2.0 temelli yapısı da, içeriğin dolaşımının herhangi bir ziyaretçi tarafından kolaylıkla arttırılabilmesine olanak tanımaktadır.

Yakın tarihli bir başka örnek olay, *Yeni Şafak* gazetesi yazarı Ali Bayramoğlu'nu "terör örgütü destekçisi ve gerçek kimliğini gizleyen sinsi bir Türk düşmanı" olarak ilan edip "Ermenicilik" yaptığı ve gizli bir Ermeni olduğu iddiasıyla hedef gösteren habervaktim.com sitesinde ortaya çıkmıştır.⁷⁵ Hedef gösterme amacı taşıyan ve açıkça nefret söylemi üreten bu habere

⁷³ Söz konusu basın açıklaması, zinanın Türk Ceza Kanunu'nda suç olarak tanımlanmasına yönelik çeşitli argümanlar içermektedir. Bu argümanlar, bir taraftan İslam Hukuku'na ve çeşitli hadislere göndermede bulunarak laikliğe aykırılık teşkil etmekte, diğer taraftan medeni hukukta eşlerin boşanması için gerekçe oluşturan bir durumun cezai yaptırıma tabi olmamasını eleştirmekte ve "bulaşıcı hastalıklar" gibi ahlaki panik motifleri taşımaktadır.

⁷⁴ <http://www.saadet.org.tr/haber/asoy-zina-yeniden-suc-sayilsin> (Erişim: 11.06.2012)

⁷⁵ <http://www.bianet.org/bianet/azinliklar/139359-habervaktim-nefret-etme-ettirme> (Erişim: 28.07.2012)

okuyucular, yorumlarıyla tepki göstermiştir.⁷⁶ Bir diğerk örnek olay, 29 Temmuz 2012 tarihinde Malatya’da, sahurda evinin önünde davul çalınmasına karşı çıkan bir ailenin evinin taşlanması ile ilgili olarak yaşanmıştır. Olay sonrasında *Beyaz Gazete* muhabiri Muammer Yaşar’ın Facebook’ta “Aleviler Müslüman mahallesinde salyongoz satarlarsa tıpkı Sivasımızda olduğu gibi sizi yakarlar” şeklindeki gönderisine sosyal medya üzerinden gelen tepkiler nedeniyle *Beyaz Gazete* tarafından işine son verilmiştir.⁷⁷ Bu iki örnek olay da göstermektedir ki nefret söylemi sorununun kaynağı İnternet değildir. İnternet ya da İnternet’teki uygulamalar, sorunun görünür hale gelmesinde ve bazen nefret söyleminin hızla dolaşıma girmesinde rol oynayabilmektedir. Ancak aynı uygulamalar, aynı dinamiklerden beslenerek, toplumun tepkisini iletme amacıyla da kullanılabilir. Toplumun tepki gösterdiği örneklerde, yasal süreçlerden çok daha hızlı bir biçimde sonuca ulaşmak da mümkün olabilmektedir.

⁷⁶ <http://www.stargazete.com/guncel/ali-bayramoglu-hakkindaki-igrenc-iftiralara-sert-tepki/haber-619279> (Erişim: 28.07.2012)

⁷⁷ <http://haber.sol.org.tr/medya/beyaz-tv-muhabirinden-kan-donduran-malatya-yorumlari-haberi-57704> (Erişim: 31.07.2012)

Bölüm IV. SÖYLEM ANALİZİ UYGULAMASI ve BULGULAR

4.1. Örneklem Seçimi ve Yöntem

Araştırma kapsamında, “kullanıcı türevli içerik” niteliği barındıran ve nefret söylemi barındırdığı düşünülen videolar 1 Ekim 2009 – 1 Mayıs 2012 tarihleri arasında video paylaşım ağlarından en büyük ve en yaygını olan YouTube üzerinde anahtar sözcük yöntemiyle taranmıştır. Anahtar sözcükler, YouTube arayüzünde, kullanıcıyı yüklediği içeriğin başlık, tanım veya etiket kısmında geçen sözcüklerle eşlenerek arama yapan kullanıcıya sonuç veren bir uygulamadır. Seçilen anahtar sözcükler, yukarıda tanımlanmış nefret söylemi türlerine göre seçilmiştir ki bu türler, siyasal, kadına yönelik yabancılara ve göçmenlere yönelik, cinsel kimlik temelli, inanç ve mezhep temelli, engellilere ve çeşitli hastalıklara yönelik nefret söylemleridir. Analize tabi tutulacak videolara ulaşılmasında, anahtar sözcük taramasıyla ulaşılan videoların yanı sıra arayüzdeki “ilgili videolar” (*related videos*) da taranmıştır. Bu şekilde benzer biçimde nefret söylemi barındıran farklı içeriklere de ulaşılabilmektedir. Bu nedenle örneklem oluşturulmasında “kartopu örneklem” modelinin benimsendiği söylenebilmektedir. Kartopu örneklem, bir bilgi kaynağından edinilen bilgiler ışığında diğer bilgi kaynaklarına gidilerek örneklemin bir kartopu gibi büyüdüğü örneklem seçim yöntemidir. Kartopu örneklem, araştırmacının evrenin büyüklüğü ile ilgili bilgi sahibi olmadığı veya evrene ilişkin bir kayıt bulunmayan durumlarda yararlı bir tekniktir (Kümbetoğlu, 2005:98). Taramalar sırasında YouTube arayüzünde herhangi

bir hesap açılmamış ve video yükleyen veya yorum yazan herhangi bir kullanıcıyla etkileşime girilmemiştir. Bu bakımdan araştırmacının “pusucu” (*lurker*) bir konum benimsediği (Binark, 2007b:35) belirtilmelidir.

Örnekleme alınan videoların klon kopyalarının olup olmadığı yine anahtar sözcük temelli arama yapılarak incelenmiştir. Bu noktada YouTube’un verdiği sonuçlardan ilk sayfada yer alan 16 adet video değerlendirilerek klon videolardan izlenme sayısı en yüksek olan örnekleme alınmıştır.

Örnekleme alınan videolar, videonun barındırdığı unsurlardan (görüntü ve ses), videoyu, İnternet üzerindeki hareketli veya hareketsiz herhangi bir görselden ayıran temel unsurun ses olmasından yola çıkarak, videodaki sesin kaynağına göre sınıflandırılmıştır. Yapılan bu sınıflandırmaya göre her bir kategoriden bir örnek video analiz edilmiştir. Yapılan sınıflandırma aşağıdaki gibidir:

Tablo 4. Videodaki sesin kaynağı

1.	Konuşma
a.	Görüntü ile eşzamanlı ortaya çıkmış ses
b.	Farklı kaynaklarda sahip görüntü ve sesin birleştirilmesi
i.	Hareketli görüntüler
ii.	Hareketsiz görüntüler
2.	Müzik
a.	Sözlü müzik
b.	Söz barındırmayan, enstrümantal müzik

Tabloda yer alan sınıflandırmaya göre ses unsuru konuşma olan videolardan “görüntü ile eşzamanlı ortaya çıkmış ses”e sahip videolar, herhangi bir kişinin kamerayla yaptığı çekimlerde ortaya çıkmış videolar olarak tanımlanmıştır. “Farklı kaynaklara sahip görüntü ve sesin birleştirilmesi” olarak tanımlanmış alan ise, görüntü ve sesin farklı zamanlarda, farklı kişiler tarafından ayrı ayrı oluşturularak kurgu sırasında birleştirilmesiyle elde edilmiş videoları ifade etmektedir. Bu noktada görüntünün hareket durumuna göre bir alt ayırım yapılmıştır. Bu ayrıma göre, hareketsiz görüntüler, çeşitli fotoğraf veya fotoğrafların arka arkaya eklenmesi sonucu oluşan videolar olurken, hareketli görüntüler bilgisayar ortamında hazırlanmış animasyon görüntüleri belirtmektedir. Ses unsuru müzik olan videolarda ise müziğin türü sözlü ve sözsüz olarak bir ayırım yapılmıştır.

Bilindiği gibi, videolar görsel ve işitsel öğelerden oluşmaktadır. Görsel öğeler olarak, resim, yazı ve hareketli görüntüler; işitsel öğeler olarak da ses (konuşma-dil), müzik ve efekt tanımlanabilmektedir. Söylem analizine tabi tutulacak videolar, birer metin olarak ele alınarak, görsel öğeler tanımlanmış, yazılar metin olarak çözümlenmiştir. Tanımlanan görsel öğelerde, videodaki her plan bir cümle olarak metinleştirilmiştir. İşitsel öğelerden, efektler ile müziklerin türü ve hızı tanımlanmıştır. Diğer işitsel öğe olan ses ise deşifre edilerek metinleştirilmiştir. Görsel öğelerin metinleştirmeleri ile işitsel öğelerin

metinleştirilmeleri birbirlerinden bağımsız bir biçimde yapılarak, analiz sırasında aralarındaki uyum irdelenmiştir.

Videolara yapılacak analizde kullanılmak üzere van Dijk'in söylem analizi modeli, video paylaşım ağlarından YouTube'un arayüzüyle uyumlu bir şekle gelecek şekilde değiştirilerek aşağıdaki tabloya ulaşılmıştır:

Tablo 5. Video paylaşım ağlarında söylem analizi uygulama modeli

<p>A. Makro Yapı</p> <p>1. Tematik Yapı</p> <p>a. Başlık</p> <p>b. Video tanımı (<i>description</i>)</p> <p>c. Etiket/ler</p> <p>2. Şematik Yapı</p> <p>a. Durum tanımı</p> <p>1. <i>Videonun anlatım dili</i></p> <p>2. <i>Sonuçlar</i></p> <p>3. <i>Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)</i></p> <p>4. <i>Bağlam Bilgisi</i></p> <p>B. Mikro Yapı</p> <p>1. Sentaktik Çözümleme</p> <p>a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması</p> <p>b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması</p> <p>2. Bölgesel Uyum</p> <p>a. Nedensel ilişki</p> <p>b. İşlevsel ilişki</p> <p>c. Referansal ilişki</p> <p>3. Kelime Seçimleri</p> <p>(<i>metafor, metonimi, yan anlam, düz değişmece, vb.</i>)</p> <p>4. Retorik</p> <p>a. Görsel/ler</p> <p>b. İnanırcı bilgiler</p>

Seçilen örnekte videolarla ilgili şu bilgiler video künyesi olarak analizin başında sunulmuştur: Videonun başlığı, bağlantı adresi (URL), süresi, YouTube'a yüklenme tarihi, tanımı, etiketleri, izlenme sayısı,

beğenilme sayısı, beğenilmeme sayısı, varsa yorum sayısı.⁷⁸ Bu bilgiler, arayüzde yazıldığı gibi, doğrudan alıntılanmış, herhangi bir değiştirme işlemi (örneğin küçük harfle başlayan özel isimlerin ilk harfinin büyütülmesi) bulunulmamıştır. Ayrıca videolara ait deşifre metinleri, tezin sonunda ek olarak sunulmuştur.

4.2. Analiz Uygulaması

Örnekleme ele alınan videoların dağılımı aşağıdaki gibidir:

Tablo 6. Örnekleme yer alan videoların dağılımı

1.	Konuşma
a.	Görüntü ile eşzamanlı ortaya çıkmış ses (Video 1)
b.	Farklı kaynaklarda sahip görüntü ve sesin birleştirilmesi
i.	Hareketli görüntüler (Video 2)
ii.	Hareketsiz görüntüler (Video 3)
2.	Müzik
a.	Sözlü müzik (Video 4)
b.	Söz barındırmayan, enstrümantal müzik (Video 5)

⁷⁸ Bu bilgilere, 18.06.2012 tarihinde erişilmiştir.

Video 1⁷⁹:

Tablo 7. Video 1'le ilgili bilgiler

Başlık:	KIZLAR İLLA İBNEMİ OLALIM
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=z_FMzbS30WA
Süresi:	1 dakika 3 saniye
Yüklenme tarihi:	13 Eylül 2009
İzlenme sayısı:	358.939
Beğenilme sayısı:	295
Beğenilmeme sayısı:	356
Yorum sayısı:	825
Tanımı:	KIZLAR İLLA İBNEMİ OLALIM
Etiketleri:	KIZLAR, İLLA, İBNEMİ, OLALIM

Şekil 14. Video 1'den bir kare⁸⁰



⁷⁹ Deşifre metni EK 3'tedir.

⁸⁰ Analizde kullanılan videolar, İnternet'te kamusal olarak (herkese açık bir biçimde) dolaşımda bulunduğu ve izleyici sayıları her geçen gün arttığından, bu videolara ait ekran görüntülerine bu çalışmada yer verilmesi herhangi bir etik ihlal veya kişisel hak ihlaline yol açmamaktadır.

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video başlığı, videonun ana fikrini yansıtmakla birlikte, videonun konusunu tam olarak açıklamamaktadır. Bu bakımdan enformasyon eksiltimi olduğu söylenebilmektedir. Videonun içinde geçen bir söz, başlığa taşınmıştır. Başlıkta büyük harf kullanılmış olması, videoyu yükleyen kullanıcının İnternet dilinde bağırarak başlığı duyurduğunu⁸¹ göstermektedir.

Videonun tanımı ve ekleri başlıkla aynı kelimelerden ve ifadelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla tanım ve etiketlerin, başlıktan başka bir enformasyon vermediği görülmektedir. Özellikle etiketler arasında “illa” sözcüğünün bulunması, bir ölçüde niteliksiz kullanıma işaret etmektedir. Çünkü herhangi bir olay veya olguya yönlendirmesi bulunmayan “illa” sözcüğünün videonun bulunmasını sağlaması söz konusu değildir.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun anlatım dili, ilk cümlelerden başlayarak kafiyeli cümlelerden oluşması göz önüne alındığında şiirsel olarak nitelendirilebilmektedir. Örnek olarak, “Biz bilmesek de kibarlığı, yerinde yaparız sevgiyi saygıyı. Alem ne derse desin, gönlümüzde saklarız sevdamızı” şeklindeki ilk cümleler ele

⁸¹ İnternet’te tüm harflerin büyük yazılması, konuşma dilindeki bağırma karşılık gelmektedir (http://wiki.answers.com/Q/Does_all_capital_letters_mean_you_are_yelling , Erişim: 19.06.2012)

alındığında bu dil kullanımını görülebilmektedir. Videonun dili, espri ile karışık hayal kırıklığını barındırmaktadır. Hayal kırıklığının kaynağı, videodaki kişinin, sahip olduğu inanç ve değerlerin, kişinin romantik hayatında istediği sonuçları edinmesine izin vermemesidir.

2. Sonuçlar

Videodaki kahramana göre, kadınlar düşük belli pantolon giyen ve/veya küpe takan erkekleri çekici bulmaktadır. Böylesi giyim tarzları, kahramana göre, ancak eşcinsellerin sahip olabileceği tarzlardır. Dolayısıyla videodaki birey, kadınlarla romantik anlamda ilişkilenemeyi çok istemesine rağmen benzer tarzları asla benimsemeyecektir.

3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

Videodaki birey, hegemonik erkeklikle ilgili doğru olarak nitelediği tüm kodlara sahiptir. Bu kodlar arasında sevdiği kişiyi çok sevmek, gitmesi durumunda ağlamak ama ağladığını belli etmemek gibi unsurlar yer almaktadır. Hegemonik erkeklik, cesaret, saldırganlık, bağımsızlık, egemenlik, teknolojik beceri, macera, zihinsel veya bedensel dayanıklılık gibi belirlenmiş erkeklik rollerinin, tek bir erkeklik biçimi olarak sunulmasını, farklı erkeklik hallerinin görmezden gelinmesini ve/veya yok sayılmasını ifade etmektedir (Akca ve Tönel, 2011:27-31).

4. Bağlam Bilgisi

İncelenen videoda, birey kendini hegemonik erkeklik üzerinden tanımlamaktadır. Bu noktada amacı ideolojik olarak nefret söylemi üretmek olmayan bu birey, kendini hegemonik erkeklik kodlarını barındırmayan bireyler üzerinden tanımlarken, bu bireyleri aşağılayarak ideolojik bir söylem olan nefret söylemi üretmiştir.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Videodaki cümlelerde aktif yapının benimsendiği görülmektedir. Ancak kafiyeli bir dil kullanmanın da etkisiyle cümleler çoğunlukla devrik cümlelerdir. Devrik cümleler kullanılmış olmasına rağmen, cümlelerin kısa yapılı ve basit olması, anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

2. Bölgesel Uyum

Cümleler arasında nedensel ilişkinin kurulduğu söylenebilmektedir. Cümlelerin ortaya koyduğu yargılar, önceki veya sonraki cümlelerde gerekçelendirilmektedir. Cümleler arasında işlevsel ilişki ise çoğunlukla bulunmamaktadır. Ardışık cümleler birbirleriyle bağlantıya sahip olmakla birlikte, çok azında konu bütünlüğü bulunmaktadır. Örneğin, “Küpeyi takmış tam bir züppe. Bizim dilimizde derler böylesine ibne” cümlelerinde ortaya çıkan işlevsel ilişki, “Gidene dur demeyiz. Ardından sessizce ağlarız. Biz gevşek değiliz” cümlelerinde görülememektedir. Referansal ilişki bakımından değerlendirildiğinde, “biz” ve “onlar” ikiliğinde iki tarafın çeşitli özellikleri

sıralanmakta ve toplumsal değerler olarak “biz”de olan değerlerin doğru değerler olduğu ima edilmektedir.

3. Kelime Seçimleri

Kelime seçimlerin incelendiğinde “sevdiğimize bağlarız kalbimizi”, “kanımızla yazarız sevdiğimizi” cümlelerinde metafor kullanımı dikkat çekicidir. Metaforlar videodaki kişinin ait olduğu topluluğun özelliklerini tanımlamak için kullanılmıştır. Diğer cümlelerde çoğunlukla düz anlam kullanıldığı söylenebilmektedir. Videoda dikkat çekici bir kelime “gevşek” sözcüğüdür. 1 dakika 3 saniyelik videoda toplam altı kere “gevşek” sözcüğü geçmektedir. Bu sözcük, her seferinde hegemonik erkeklik kodlarına uymayan bireyleri tanımlamak ya da kahramanın bu bireylerden farkını ortaya koymak için kullanılmıştır. Burada gevşek sözcüğü, “rahat” veya “esnek” anlamının ötesinde, eşcinselliği ifade etmek için kullanılmaktadır. Zaten video içinde geçen “Bizim dilimizde derler böylesine ibne. Kızlar da tam tersine hasta olurlar böyle gevşeklere” cümleleri de bu durumu açıkça ortaya koymaktadır⁸².

”

4. Retorik

Retorik unsurlar ele alındığında herhangi bir inandırıcı bilgi ya da referans görülmemektedir. Videoda, konuşmayı yapan kişinin görüntüsü dışında da herhangi bir görsel yoktur. Bu nedenle videonun retorikinin,

⁸² “Gevşek” sözcüğünün argodaki kullanımları için Hulki Aktunç’un “Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü”ne bakılabilir.

herhangi bir inandırıcılık amacı taşımayıp, yalnızca videodaki kişinin kendisini ifade etmek istediği söylenebilmektedir.

Videodaki söylem, cinsel kimlik temelli nefret söylemi üretmektedir. Ancak video kaydına konuşan kişi, herhangi bir nefret saikiyle bu sözleri sarf etmemektedir. Dolayısıyla burada ortaya çıkmış olan nefret söylemi, toplumun bir kesimi tarafından benimsenmiş yargıları yeniden üretmesi, aktarması bakımından hegemonik erkeklik ideolojinin yenilenmesinden kaynaklanmaktadır.

Video 2⁸³:

Tablo 8. Video 2'yle ilgili bilgiler

Başlık:	Gavurun Köpekleri
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=g2vWcOH718Y
Süresi:	5 dakika 34 saniye
Yüklenme tarihi:	15 Eylül 2007
İzlenme sayısı:	12.821
Beğenilme sayısı:	50
Beğenilmeme sayısı:	70
Yorum sayısı:	307
Tanımı:	hrant dink ogün samast ermeni satılmış piç göt sikilmiş orospuçocuğu hrant ermeni vermeli köpek dog animal monkey lavuk ass götoş parazit asalak sikik
Etiketleri:	Türkiyeyi, Bölmeye, Çalışanın, Aklını, Alırız, Akıllı, Olun

⁸³ Deşifre metni EK 4'tedir.

Şekil 15. Video 2'den bir kare



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video başlığı, video içinde geçen herhangi bir söz değildir ancak videonun ana fikriyle uyumludur. Videonun ana fikri, Türkiye'deki "bazı çevrelerin" "dış güçlerin" etkisinde olup, bu güçlerin yararına çalışmalarıdır. Diğer taraftan, başlıkta anılan güçlerin kimler olduğu veya Türkiye'deki hangi çevrelerin ya da kimlerin söz konusu dış güçlerin yararına çalıştığı belirtilmemiştir. Dolayısıyla, burada enformasyon eksiltimi olduğu görülmektedir.

Video tanımı, kurallı herhangi bir cümle içermemekte, videoya konusunu oluşturan kişi (Hrant Dink⁸⁴) ile ilgili çeşitli aşağılama ve küfür ifadeleri barındırmaktadır. Ayrıca video tanımında, Hrant Dink ve katili Ogün Samast⁸⁵ isim olarak geçmektedir.

Videonun etiketleri ise arka arkaya okunduğunda kurallı iki cümle içermektedir. Bu bakımdan, video içeriğinin bir animasyon olması, hazırlayan kullanıcının iyi düzeyde bir bilgisayar bilgisine sahip olduğu yönünde bir izlenim yaratıyor olsa da, video tanımı ve video etiketlerinin karşılıklı biçimde yanlış konumlanmış olması, video paylaşım ağının arayüzünün niteliksiz kullanıldığını göstermektedir. Video tanımında yer alması gereken bilgiler etiketlerde, etiketlerde yer alması gereken bilgiler ise video tanımında yer almaktadır.

⁸⁴ Hrant Dink (15 Eylül 1954, Malatya - 19 Ocak 2007, İstanbul), Ermeni kökenli Türkiye vatandaşı ve gazetecidir. 19 Ocak 2007 tarihinde genel yayın yönetmeni olduğu *Agos* gazetesinin Şişli'deki binası önünde uğradığı silahlı saldırı sonucunda hayatını kaybetmiştir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hrant_Dink , Erişim: 19.06.2012). Dink, Türkiye'de öldürülen 62. gazetecidir (<http://www.milliyet.com.tr/2007/01/19/son/sontur46.asp> , Erişim: 19.06.2012).

⁸⁵ Ogün Samast, 19 Ocak 2007 tarihinde, İstanbul'da *Agos* gazetesi binası önünde Ermeni asıllı gazeteci Hrant Dink'i Yasin Hayal'in azmettirmesiyle öldüren kişidir. Yasin Hayal, Ogün Samast'ı cinayete azmettirmesi nedeniyle ağırlaştırılmış müebbet hapis cezasıyla cezalandırılmıştır. Ogün Samast ise, cinayeti işlediğinde 17 yaşında olması nedeniyle Çocuk Mahkemesinde yargılanmış ve 22 yıl 10 ay hapis cezasına çarptırılmıştır (https://tr.wikipedia.org/wiki/Og%C3%BCn_Samast ve https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasin_Hayal , Erişim: 19.06.2012).

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun anlatım dili, espri, şaka, eğlence şeklinde özetlenebilir. Ancak videoya konu olan kişi, öldürüldükten sonra hazırlanmış bu videoda espri unsurlarının kullanılması kullanıcı türevli içerikler bakımından başlı başına problemleri bir alanı ortaya koymaktadır.

2. Sonuçlar

Hrant Dink'le ilgili olarak hazırlanmış ve hatta Hrant Dink'in hareketli görüntüsünün yer aldığı ve konuştuğu bu videoda, Dink cinayeti, meşru ve haklı gösterilmektedir.

3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

Videoya göre Hrant Dink, "Türkiye'yi karıştırmak" amacıyla düşmanlardan gelen talimatları uygulayarak *Agos Gazetesinde* yazmaya başlamıştır. Yazdıkları, söyledikleri, toplum tarafından benimsenmemekte ve istenmemektedir. Dahası, anlatıya göre, Dink bu yazıları zaten doğrudan "Türkiye'yi karıştırmak" amacıyla yazmıştır.

4. Bağlam Bilgisi

"Türkiye'yi karıştıran" yazılar yazan ya da sözleri olan kişiler sevilmeler ve hatta onlardan nefret edilir. Bu nefret, anlatıya göre milliyetçi kesimin "yürekli" üyeleri tarafından bazen kişinin yaşam hakkının elinden

alınması şeklinde bir cezalandırmaya kadar gidebilmektedir. Videoda belirtildiğine göre, Hrant Dink ve Orhan Pamuk⁸⁶, Sisi⁸⁷ gibi travestilerle birlikte olmayı sevdiklerinden, onlara karşı duyulan nefretin ikinci bir meşru alanı da bulunmakta ve transfobik nefret söylemi ortaya çıkmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Videoda kullanılan cümleler çoğunlukla aktif fiil cümleleridir. Kısa ve basit cümle yapısının benimsendiği, cümlelerin konuşma dilini andırdığı, nadiren devrik olup çoğunlukla kurallı olduğu görülmektedir. Ayrıca, videoda yer alan konuşma metni, bir tür hikaye anlatır gibi olduğundan, anlatıcının (animasyonla yaratılmış Hrant Dink) –di’li geçmiş zamanda çekimlenmiştir. Böylelikle öldürülmüş bir kişinin görüntüsü üzerinden, ortaya çıkmış olaylar değerlendirilmiş ve metonimi yapılarak Hrant Dink’in başına gelenler meşrulaştırılmış, Dink’in videoda “öldürülmeyi ben hakettim” demesi sağlanmıştır.

⁸⁶ Ferit Orhan Pamuk (7 Haziran 1952 , İstanbul), yazardır. Diğer edebiyat ödüllерinin yanı sıra 2006 yılında Nobel Ödülünü kazanmıştır. Kitapları 60 dile çevrilmiş, yüzü aşkın ülkede yayımlanmış ve 11 milyon baskı yapmıştır. Pamuk Nobel ödülünü alan ilk ve tek Türkiyelidir. Orhan Pamuk’un, *Das Magazin* adlı haftalık İsviçre dergisine yayınlanan röportajında, "Bu topraklarda 30 bin Kürt ve 1 milyon Ermeni öldürüldü. Benden başka kimse bundan bahsetmeye cesaret edemedi" şeklindeki açıklaması nedeniyle Türk Ceza Kanunu'nun 301. maddesinden ‘Türklüğe hakaret’ davası açılmıştır. İlk duruşması 16 Aralık 2005’te gerçekleşen bu dava, 22 Ocak 2006 tarihinde dava düşmüştür (https://tr.wikipedia.org/wiki/Orhan_Pamuk , Erişim: 19.06.2012).

⁸⁷ Gerçek adı Serhan Soylu olan, 1973 doğumlu kişidir. 1990’larda “Travestilerin Kraliçesi” olarak anılmış bir transseksüeldir (<http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=5021> , Erişim: 19.06.2012).

2. Bölgesel Uyum

Videonun, tarz olarak hikaye anlatımını benimsemesi nedeniyle cümlelerde genellikle hem nedensel ilişki hem de işlevsel ilişki bulunmaktadır. Hatta büyük ölçüde bütün cümlelerin birbirleriyle bağlantılı olduğu söylenebilmektedir. Cümlelerde referansal ilişkiler arandığında, genellemeler ya da sunulan genel yargıların çok sayıda olmadığı görülmektedir. Az sayıda ortaya çıkan referansal ilişkilerden bir örnek, “Fakat milliyetçi kesimin ne kadar yürekli olabileceği aklıma gelmemişti. Bana ‘akıllı ol’ dediler, ‘yoksa seni öldürürüz’” olabilir. Bu örnekte, Türkiye’deki tüm milliyetçiler “yürekli” olarak sunulmakta ve yürekli olmanın özelliklerinden biri olarak da, beğenilmeyen ya da rahatsız olunan sözlerin ve/veya yazıların sahiplerine yönelik öldürme, yok etme edimi sunulmaktadır. Böylelikle, Tanıl Bora’nın da belirttiği gibi (2011), öldürmenin bahanesi, ya da meşruiyet zemini hazırlanmaktadır.

3. Kelime Seçimleri

Videodaki cümlelerde kullanılan kelimelerin çok sayıda yan anlam ve metafor içerdiği saptanmıştır. İlk başta, “Siz kısacası bana ‘hıyar’ diyebilirsiniz.” cümlesinde “hıyar”, Orhan Pamuk’un soyadından hareketle “pamuk” sözcüğü sıfatlaştırılması sonucu ortaya çıkan “Pamuk Orhan” gibi sözcükler bireyleri aşağılamayı amaçlamaktadır. “Pamuk Orhan” ifadesinde yer alan pamuk, “çokomel” ifadesiyle birleşmekte, ve eşcinselliği tanımlayan bir sözcük olarak kullanılmaktadır. Eşcinsellik göndermesi için, kavram veya nesne isimleri dışında “Sisi” gibi kişi isimleri de kullanılmıştır. Ancak belirtmek

gerekir ki, eşcinsellik göndermesi her zaman kelimelerin yan anlamları üzerinden gerçekleşmemiş , “Sisi’yle çok sevişiyorduk. cümlesinde görüldüğü gibi düz anlam olarak da gerçekleşmiştir. Ancak hemen arkasından gelen cümlede yine yan anlam bulunmaktadır: “Devamlı veriyorduk birbirimize” cümlesindeki “vermek”, cinsel ilişkiye girmek anlamında bir yan anlamdır. Bir diğer metafor “zenci” metaforudur. Zencilerin çok büyük penise sahip olduğu efsanesine gönderme yaparak, Orhan Pamuk pek çok kez eşcinsel olarak konumlandırılmıştır. Videoda dikkat çeken bir diğer kelime ise “kan”dır. “Artık Türklerin asil kanına bile laf söyler hale geldim” cümlesi ile Hrant Dink’in kanı için “Kanım o kadar kalitesiz ve su karıştırılmıştı ki hemen boşalıverdi” cümlesi dikkate değerdir. Bu noktada Türklerin kanı asil, ancak Hrant Dink gibi Ermenilerin kanı ise “kalitesiz” olarak sunulmaktadır. Buradaki kalitesizlik vurgusuyla, bir metonimi yapılmakta ve Ermeniler “düşük ırk” olarak etiketlenmektedirler. “Kan” üzerinden yapılan bu göndermeler, Hrant Dink henüz hayattayken de yapılmıştır. Hatta 13 Şubat 2004’te yazdığı bir makalesi nedeniyle savcılığa yapılan şikayet dilekçelerinde yer alan Ermenileri kasteden ifade “Taşımış oldukları kanın şiarından olacak ki dış mihrakların da tahrikleri ile her fırsatta isyan ve ihanet içinde bulunmuşlardır. Hrant Dink, yazısında ırkçılık yaparak Asala terör örgütü ve Taşnak Komiteciliğini hortlatarak güzel ülkemizde... İsyana ve teröre teşvik amacı güderek huzuru bozmayı amaçlamaktadır” şeklindedir (Çetin, 2012:129). Çetin’in ulaştığı bu bilgi, hem Bora’nın linç rejiminin, meşrulaştırılarak ilerlediği saptamasını onaylamaktadır, hem nefret söyleminin nefret suçlarına

zemin hazırladığını kanıtlamaktadır, hem de ırkçılığın, diğer tarafı ırkçı göstererek ilerlediğini göstermektedir.

4. Retorik

Videoda ağız hareket eden Hrant Dink görseli dışında herhangi bir görsel öğeye yer verilmemiştir. Diğer taraftan inandırıcılık sağlayan başka bilgiler de sunulmamaktadır. Ancak videonun anlatım tarzı olarak hikayeyi benimsediği de bu noktada göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, videonun animasyon olduğu gerek görselin kendisi gerekse seslendirmeden anlaşılabilir. Bu nedenle videoyu hazırlayan kullanıcıların inandırıcılık amacı taşımadıkları, yalnızca iletmek istedikleri mesajı ilgi çekici bir biçimde iletmeyi amaçladıkları düşünülebilmektedir.

Video söylemi genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin Türklere ait olduğu ideolojisini benimsediği, Türkiye'nin "menfaatleri" dışında konuşan kişilerin hele ki "kan" temelli olarak ecdat, ırk, soy üzerinden Türk değilse sevilmecekları, nefret edilebilecekleri, aşağılık oldukları ve hatta cezalandırılmaları için öldürülebilecekleri ifade edilmektedir. Sevilmeyen, beğenilmeyen, hoş karşılanmayan sözler ise "ibne ibne konuşmak" olarak tanımlanmıştır. Kelime seçimlerinde değinilen sözcüklerin yanı sıra bu örnek de politik nefret söylemi ile cinsel kimlik temelli nefret söyleminin ve yabancılara yönelik nefret söyleminin bu videoda bir arada bulunduğunu göstermektedir.

Video 3⁸⁸:

Tablo 9. Video 3'le ilgili bilgiler

Başlık:	Yıl 2020 Türkiye 18 yaşındaki bir kızın 47 yaşındaki babasına sitemi !
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=MdeVUtgazw
Süresi:	6 dakika 22 saniye
Yüklenme tarihi:	26 Eylül 2009
İzlenme sayısı:	46.002
Beğenilme sayısı:	65
Beğenilmeme sayısı:	13
Yorum sayısı:	73
Tanımı:	YIL 2020 TÜRKİYE, 18 YAŞINDAKİ BİR KIZIN 47 YAŞINDAKİ BABASINA SİTEMİ !!!
Etiketleri:	kürt, türk, türkiye, kürdistan, apo, Atatürk, ulu önder, savaş, barış, yıl 2020, Bayrak, türkçülük, chp, akp, mhp, dtp, israil, işgal, gaziantep, şanlıurfa, istanbul, kuzey irak, irak, şehit, amerika, america, başbakan, recep tayyip erdoğan, kurt, başbuğ, biz kaç kişiyiz

Şekil 16. Video 3'ten bir kare



⁸⁸ Deşifre metni EK 5'tedir.

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video başlığı, video içeriğini tanımlar nitelikte olmakla birlikte, söz konusu “18 yaşındaki kız”ın babasına hangi konuda sitem ettiği ile ilgili bir bilgi vermemektedir. Bu bakımdan enformasyon eksiltimi olduğu görülmektedir.

Video tanımı, başlıkla aynıdır. Dolayısıyla tanım, videoya ilgili olarak başlıktan daha detaylı herhangi bir bilgi vermemektedir. Ancak tanımda, başlıkla aynı metin büyük harflerle yazılmıştır. Başlık ile bağlantılı bir biçimde ele alındığında, videoyu yükleyen kullanıcının, başlığı daha sonra bir kez daha yüksek sesle tekrar etmek istediği düşünülebilmektedir.

Video etiketleri, videoda geçen tarafları tanımlayacak niteliktedir. Hatta bu tanımlamanın oldukça geniş tutulduğu da söylenebilmektedir. Örneğin videoda herhangi bir parti adı sözlü olarak anılmazken, videonun hazırlanıp dolaşıma sokulduğu dönemin mecliste temsil edilen tüm partileri etiketlerde geçmektedir. Bunun dışında, videoda yer alan bazı il isimleri de (Örneğin Gaziantep, Şanlıurfa) etiketlerde yer bulmaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun dili, gelecekte (2020 yılında) ortaya çıkmış tablo karşısında hayal kırıklığı, sitem, ve “hesap sorma” barındırmaktadır.

2. Sonuçlar

2007 yılında hazırlanmış bir metin olduğu, başlangıcındaki yazıdan anlaşılan videoda, 13 yıl sonra, yani 2020 yılında Türkiye küçülmüş ve bölünmüştür. Bunun da ötesinde Türkiye, Amerika tarafından sömürgeleştirilmiştir, artık bağımsız bir devlet değildir. Öyle ki, Ankara sokaklarında Amerikan askerleri Türkleri dövmetedir.

3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

Türkiye, Kurtuluş Savaşı'nı geçirmiş ve “Atatürk” önderliğinde kurulmuştur. Daha sonra, videoya göre, Kürtler videoda anlatıldığı şekliyle “Türkleri öldürerek” Türkiye'yi bölüp, ayrı bir devlet kurmuş, Amerika ise “demokrasi getirmek” adı altında, zaten küçülmüş ülkeyi işgal etmiştir. Dönemin yurttaşlarını uyaran “Atatürk'ün hitabesi” “Atatürk'ün nutku” ve “İstiklal Marşı”, 2000'li yılların yurttaşları tarafından dikkate alınmamış, ortaya çıkmakta olan gelişmelere “dur” denilmemiştir.

4. Bağlam Bilgisi

Videoya göre Türkiye Cumhuriyeti dış ve i güçlerin işbirlikçiliği ile küçülmüş ve bölünmüştür. Videoda, bu duruma sessiz kalan dönem yurttaşlarına sitem edilmektedir. Diğer taraftan, ülkedeki bireylerin dinleri dahi değişmiş, bayrakta, ay yıldız yerine ha ve “anlamı bilinmeyen” renkler kullanılmış, camiler kapatılmıştır. Bu süreçte etkin rol oynayan Kürtler ve Amerikalılara kızgınlık vardır. Bu kızgınlık, söylemsel pratiklere nefret söylemi olarak yansımaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik zmleme

Videodaki cümlelerde çoğunlukla aktif yapı kullanılmıştır. Videodaki sözler, ya –mişli geçmiş zaman kipinde çekimlenmiş ya da o dönemin yurttaşlarından olan “baba”ya neden müdahale etmedikleri sorusu sorulmuştur. –mişli geçmiş zaman kipinin kullanılması, söz konusu bireyin 13 yıl öncesini (videodaki ilk görüntü “Beyin Andırı 2007’dir) doğrudan hatırlamayıp “tavan arasında bulduğu kitaptan” öğrendiği bilgileri babasına sormasından ileri gelmektedir. Cümleler çoğunlukla kurallı olmakla birlikte, soruların soran kişinin (18 yaşındaki kız) Türkçesi, daha çok uzun yıllar yabancı ülkelerde yaşamış kişilerde görülen bir aksan barındırmaktadır. Bu durum, videoyu seslendiren kişinin gerçek coğrafi konumundan kaynaklanabileceği gibi, videoya göre 2020 yılında tüm toplumsal kimliği dağıtılmış (lkesi küçülmüş, bayrağı değişmiş, dini değişmiş) bir topluluğun (Türkler) yesi olarak dilini de yitirmekte olduğu izlenimini yaratmaktadır.

2. Bölgesel Uyum

Video cümlelerinde çoğunlukla nedensel ilişki bulunmaktadır. Anılan unsurların hangi olaylar doğrultusunda gerçekleştiği genellikle izleyiciye sunulmaktadır. Cümleler arasında nedensel ilişki bulunmadığında ise referansal ilişki devreye girerek nedensel bağlantının izleyicinin yorumu üzerinden kurulması sağlanmaktadır. Cümlelerde işlevsel ilişki de bulunmaktadır. Arka arkaya gelen cümleler, birbirlerini tamamlar niteliktedir. “Bizim evin önünden tanklarla geçen Amerikan askerleri kim baba? Her gün bize hakaret ederek ve sizi her gördükleri yerde joblayarak demokrasi mi getirdiler baba? Bize okulda demokrasinin tanımını daha farklı öğretiler sanki.” cümlelerinde görüldüğü gibi, işlevsel olarak cümleler birbirleriyle bağlantılı ve birbirlerini tamamlar niteliktedir. Cümleler arasındaki referansal ilişki ele alındığında, pek çok cümlede durum tanımlanmakta ve ardından “baba”ya, dolayısıyla izleyiciye “neden” diye sorulmakta ve bu soruya izleyici tarafından yanıt verilerek, gerekli bağların izleyici tarafından kurulması beklenmektedir. Örneğin, “Küçükken herkesin beni Ayşegül diye çağırdığını hatırlar gibiyim. Şimdi neden bana Angel diyorlar? Benim kulağıma Angel ismini ezanla sen mi söyledin?” sorusu, aslında toplumda nasıl dönüşümler yaşandığını açıkça belirtmese de, referansal olarak izleyicinin boşlukları doldurması, isimler ile birlikte dinin de değiştirildiğini anlaması sağlanmaktadır.

3. Kelime Seçimleri

Videodaki kelime seçimleri, büyük çoğunlukla düz anlamda kullanılmıştır. Gelecekte geçmişe bakan bir video olarak 2000'li yıllara yapılan tarihsel göndermeler çok sayıda kullanılmıştır. Diğer taraftan 20. Yüzyılda yaşanan olaylarla ilgili tarihsel göndermeler ise, "Filistinlilerin zamanında topraklarını parça parça satarak İsrail'in kurulmasına sebep oldukları", "Kurtuluş Savaşı denen bir şey yaşamışız. Kitaba göre dünyanın gördüğü en şanslı savaşmış ve o savaşta Dört Milyon şehit vermişiz" gibi cümlelerle sınırlıdır. Metaforlar ise nadiren kullanılmıştır. "Her günüm cenaze, her günüm şehit. Bunların sebebi bir it oğlu it. Uyan Türk evladı, uyuma uyan! 30 Kuponla alınmadı bu vatan!" cümlelerinde "30 kuponla alınmadı" ifadesi, ülkenin zorluklarla kurulduğu ve bu zorlukların değerinin bilinmesi gerektiğini metafor üzerinden açık biçimde ifade etmektedir. Ölen askerlerin sebebinin "it oğlu it" olarak sunulması, videodaki "Kürtler" göndermesiyle birlikte ve soya atfedilen özel önemle birlikte ele alındığında, yalnızca PKK ve yandaşlarını değil, tüm Kürtleri hedef alır niteliktedir. İrk ve soya yapılan bir diğer gönderme Atatürk'ün "muhtaç olduğun kudret damarlarındaki asil kanda mevcuttur" sözünden hareketle ortaya çıkmakta, Türk kanının asaleti vurgulanmaktadır.

Tarihsel göndermelerin metafor olarak kullanılmasına bir örnek olarak "Ya Devlet başa, Ya kuzgun leşe' diyebilecek bir Hasan Tahsin⁸⁹, bir Şehit

⁸⁹ "Hasan Tahsin ya da gerçek adıyla Osman Nevres (d. 1881, Selanik - ö. 15 Mayıs 1919, İzmir), 15 Mayıs 1919 tarihinde İzmir'e çıkartma yapan, seçkin askerlerden oluşan Yunan Efzon Alayı işgal

Şahin⁹⁰, bir Sütçü İmam⁹¹ yok muydu aranızda?" cümlesine bakılabilir. Bu cümlede anılan tüm kişiler, Kurtuluş Savaşı sırasında farklı cephelerde ün kazanmış ve bu nedenle mitleşmiş kişilerdir.

4. Retorik

Videoda görsel kullanımı oldukça yoğundur. Hemen hemen her cümleyle ilgili olarak, cümlenin anlamını güçlendiren bir görsel kullanıldığı söylenebilmektedir. Her ne kadar, bayraktaki ay-yıldızın değişip, bayrağın haç işareti ve "anlamı bilinmeyen renkler"den oluştuğu ifade edilirken Scientology⁹² tarikatına bağlı olarak gönüllü hizmet veren topluluğun logosunun görsel olarak kullanılması, videodaki görsel seçiminin her aşamasında özenli davranılmadığını gösterse de Scientology gönüllü hizmet topluluğunun logosunun haçtan besleniyor olması, videoda anlatılmak istenen mesajın ortaya konabilmesini olanaklı kılmaktadır. Ülkenin bölündüğünü ifade eden "Kürdistan haritası" da videoda birden çok kere kullanılmıştır. Böylelikle videoda yaratılan kurguyla ilgili inandırıcılık

askerine, Kordonboyu'ndan ilk kurşunu sıkarak Türk direnişini başlatan ulusal sembol kişi"dir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hasan_Tahsin , Erişim: 19.06.2012).

⁹⁰ "Şahin Bey (1877 - 1920) Antepli Şahin Bey de İstiklâl Harbinin aziz şehitlerindedir. Tek başına düşmana meydan okumuş, "Düşman arabaları cesedimi çiğnemedi Antep'e giremez." demiştir" (<http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=3102> , Erişim: 19.06.2012).

⁹¹ Asıl adı İmam Ali olan Sütçü İmam, 31 Ekim 1919'da Fransız-Ermeni lejyonerlere ilk kurşunu atarak, Kurtuluş Savaşı'nın Kahramanmaraş'taki ilk hareketini başlatmıştır (https://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%Bct%C3%A7%C3%BC_%C4%B0mam_Ali , Erişim: 19.06.2012)

⁹² "Scientoloji, ABD'li bilim kurgu yazarı L. Ron Hubbard tarafından geliştirilen bir inanç ve buna bağlı uygulamaların bulunduğu bir din akımı. Başlarda Hubbard tarafından kişisel gelişim için hazırlanan bir felsefe iken daha sonra bir dini akıma dönüşmüştür" (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Scientoloji> , Erişim: 19.06.2012).

sağlanırken, diğer taraftan farklı konular sözlü olarak ele alınırken yine bu görselin kullanılmasıyla, sözlü belirtilmeyen bağların izleyiciler tarafından kurulması sağlanmıştır. Örneğin, “İsrail’in topraklar satın alarak kurulması” bilgisinden hemen sonra “Türkiye’nin topraklarının satıldığı ve ülkenin bu nedenle küçüldüğü” söylenmekte, bu sırada yine “Kürdistan haritası” görseli kullanılmaktadır. Böylelikle, toprakların Kürtlere satıldığı anlamı çıkmaktadır. Bu kurgu ile de İsrail devletinin kurulması olayına göndermede bulunulmakta, Anti-Semitizm de üretilmektedir. Burada üzerinde durulması gereken, bu bilginin, videonun başka bir noktasında “Kürtlerin Türkleri öldürerek ayrı bir devlet kurduğu” iddiası çelişir nitelikte olmasıdır. Değnilmesi gereken bir diğer unsur, yine sıklıkla kullanılan asker üniforması giymiş çocuk görselidir. Fotoğrafın arka planına bakıldığında, bu çocuğun bir asker cenazesinde olduğu izlenimi doğmaktadır. Bu da, hem ülkenin verdiği asker kayıplarına, hem de “her Türk asker doğar” sözüne gönderme yapmaktadır.

İnandırıcı bilgiler olarak, sözlü metinde İsrail’in toprakları satın alarak kurulduğu bilgisi verilmiş, böylelikle tarihsel olaylar referans gösterilmiştir. Yine bu sırada İsrail’in yıllar içindeki haritaları görsel olarak sunulurak inandırıcılık sağlanmıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, bugünkü yetişkinleri temsil eden “baba”ya bir kızgınlık ve kırgınlık barındıran videoda nefret, Kürtler ile Türkiye’yi işgal etmiş Amerika ve Amerikalılara yönelmektedir. “Baba” metaforu üzerinden 2007-2009 tarihlerinde yetişkin olan Türk erkeklerine

kızılsa da ondan nefret edilmemektedir. Kızgınlığın ya da sitemin kaynağı, “baba”nın sessiz kalmış olmasıdır. Ancak videoya göre Türkiye’nin başına gelen olumsuzluklar (işgal, küçülme, bölünme) o dönem (Amerika) ya da videodaki anlatıya göre 2020 yılında artık (Kürtler) ülke dışında olan ülkeler ve topluluklardan kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan ortaya çıkan nefret, tamamiyle kurgusal olaylar zinciri sonucunda ortaya çıkmıştır. Denilebilir ki bu kurgulama zaten nefret üretmek için gerçekleşmiştir. Nefretin doğal kaynağı olan olaylar, gerçekte tam olarak olmamış, yaratılmış ve daha sonra bu yaratılan olaylar üzerinden nefret ortaya çıkmıştır.

Video 4⁹³:

Tablo 10. Video 4’le ilgili bilgiler

Başlık:	Çılgın Türkler Bitmez Bizde!!!
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=jnLa7AjWLNU
Süresi:	2 dakika 33 saniye
Yüklenme tarihi:	4 Ocak 2008
İzlenme sayısı:	74.618
Beğenilme sayısı:	237
Beğenilmeme sayısı:	77
Yorum sayısı:	345
Tanımı:	indirmek için tıkla: http://rapidshare.com/files/130568110/_lggn_TRKLER_Bitmez_Bizde_av__305__abdp... Miraç Taha HUN Çılgın Türkler Bitmez Bizde miraç taha Çılgın Türkler Bitmez Bizde türkçe rap diss ultraslan titretti felsefe intikam galatasaray sagopa kajmer TÜRKSEN İZLE!!!İZLET!Miraç Taha çılgın TÜRKLER bitmez bizde ulu önder MUSTAFA KEMAL ATATÜRK tayyip erdoğan adalet ve kalkınma partisi milliyetçi MÜTHİŞ SLAYT,ANTİ PKK TÜRKİYET karub ÜRKLERİNDİR,ŞEHİTLER ÖLMEZ.TÜRKİYE SLAYT ANTİ

⁹³ Deşifre metni EK 6’dadır.

	<p>PKK ŞEHİTLER ÖLMEZ hareket partisi devlet bahçeli başbuğ türkeş türkçe rap pkk amerika ermenistan yunanistan avrupa birliği diss...TURKIYE TURKEY TURK ASKER VATAN IRAK BAYRAK PKK LESI OLU OPERASYON PESMERGE GERILLA KURT DAGLICA PIC APO APOS OCALAN TURK ASKERININ OLDURDUGU PKK LESLERI DOGU AMERIKA BUSH TRABZON GIRESUN SAMSUN ORDU YAYLA ISMAIL TURUT PLAN YAPMAYIN PLAN KAZIM KOYUNCU terör örgütünün kıydığı canlar,NE MUTLU TÜRKÜM DİYENE asena pkk türkiyem PKK,Pesmerge,Militano,Apo,Serok,Gerilla, Barzani,KÜRDİ STAN,DTP,HADEP BIJI SEROK APO...PKK Pesmerge Militano Apo Serok Gerilla DELİLA ZİLAN HPG PJAG PKK GERİLLA SEHİT {By AGİT BATMAN} delila zilan kurdistan gerilla apo kürt kürtler dinleyin pkk...Kürt kürtler dinleyin Murat Karayilan Avrupadaki Kürt halkina sesleniyor...PKK HPG PJAK KCK Abdullah Ocalan Murat Karayilan Öcalan Gerilla Guerrilla Serhildan Kurdistan PEshmerge Kurdish Amed TSK PKK kampları böyle vuruldu...PKK kampları böyle vuruldu mehmetçiyin pkkya ölüm kusturuşu video...pkk kaçıyor www.gizlibelge.com...PKK terorist kurdistan kurd kurt namaz bordo bereli...bordo bereli ALPASLAN TÜRKEŞ...göynük bolu mhp türkeş pkk Kahrolsun PKK orospu çocuğu BEŞİKTAŞ...pkk anti-pkk bursaspor beşiktaş kartal texas timsah texas bursa ccc tsc KURTLAR VADISI TERÖR 1.BÖLÜM...kurtlar vadisi terör catisma pkk pesmerge türk askeri türkiye hattersheim okriftel frankfurt aksaray istanbul seh www.gizlibelge.com...pkk kurt namaz islam din fethullah gulen kurdistan kurd ŞEREFFİZLER BİLSİNLER BİZ HEP BURDAYIZ.PKK LEŞ ÇATIŞMA OPERASYON HELİKOPTER DOGU ŞEHİT BAYRAK İHANET ALÇAK KARANLIK Ako feat. Kerim - Cirpinirdi Karadeniz.Kahrolsun PKK milli maç cCc_Bozkurt_cCc-Mehmetcik...mhp türkiye turkey bozkurt ülkücü atatürk bahçeli apo pkk Alparslan Türkeş Ya sev yaterk et!!!!...atatürk bayrak milliyetçi hip hop rap pkkya ölüm yazalım ferman kahrolsun pkk apo piçleri türkiye röntgen radyoloji ege Sehitlerimiz kani yerde kalmayacak inshallah.[C*][cCc]TÜRKİYE[cCc][C*] PKK is killing innocent people in Turkey which cannot be excused.Fucking terrorists! This rap is a DISS to PKK kahrolsun pkk hain pkk SEHİTLER ÖLMEZ VATAN BÖLÜNMEZ...sehtiler kahrolsun pkk vatan Türk ordusu türk askeri pkk operasyonu turkish army cyprus By 1940, Turkish Air Force had more than 500 combat Hava Eğitim Komutanlığı Air Education MEHMETCİK,PKK,KÜRT,TÜRK,BJK,GS,FB,MLT,ÇA RŞI,ELAZIĞ,ANKARA,İSTANBUL,SPOR,DÖVÜŞ,KA VGA,LİSE,OROSPU Command bordo bereli komadolarimiz bakin nasil pkk itler Türk askeri operasyon...pkk lesleri catisma esir terorist bilgi veriyor TURKIYE TURKEY TURK ASKER VATAN IRAK BAYRAK PKK LESI OLU OPERASYON</p>
--	--

	<p>PESMERGE GERILLA KURT DAGLICA PIC APO APOS OCALAN TURK ASKERININ OLDURDUGUPKK LESLERI DOGU AMERIKA BUSH TRABZON GIRESUN SAMSUN ORDU YAYLA ISMAIL TURUT PLAN YAPMAYIN PLAN KAZIM KOYUNCU IZLE PKK PICI umudumuz gerilla biji gerilla biji hpg bijikurdistan...gerilla pkk serok apo hpg pjak başkan hazro amed dersim kurdistan berzani Kandil Dagi Pkk Kamplari Kandil Dagi Pkk Kamplari olduruluyor galatasaray fenerbahçe beşiktaş trabzonspor futbol maç am sik göt sex yarrak orospu AMCIK PKK IPNELERI HER SEY VATAN ICIN FUCK PKK FUCK PKK DAGDA KI AYILAR SIKILMEYE BEKLIYOR...türkiye kürdistan bozkurt pkk KCK Baskani Murat Karayilan (PKK GPH PJAK) Ve Kurd HalkiMurat Karayilan Avrupadaki Kürt halkina sesleniyor.PKK HPG PJAK KCK Abdullah Ocalan Murat Karayilan Öcalan Gerilla Guerrilla Serhildan Kurdistan PEshmerge Kurdish Amed TSK in.1957ÖCALAN.AGİT,ZİLAN,APO,PKK,HPG,SE RHDAPÖ PKK HPG DİYAR VİYAN AGİT ZİLAN PKK kürdistanlılara kutlu olsun serhado yan mirin diyabekir pkk hpg gerilla kürdistan amed dersim hiphop isvicre gece pkk...kürt-pkk-terorist irak ölen pkk lı yaratıklar PKK,Pesmerge,Militano,Apo,Serok,Gerilla, Barzani,KÜRDI STAN,DTP,ahmet kaya piçi HADEP BIJI SEROK APO...PKK Pesmerge Militano Apo Serok Gerilla ayyildiz records eko fresh alpa gun summer cem xatar Adana Adıyaman Afyonkarahisar Ağrı Aksaray Amasya Ankara Antalya Ardahan Artvin Aydın Balıkesir Bartın Batman Bayburt Bilecik Bingöl Bitlis Bolu Burdur Bursa Çanakkale Çankırı Çorum Denizli Diyarbakır Düzce Edirne Elazığ Erzincan Erzurum Eskişehir Gaziantep Giresun Gümüşhane Hakkari Hatay Iğdır Isparta İstanbul İzmir Kahramanmaraş Karabük Karaman Kars Kastamonu Kayseri Kırıkkale Kırklareli Kırşehir Kilis Kocaeli Konya Kütahya Malatya Manisa Mardin Mersin Muğla Muş Nevşehir Niğde Ordu Osmaniye Rize Sakarya Samsun Siirt Sinop Sivas Şırnak Tekirdağ Tokat Trabzon sagopa kajmer ceza diss</p>
Etiketleri:	miraç, taha, Çılgın, Türkler, Bitmez, Bizde, türkçe, rap, diss, ultraslan, titretti, felsefe, intikam, galatasaray, sagopa, kajmer, apo

Şekil 17. Video 4'ten bir kare



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Video başlığı, video içeriğindeki şarkıdan alınmış bir sözdür. Bu söz, 2 dakika 33 saniye uzunluğundaki videonun 1 dakika 33. saniyesinde geçmektedir. Dolayısıyla video içeriğini tam olarak tanımladığı söylenememektedir. Bu bakımdan video başlığında enformasyon eksiltimi bulunmaktadır. Diğer taraftan, “biz” olarak tanımlanan Türkler arasındaki “çılgın” kişilerin çok sayıda olduğu ve “bitmeyeceği” bilgisi, genelleştirme yapıldığını göstermektedir.

Video tanımı, videonun içeriğiyle doğrudan ilgili bilgi vermemektedir. Ancak, YouTube’da yer alan standart bir tanımlamadan çok uzun tutulduğu belirtilmelidir. Ayrıca, uzunca yazılmış sözcükler veya sözcük öbekleri aslında videoya izleyici çekmeye yönelik birer anahtar sözcük göreviyle yazılmıştır. Öyle ki sözcüklerin aralarında spor takımları, il isimleri gibi videonun

konusuyla hiçbir bağlantısı olmayan sözcükler de vardır. Tanım kısmının başında ayrıca [Rapidshare](#)⁹⁴’de yer alan şarkı dosyası bulunmaktadır. Bu da, şarkının dolaşıma girmesinin artması amacının taşındığını göstermektedir.

Etiketler, şarkıcı ve konuyla kısmi bağlantı taşımaktadır. Ancak yine, “galatasaray” gibi konuyla doğrudan bağlantısı olmayan etiketlere de yer verilmiştir. “galatasaray” etiketinin, şarkı sözlerinde geçen spor takımı göndermesiyle bağlantılı olabileceği düşünülebilmektedir. Ancak, diğer büyük pek çok spor/futbol takımına etiketlerde yer verilmemiştir.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun anlatım dilinin kızgın ve hırçın olduğu söylenebilmektedir. Ortaya çıkan öfke, videonun izlenmesinde kilit role sahip olduğu ve videonun öfkeyi haykırma amacı taşıdığı düşünülmektedir.

2. Sonuçlar

Video, “Türk’ün Türk’ten başka dostu yoktur” görüşünü benimseyecek şekilde, Türkler dışındaki tüm ülkeler ve uluslar, Türkiye’nin ve Türklerin düşmanları olarak sunmaktadır. Videoya göre, Türkler, kendi ırklarına

⁹⁴ Rapidshare, dosya paylaşım sitesidir. Bağlantı adresine sahip bir kullanıcı, bu siteden başka bir kullanıcının yüklediği içeriği edinebilmektedir.

güvenmeli, başka kimseye güvenmemeli ve her daim düşman eylemlerine karşı hazırlıklı olmalıdır.

3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

Videoya göre, Avrupalılar, Amerikalılar, Yunanlar, Fransızlar ve Ermeniler, özlüce Müslüman olmayan çeşitli uluslar çeşitli zamanlarda Türkiye'ye çeşitli kötülükler/hainlikler yapmışlardır ve yapmaktadırlar. Dolayısıyla güvenilmezdirler. Burada ele alınan kötülük ya da hainlikler, tarihteki işgaller değil, daha çok politik düzeyde yapılan eylemlerden ileri gelmektedir.

4. Bağlam Bilgisi

Videoda güvenilmez olarak tanımlanan topluluklara yönelik nefret ortaya çıkmıştır. Videoya göre bu nefret meşru bir nefrettir. Videoya göre, Türk olmayan çeşitli ulusların ne kadar kötü, Türklerin ne kadar iyi ve doğru olduğu vurgulanırken ırkçılık, yabancılara yönelik, inanç temelli ve cinsel kimlik temelli nefret söylemi bir arada bulunmaktadır. Bu noktada, videonun amacı ya da konusunun cinsel kimlik temelinde olmadığı, Türk olmayan ülke ve toplulukları kötülemek, aşağılamak için eşcinselliğin kullanılmasının cinsel kimlik temelli homofobik nefret söylemi yarattığı söylenebilmektedir.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

Cümle yapıları, çoğunlukla isim cümlesinden oluşmaktadır. Dolayısıyla pek çok cümlede aktif veya pasiflikten söz edilememektedir. Fiil cümlelerinde ise, aktif yapının benimsendiği görülmektedir.

Cümle yapıları devrik olmakla birlikte, şarkı sözü olmaları nedeniyle kısa cümlelerden oluşmaktadır. Dolayısıyla cümleler basit olarak tanımlanabilmektedir. Bu noktada, “Kudurmuş köpeğe ötenazi uygula”, “Ey şehit oğlu, irkil ve dik dur”, “Ecdadını bil”, “Özünle has dur” gibi emir kiplerinin çok sayıda olması da göz önüne alınmalıdır. Bu cümle tipinde, zaten pasif olma olasılığı yoktur. Diğer taraftan, video söylemi herhangi bir olayı aktarmamakta, Türk olmayanlarla ilgili çeşitli sıfatlarla betimlemeler yapmakta ve bu doğrultuda Türklere çeşitli talimatlar vermeyi amaçlamaktadır.

2. Bölgesel Uyum

Videodaki cümlelerde nedensel ilişkinin bulunmadığı görülmektedir. Cümlelerde pek çok yargı bulunmasına karşı, bu yargıların hangi eylemler, olaylar nedeniyle oluştuğu açıklanmamakta, doğal bir önerme olarak sunulmaktadır. İşlevsel ilişki incelendiğinde, videodaki cümleler arasında çoğunlukla işlevsel ilişkinin bulunduğu görülmektedir. Örneğin, “Günah çıkarmayın. Günahın pis izi yapıştı sizlere. İz çıkmaz ki. Daha çok işgal et, daha çok yok et. Kilisede vaftiz kurtarmaz sizi” cümleleri ardışık cümlelerdir. İşlevsel ilişki bakımından “onların” günahkar olmalarının nedeni

gerçekleştirdikleri işgallerde yatmaktadır. Referansal ilişki açısından incelendiğinde, bahsi geçen toplulukların genellemeler eşliğinde sunulduğu, dolayısıyla topluluk üyelerinin tümüyle ilgili yargılar taşıdığı görülmektedir. Videoya göre Türkler için Avrupalılar ve Amerikalılar dış düşman, Ermeniler ise hem iç hem dış düşmandır. Belirtmek gerekir ki, videoda Kürtleri genelleyen bir ifade geçmemekte, geçen “maşa”, “kukla”, “devlet mi kuracaksın” gibi ifadeler de Kürtleri genellemeyerek PKK⁹⁵ özelinde dile getirilmektedir. Öte yandan, “bir Türk cihana bedel”, “ecdadını bil” gibi ifadeler Türklüğü yüceltmekte ve videonun iddiasına göre “düşmanlarla çevrili” Türkiye’deki nüfusun ciddi bir kısmını yok saymaktadır.

3. Kelime Seçimleri

Kelime seçimleri incelendiğinde, çoğunlukla düz anlamın kullanıldığı, nadiren “kukla”, “maşa” gibi yan anlamda kullanıldığı görülmektedir. Ancak, “it”, “köpek” gibi kelimeler, adandıkları ulusları (videonun başında Amerikalılar, ortasında Yunanlar) aşağılamak için sıklıkla kullanılmıştır. Yine sık kullanılan bir diğer sözcük “ecdat” sözcüğüdür. Videoya göre ecdat, (soy, “saf” ırk), Türklerde asil bir biçimde bulunurken, Amerikalılarda yoktur. “Avrupa dediğin, cenabet yolu... Hepsi tam kırık, ibne, gey dolu” cümlesinde

⁹⁵ Kürdistan İşçi Partisi (Kürtçesi: *Partiya Karkerên Kurdistan*) olarak tanımlanan, bağımsız Kürdistan devleti kurma fikriyle 1978 yılında kurulmuş ve bu amaçlı silahlı mücadele faaliyetlerinde bulunmuş örgüttür. PKK, pek çok ülke ve uluslararası kuruluş tarafından “terör örgütü” olarak tanımlanmaktadır. PKK, 7. Parti kongresinde, bağımsız Kürdistan fikrinden vazgeçtiğini açıklamıştır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/PKK>, Erişim: 15.06.2012).

Avrupalılar “pis, kötü, hoşlanılmayan”⁹⁶ olarak tanımlanmakta, eşcinsellik göndermesi üzerinden bu topluluklardan hoşlanılmaması meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu noktada, Türk, eşcinsellikten hoşlanılmayan, onaylamayan kişidir. Diğer taraftan “cenabet” sözcüğü “dinin buyurduğu biçimde henüz yıkanmadığı için temiz sayılmayan kimse” anlamına gelmektedir. Dolayısıyla videoya göre Avrupalılar istenmemekte, Avrupa Birliği üyeliği de Türkiye’ye uygun olmamaktadır.

4. Retorik

Videonun retoriğinde, sözlü olarak ifade edilen unsurlarla ilgili çeşitli görsellerin kullanıldığı görülmektedir. Bu görseller bazen sadece bir bayrak ya da haç gibi bir sembol olsa da, bazen haberlerden alınmış ya da haber değeri taşıyacak nitelikte görsellerdir. Dolayısıyla videoda oluşturulan söylem, görsel destekleriyle inandırıcılık kazanmaktadır. Görseller dışında inandırıcı bilgilere yer verilmemektedir. Diğer taraftan bazı görseller, inandırıcılık yaratmaktan uzak, sadece tehditkar ya da militarist görsellerdir. Silah tutan asker görselleri, PKK üyesi olduğu düşünülen militan cesetleri bunlardan bazılarıdır.

Bazı öğelerde söz ile görüntü birbiriyle uyumsuzdur. Ancak bu aslında bir çelişkiyi değil, sözün neye yönelik söylendiğini belirtmektedir. Örnek olarak “hepimiz Türk, hepimiz Mehmet’iz” sözüne bakılabilir. Bu söz sırasında

⁹⁶ Cenabet sözcüğü, TDK sözlüğünde “pis, kötü, hoşlanılmayan” ve “cünüp” anlamı üzerinden “dinin buyurduğu biçimde henüz yıkanmadığı için temiz sayılmayan kimse” olarak tanımlanmaktadır (Kaynak: tdk.gov.tr, Erişim: 14.06.2012).

videoda gösterilen görüntü, Hrant Dink'in katlini protesto eden kişilerin taşıdığı "Hepimiz Hrant'ız, Hepimiz Ermeniyiz" pankartıdır. Böylece Dink'in öldürülmesini protesto edenler de küçültülmekte ve aşağılanmaktadır.

Video söylemi genel olarak değerlendirildiğinde, Türklüğü ırk üzerinden yücelten ve Türk olmayan toplulukları "kötü", "hain" ya da "düşman" olarak sunan bir ideolojinin benimsendiği, böylelikle de "kötülük yapan sevilmmez" düşüncesinden hareketle nefret söylemi ürettiği görülebilmektedir.

Video 5⁹⁷:

Tablo 11. Video 5'le ilgili bilgiler

Başlık:	The Last Days of Europe ⁹⁸
URL:	http://www.youtube.com/watch?v=RbGz6iHcbTU
Süresi:	1 dakika 57 saniye
Yüklenme tarihi:	24 Ağustos 2007
İzlenme sayısı:	474.264
Beğenilme sayısı:	3.265
Beğenilmeme sayısı:	1.599
Yorum sayısı:	11.454
Tanımı:	Europe as we know it today is dying slowly because of the apathy of it's own native people. The children of tomorrow will study at school about "the once great civilization" which have vanished in the middle of 21 century. ⁹⁹
Etiketleri:	Europe, islam, ottoman, EU, danger, civilization ¹⁰⁰

⁹⁷ Türkçe deşifre metni EK 7'dedir.

⁹⁸ Türkçe çevirisi: Avrupa'nın Son Günleri

⁹⁹ Türkçe çevirisi: Bugün bildiğimiz Avrupa, kendi yerli insanların ilgisizliği nedeniyle yavaşça ölüyor. Yarının çocukları okullarda, 21. yüzyılın ortalarında ortadan kayolan "bir zamanların büyük medeniyeti" ile ilgili çalışmalar yürütecekler.

¹⁰⁰ Türkçe çevirisi: Avrupa, islam, Osmanlı, AB, tehlike, medeniyet

Şekil 18. Video 5'ten bir kare



A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

“Avrupa'nın Son Günleri” başlığı, video ile uyumlu bir biçimde Avrupa'nın sonunun gelmekte olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır. Videoda, yaklaşan sonun, Avrupa genelinde Müslüman nüfusun artmasından kaynaklandığı iddia edilmektedir. Ancak, başlık izleyiciye bu bilgiyi vermemektedir. Bu nedenle başlıkta enformasyon eksiltimi olduğu görülmektedir.

Video tanımı, video içeriğini ve başlığı olumlayarak izleyicilere başlıktan biraz daha ayrıntılı bilgi vermektedir. Ancak başlıktaki enformasyon eksiltimi, videonun tanımında da devam etmektedir. Öyle ki bu tanım, Avrupa'nın sonunun Müslüman nüfusun artışından kaynaklanacağı iddiasında bulunmaktadır.

Video etiketleri ise, videoda adı geçen temel aktörleri sıralamaktadır. Başlık ve tanıtımda ortaya çıkmış olan enformasyon eksiltimi etiketlerde kısmen giderilmiştir. Etiketler arasında “İslam (*islam*)” ve “Osmanlı (*ottoman*)” ifadelerine yer verilmiştir. Video, Osmanlı’yı geçmişten bir örnek olarak sunarak, parça bütün ilişkisi kurmakta; Avrupa kültürünün İslamileşeceğini ifade etmektedir. Videoda, Avrupa’nın “tehlike altında olması”nın temel kaynağı olarak, özellikle yasadışı bir biçimde Avrupa’da ikamet eden Müslüman nüfus sunulmaktadır.

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Videonun anlatım dili

Videonun dilinin “panik” ve “korcu” dili olduğu söylenebilmektedir. Dilin bu şekilde kullanımıyla, Avrupa uygarlığı için karamsar bir gelecek tasarımı çizilmektedir.

2. Sonuçlar

Videoya göre, Müslümanlar “akınlar” halinde Avrupa’ya gelmekte ve yasadışı bir biçimde Avrupa’da ikamet etmektedirler. Videoya göre sayıları gittikçe artan Müslümanların, Avrupa’da söz sahibi olmalarıyla birlikte Avrupa kültürü ve yaşam tarzı dönüşecek ve mevcut Avrupa medeniyeti, yaklaşık olarak 50 yıl sonra artık olmayacaktır.

3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

Tarih boyunca Avrupa, Müslüman akınlarıyla karşı karşıya kalmıştır. Önce İber yarımadası¹⁰¹, daha sonra da Osmanlı Devleti tarafından *Constantinople*'un (Güncel ismiyle İstanbul) alınması¹⁰² ile Avrupa'nın belli bölgelerinde, videonun durum tanımıyla "İslami karanlık" çağı başlamıştır. Geçmişte savaşlarla ve kuşatmalarla kısmi olarak gerçekleşmiş "Avrupa kuşatması", günümüzde Müslüman sivil göçmenler ile gerçekleşmektedir. Videoya göre, Müslümanların yönetimde olduğu ülkelerde şeriat rejimi hükümleri uygulanmakta, heykeller gibi güzel sanatlar eserleri yıkılmakta, kiliseler gibi Hristiyan dünyasına ait ibadethaneler camilere dönüştürülmektedir.

Burada, mit kavramını da anımsamak yararlıdır. Mit, "İmgelemsel ama çok etkili doğa üstü güçlerin dünyasını nesnel(yani yaşantılanan) yaşam olgularıyla sürdürülebilir bir işbirliğine sokan estetik bir araç[tır]. Böylelikle hem bilinçdışı tutkular için hem de bilinçli zihin için uyumlu bir gerçeklik duygusu uyandırılır" (Mutlu, 2004). Video anlatısında batı medeniyeti ve karşısında "barbar Müslüman" miti ortaya çıkmaktadır. Bu mit ile, İslam, "yıkım" ile özdeşleştirilmekte ve bir gerçeklik yaratılmaktadır..

¹⁰¹ Günümüzde Fransa, İspanya ve Portekiz'in bulunduğu İber Yarımadası'na, 711 yılından başlayarak Müslüman akınları olmuştur. Bu akınlar sonucu Emevi Devleti, yarımada da çeşitli bölgeleri kontrolü altında almıştır. Bu bölgelere "Endülüs" adı verilmektedir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/End%C3%BCl%C3%BCs> , Erişim: 19.06.2012).

¹⁰² *Constantinople*, 29 Mayıs 1453 tarihinde Osmanlılar tarafından ele geçirilmiştir. Şehir, İstanbul adını 17. Yüzyılda almıştır (<https://en.wikipedia.org/wiki/Constantinople> , Erişim: 19.06.2012).

4. Bağlam Bilgisi

Videoya göre Müslüman nüfus, yerleştikleri Avrupa lkelerinin kültür ve yaşam tarzına uyum sağlamak yerine kendi yaşam tarzlarını uygulamaya devam etmektedirler. Bundan tr, Avrupa sokaklarında “arşafalı kadınlar”, “kin dolu gözlerle bakan sakallı ve cbbeli erkekler” görülür olmuştur. Dolayısıyla videoda sayıları git gide artan Müslüman nüfusun Avrupa’daki varlığı, Avrupa medeniyeti ve Batılı yaşam tarzını tehdit eden en büyük faktörlerden biri olarak sunulmaktadır. İslam ve Müslüman nüfus, mevcut Avrupa medeniyetinin sürdürülebilmesine yönelik büyük bir tehdit kaynağıdır. Müslüman nüfus, Avrupa’dan nefret etmekte ve tıpkı İslam dininin egemen olduğu bir takım ülkelerde olduğu gibi Avrupa’yı dönüştürmek istemektedirler. Dolayısıyla, Avrupalıların tehdit karşısında bilinçli olması gerekmekte ve medeniyet ve yaşam tarzlarını tehdit eden bu insanların, geçmişte yaptıkları gibi Avrupa’yı ele geçirme girişimlerini “yine yapmaları”nın önüne geçilmelidir. Tüm Müslüman nüfusu, din üzerinden etiketleyerek tek tipleştirme yoluna giden bu videoda, İslam karşıtı inanç temelli nefret söylemi görülmektedir.

Bu islam karşıtı nefret söylemi hiç kuşkusuz bu videoya özgü değildir. Avrupa uygarlığında İslamofobi, çok çeşitli kültür ve sanat eserlerinde üretilenlerdir.¹⁰³ Avrupa kültüründe edebiyat eserleri ile kültür ve sanat

¹⁰³ Müslüman toplum ve Araplar, medyada bombacı, milyarder veya göbek dansçısı olarak temsil edilmektedir. Bu durum Thomas Edison’un 1897’de Kinetoskop ile yaptığı ve dansöz kıyafetleriyle erkek izleyicileri baştan ıkama amacı taşıdığı iddia edilen kısa film kaydından beri devam etmektedir. Filmlerde yer alan dansöz stereotipinin bu ilk örneğinden sonra, özellikle 1970’li yıllarda ortaya çıkan

eserlerinde süregiden İslamofobi'yi referans alarak nefret söylemini doğal kılmaktadır.

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

İngilizce hazırlanmış ve söz barındırmayan videoda cümleler alt yazı olarak verilmiştir. Bu cümlelerin çoğunlukla aktif yapıyı benimsediği görülmektedir. Ancak cümlelerde özneler doğrudan tanımlanmayarak 3. çoğul şahıs olarak geçmektedir. Diğer taraftan, videoda anılan onların kimler olduğu görsel olarak gösterilmektedir. Videodaki cümle yapılarının kurallı ve basit olduğu görülmüştür.

2. Bölgesel Uyum

Videoda yer alan cümlelerde, nedensel ilişkinin tam olarak kurulmadığı görülmektedir. Videoya göre, Müslüman göçmenler çeşitli zamanlarda Avrupa'nın çeşitli yerlerini kuşatmış ve/veya fethetmiştir. Ancak bu kuşatmaların nedenleri, dönemlerin koşulları izleyicileri sunulmamış, tarihi bilgi ve izlek eksiltirmiştir. İşlevsel ilişki değerlendirildiğinde, videoda anlatısında cümlelerin birbirlerini izlediği ve tamamladığı görülebilmektedir. Diğer taraftan, gösterilen görsellerle yazılı cümlelerin de birbirlerini tamamladığı görülmektedir. Bu nedenle videodaki anlatı yapılarında işlevsel

petrol krizi sırasında "milyarder" temsil ağırlık kazanmıştır. 11 Eylül 2001'de ABD'yi hedef alan saldırıların ardından ise Müslüman toplum ve özellikle Araplar, "bombacı" olarak temsil edilmeye başlanmıştır. Diğer taraftan, dansöz gibi temsiller başta oryantalist resimler olmak üzere çeşitli güzel sanatlar ve edebiyat üretimlerinde sıklıkla görülmektedir. (http://www.ibiblio.org/prism/jan98/anti_arab.html , Erişim: 19.06.2012)

ilişkinin kurulmuş olduğu söylenebilmektedir. Video anlatısında, referansal ilişki de bulunmaktadır. Örneğin “Avrupa sanatına ne olacağını çok iyi biliyorsunuz, değil mi? Afganistan’da Buda heykeline olanın aynısı!” cümlesinde, Buda heykelinin yıkılma¹⁰⁴ görüntüsü eşzamanlı olarak izleyiciye sunulmaktadır. Ancak heykelin kim tarafından hangi gerekçeyle yıkıldığı bilgisi verilmemiş, tüm Müslümanlar etiketlenerek, çağ dışı, sanat düşmanı ve baskıcı kişiler olarak sunulmuştur. Bu sunumda, izleyiciler, videonun başında eksiltilmiş tarihi bilgiler temelinde Avrupa medeniyetinin geleceğini nelerin beklediğine ilişkin belirli bir öngörüye yönlendirilmektedir.

3. Kelime Seçimleri

Videodaki kelimeler çoğunlukla düz anlamıyla kullanılmıştır. Bunun da nedeni farklı uluslardan ve dolayısıyla farklı ana dillere sahip tüm Avrupalılara ulaşmak amacıyla basit bir dil kullanımının tercih edilmiş olması olasılığıdır. Yazılı metinde dikkat çeken tek metafor, “İslami karanlık”tır. Buradaki “karanlık” sözcüğü yan anlam taşımaktadır. Videoya göre, Müslüman nüfus Avrupa’yı fethettiğinde, Avrupa zor, acı ve baskı dolu bir dönem geçirmiştir.

¹⁰⁴ Afganistan’da Taliban rejimi sürerken, ülkedeki bütün heykeller “İslam’a aykırı oldukları” gerekçesiyle çıkarılan bir kararla yıkılmıştır. Dev Buda heykelleri de bu kapsamda 12 Mart 2001 tarihinde yıkılmıştır (<http://tr.qantara.de/Taliban%E2%80%99%C4%B1n-putlarka%C5%9F%C4%B1-sava%C5%9F%C4%B1/15502c15632i1p353/index.html> , Erişim: 19.06.2012).

Şekil 19. Video 5'te yer alan Ayasofya görselleri



Görsellerde, metafor kullanımı daha yoğundur. Videonun sonunda yer alan Ayasofya¹⁰⁵ görsellerinde, Ayasofya'nın Osmanlı Devleti'nin İstanbul'u kazanmasından önceki durumu ile sonraki durumu izleyicilere gösterilmektedir. Ayasofya görselinin kullanılması, İslam'a yönelik nefret söyleminin üretilmesindeki anahtar mekanlardan biri olması nedeniyle önemlidir. Bu anlatıda Ayasofya, simgesel göstergedir. "Ayasofya: Osmanlı'dan önce" yazısı eşliğinde sunulan görüntü, siyah beyaz bir fotoğraftır ve gökyüzü beyaz renktedir. "Ayasofya: Osmanlı'dan sonra" yazısı eşliğinde sunulan Ayasofya görseli ise renkli ve yakın tarihte çekildiği anlaşılabilen bir fotoğraftır. Bu fotoğrafta gökyüzünün karanlık olduğu görülmektedir. Bu karanlık gökyüzü Osmanlı Devleti'nin *Constantinople*'u kazanmasından bu yana kendin ve Ortodoks Hristiyanlık aleminin olumsuz koşullar içerisinde yaşadığını yan anlamsal düzlemde imlemektedir.

¹⁰⁵ Ayasofya (*Hagia Sofia*), "Bizans İmparatoru I. Jüstinyen tarafından M.S. 532 - 537 yılları arasında İstanbul'un tarihi yarımadasındaki eski şehir merkezine inşa ettirilmiş bazilika planlı bir patrik katedrali olup, 1453 yılında İstanbul'un Türkler tarafından alınmasından sonra, Fatih Sultan Mehmet tarafından camiye dönüştürülmüştür. 1935 yılından beri ise müze olarak hizmet vermektedir" (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Ayasofya> , Erişim: 19.06.2012).

Dolayısıyla burada görselde “karanlık” sözcüğüyle parça bütün ilişkisi kurulmaktadır. Ayasofya'nın üstünde yağmur bulutlarının durduğu görülmektedir. Böylelikle videoda yazılı biçimde yer alan “İslami karanlık” ifadesi, videonun zamansal olarak daha ileri bir noktasında görselleştirilmiş, “karanlık” sözcüğündeki metafor kullanımıyla, kentler, mekanlar ve ibadethaneler özelinde meydana gelen değişimlerin gösterilmesi ile oluşturulan parça bütün ilişkisi, izleyiciyi İslam karşıtlığını okumaya yönlendirmektedir.

4. Retorik

Videodaki görsel kullanımları, temelde iki başlık altında toplanabilir. Bunlardan ilki, yazılı olarak anlatılan olay ve olgularla ilgili görsel temsillerdir. Örneğin videoda anlatılan işgallerle ilgili olarak, resim¹⁰⁶ veya illüstrasyonlara yer verilerek anlatının kuvvetlenmesi sağlanmıştır.

Şekil 20. Video 5'te yer alan resimler



¹⁰⁶ Kullanılan resimler sırasıyla Son Akşam Yemeği, Leonardo da Vinci; Su ve Toprağın Birleşimi (*The Union of Earth and Water*), Peter Paul Rubens; Atina Okulu, Rafael'dir.

Görsellerin bir diğer kullanımı, yazılı ifadelerle birleştirildiğinde anlamlı hale gelen kullanımdır. Örneğin, "...yaklaşık 50 yıl içinde, bugün bildiğimiz Avrupa artık olmayacak:" cümlesinin ardından gelen görsel "12 Yıldızlı Avrupa Birliği (Konseyi) bayrağı içinde aynı renkte Ay ve Yıldız"dır. Ay-yıldız görseli, mevcut haliyle İslam dininin simgesel göstergesidir. Dolayısıyla videoya göre elli yıl sonra Avrupa kültürü yok olmuş olacak, Avrupa coğrafyası İslam dini tarafından belirlenecektir. Bu önerme, videoda yazılı biçimde yer almamakta, göstergelerle yazılı ifadenin birleşiminde ifade edilmektedir.

Videodaki "silah tutmayı öğrenen çocuklar" görseli de "21. Yüzyıl" yazısı ile demirlenerek, Avrupa'nın tarihte yaşadığı kuşatma ve akınlarla bağlantı kurulmakta, "yine yapıyorlar" sözüyle birlikte, Müslümanların, muhtemelen Avrupa'ya saldırı hazırlığında olduğu düşüncesi gösterilmektedir. Burada ortaya çıkan cihat korkusu görsel ile yazının birlikte kullanılmasıyla demirlenmiştir. Bilindiği üzere demirleme işlemi, görüntüsel göstergelerin (bu örnekte silah tutan çocuk göstergesi) belirli bir anlama sabitlemesini sağlar (Mutlu, 2004). Sabitleme işlemi ile, görüntüsel göstergenin belirli bir bağlama kilitlenir ve izleyicinin arzu edilen anlamı çıkarması sağlanır. Böylece yapılan işlemin ideolojik olduğu görülmektedir. Görüntüde sunulan ve Müslüman olduğu ima edilen nüfusun bütün dünyayı işgal etme eğiliminde olduğu görülmektedir.

Avrupa'yı Avrupa yapan temel değerlerin Rönesans sanatı ile Hristiyan kökleri olduğu düşüncesi, çok kültürlülük temelini tamamiyle reddetmekte,

görmezden gelmekte, üstüne üstlük Avrupa'nın tek tip bir kültüre sahip olması gerektiği düşüncesini iletmektedir. Örneğin, "İsa'nın son akşam yemeği tablosu" görseli sırasında "bunlar korunmaya değer değil mi?" sorusuyla üretilen düz anlam, sanat eseri olarak tablonun korunması iken, hem yan anlamsal hem de metaforik olarak Avrupa'nın sahip olduğu Hristiyan gelenek ve değerler ifade edilmektedir. Burada "Avrupa kültürü Hristiyan inancı temelli bir kültürdür" iddiasını üreten metonimik bir yapı görülmektedir. Çok kültürlülük ve çok kültürlü Avrupa, bu söylemsel pratikte dışlanmaktadır.

Videoda, görece kasvetli ve yas duygusu uyandıran yavaş tempolu enstrümantal bir müzik olan *Chopin*'in Cenaze Marşı kullanılmıştır. Böylesi bir müzik kullanımının yan anlamı, Müslüman nüfusun artışıyla yitmekte olan Avrupa kültür ve değerleri için yas tutulması gereğidir.

Videoya göre, Avrupa kültürünün ve değerlerinin sonu, artan Müslüman nüfus nedeniyle ortaya çıkacaktır. Bu söylemsel pratik aynı zamanda yabancı düşmanı nefret söylemi üretmektedir. Böylece inanç temelli nefret söylemi ile yabancı düşmanı nefret söyleminin, birbirlerini beslediği söylenebilmektedir. Video içeriği, arayüzdeki video tanımıyla birlikte ele alındığında, her ne kadar videonun içinde ifade edilmese de, şu an Avrupa'da yaşayan kişilerin, Müslümanların Avrupa'da "üreyerek" çoğalmasına ilgi göstermemeleri doğrultusunda Avrupa'nın, bugün bilinen Avrupa olmaktan çıkmasında pay sahibi olacaklarını belirtmektedir.

4.3. Analizlerin Genel Değerlendirmesi

Burada incelenen beş video, video paylaşım ağlarında üretilen ve dolaşıma sokulan nefret söylemi bakımından değerlendirdiğinde, yeni medya ortamlarındaki etiketleme özelliğinin çok yoğun kullanıldığı görülmektedir. Diğer taraftan pek çok videoda görüldüğü gibi, farklı nefret söylemleri çoğunlukla kesişmekte, aynı içerikte birden fazla topluluğu hedef alacak biçimde kullanılmaktadır.

Videoların yüklenme tarihlerine dikkat edilirse, bazılarının çok uzun süredir ağ üzerinde mevcut olduğu, dolayısıyla uzun süredir bu içeriklere erişimin sağlanabildiği görülmektedir. Bu nedenle, izleyici sayısı her geçen gün artmaktadır. 18 Haziran 2012 tarihi itibarıyla Video 1'in izlenme sayısı 358.939 ve Video 5'in izlenme sayısı 474.264'tür. Zamansal herhangi bir sınırın olmaması, bu içeriklere tekrar tekrar erişilebilmesine ve bu içeriklerin tekrar tekrar dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır. Diğer taraftan yeni medyanın başta hipermedya, multimedya biçimselliği ve yayılım özellikleri de bu içeriklerin her geçen gün daha fazla kişi tarafından izlenmesini olanaklı kılmaktadır. Ayrıca burada anılan izlenme sayıları, yalnızca erişim adresi verilen videolara ait sayılardır; yeni medyanın dijitallik özelliğinden beslenen kolay kopyalanabilirlikle birlikte aynı içeriklerin farklı video paylaşım ağlarında veya aynı ağda bulunan bire bir kopyalarının izlenme sayılarını içermemektedir. Bu bire bir kopyaların da sürekli yeniden dolaşıma girdiği

düşünüldüğünde, yeni medyada bir kere yer almış bir içeriğin ortadan kaldırılmasının büyük ölçüde imkânsız olduğu görülebilmektedir.

Stuart Hall'un *Kodlama/Kod Çözümleme* (1973) çalışmasına göre, izleyiciler medya metinlerini üç şekilde okurlar. Bunlardan ilki, hegemonya biçimi olan hakim okumadır. Hakim okumada izleyici, mesajı üreten kaynağın istediği şekilde okur ve ulaştırılması istenen anlama ulaşır. Uzlaşma biçimi olan müzakereli okumada izleyici, mesajın bir bölümünü kabul etmekle birlikte bir bölümünü değiştirir ve karşılaştırma yapar. Muhafif biçim olan karşıt okumada ise, izleyici medya metnindeki mesajı tamamen reddeder ve bu amaçla yabancı referansları ortaya çıkarır (Maigret, 2011:190-1).

Kullanıcıların zaman zaman karşıt okuma yaptığı videolardaki beğenmeme sayılarından görülebilmektedir. Her videoda mutlaka "beğenmeyen" bazı kullanıcılar olmuştur. Üstelik nefret söylemi içeren bu videolardan Video 1 ve Video 2'de beğenilmeme sayısı, beğenilme sayısından çok daha yüksektir.

YouTube gibi video paylaşım ağlarında kullanıcıların yaptıkları yorumlar, söz konusu ağların toplumsal ağlar olarak faaliyet göstermesini sağlamaktadır. Nefret söylemi içeren videolar ele alındığında, kullanıcıların yaptıkları okuma pratikleri yorumlara da yansımaktadır. Hakim okuma yapan

kullanıcıların yorumlarında üretilen nefret söylemi, zaman zaman videoda üretilen nefret söyleminden bile fazla olabilmektedir. Diğer taraftan karşıt okuma yapan kullanıcıların yorumları ise, bazen sadece ilgili video içeriğini eleştirmekte, bazen de karşı nefret söylemi üretmektedir. YouTube'da kullanıcı yorumlarında da, tıpkı videolarda olduğu gibi beğenme ve beğenmeme sistemi mevcuttur ve en çok beğeni alan yorumlardan ikisi, yorumların en üstünde gösterilmektedir. Böylelikle, yorum yazan kullanıcı dışındaki kullanıcıların da yazılan bir yoruma katılması sağlanmaktadır. İncelenen videolarda, en çok beğenilen iki yorumun, genellikle ya video içeriğini olumsuzlayarak videodaki nefret söylemine katkıda bulunan ya da karşı nefret söylemi üreterek videoyu olumsuzlayan yorumlar olduğu görülmektedir. Burada vurgulanması gereken, karşıt yorum yazan kullanıcıların da ilgili içeriğe yönelik itirazlarını yine nefret söylemi üreterek ortaya koymalarıdır. Buradan hareketle nefret söylemi içeren yorumların, diğer kullanıcılarla daha çok etkileşime girdiği söylenebilmektedir.

Kullanıcı yorumlarında üretilen nefret söylemi pratikleri, başlı başına ayrı bir çalışmanın konusunu oluşturabilir. Ancak nefret söylemi içeren yorumların yüksek düzeyde beğeni alıyor olması, kullanıcıların içerikle aralarında mesafe kurabilmeleri için yeni medya okuryazarlığına çok ihtiyaç olduğunun da bir göstergesidir.

SONUÇ

Video paylaşım ağları, web 2.0 olarak tanımlanan uygulamalar arasında, kullanıcıların görsel-işitsel öğeleri yani videoları dolaşıma sokabilmesine olanak tanınması bakımından önemli araçlardır.

Web 2.0 ortamlar, kullanıcıların içerik üretip bu içerikleri dolaşıma sokmasına izin veren pek çok farklı uygulamayı bünyesinde barındırmaktadır. Bu uygulamaların her biri ayrı bir öneme sahiptir. Ancak video paylaşım ağlarında paylaşılan içerik, diğer uygulamalardakilerden biraz daha karmaşıktır. Karmaşıklık, hem içeriğin üretiminde hem de dağıtımında ortaya çıkmaktadır. Öyle ki, üretilen içerikler görüntü ve ses olmak üzere farklı öğeleri bir arada ve senkronize bir biçimde barındırmaktadır. Diğer taraftan bu içeriğin dağıtımı yani dolaşıma sokulması da, bu amaçla ağ üzerinden aktarılan verinin büyük olması nedeniyle önemlidir.

Kullanıcıların içerik üretebilir ve bu içeriği dolaşıma sokabilir hale gelmesi bireylerin, yeni medya dolayısıyla kendi sözlerini iletebilir bir noktaya ulaşmalarını sağlamıştır. van Dijk'ın da belirttiği gibi (2010), geleneksel medyada söz söyleme ya da sözünü medya üzerinden dolaşıma sokabilme çoğunlukla sembolik seçkinlerin elinde bulunan bir imkandır. Ancak yeni medya, seçkinler arasında olmayan bireylerin de sözlerini dolaşıma sokabilmelerine olanak tanımaktadır. Konuya haber veya enformasyon olarak yaklaşıldığında bunun ilk örneği, yurttaş gazeteciliği olarak tanımlanan

alandaki ortaya çıkmıştır. Bireyler, seçkinler tarafından aktarılmayan veya önemli görülmemeyen haberleri duyurabilmeye başlamışlardır.

Geleneksel medyada, medya profesyonelleri tarafından gerçekleştirilen içerik üretiminin, yeni medyada her kullanıcı tarafından gerçekleştirilebilmesi, farklı alanlarda olumsuz örneklerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur ki bu çalışmanın konusu, bu olumsuz örneklerden biri olan nefret söylemidir. Yeni medya ortamlarının merkezi olmayan yapısı, bu içeriklerle ilgili düzenleme yapılabilmesini ve bu düzenlemelerin uygulanabilmesini zorlaştırmaktadır. van Dijk'ın söylemin denetlenmesiyle ilgili olarak belirttiği noktaları hatırlayarak (2010), dağıtık ağ yapısının ve bu yapı içinde üretilen söylemlerin, sembolik veya siyasi seçkinler tarafından denetlenmesinin oldukça zor olduğu belirtilmelidir. Bu bakımdan İnternet'in bir direnç noktası olduğu da düşünülebilmektedir.

Diğer taraftan, yeni medya ortamlarından İnternet'in çok uluslu ve dağıtık yapısı da, ulus devlet ve/veya sembolik seçkinlerin kendi ideolojileri doğrultusunda içerikleri ve dolayısıyla söylemleri kontrol edebilmesini zorlaştırmaktadır. Sansür olarak tanımlanabilen, içeriklere erişimin merkezi biçimde denetlenmesi, olanaksız olmasa da çok büyük yatırımlar gerektirmektedir. Diğer taraftan hiçbir yatırım, içeriklere erişimi tam olarak kontrol altında tutamamakta, İnternet'in yapısı ve ağ mantığı sayesinde, denetim mekanizmaları atlanabilmektedir. Türkiye'de İnternet'teki içeriklere

erişimin denetlenmesi için yapılan düzenleme ve yatırımlar¹⁰⁷ ise, yukarıda anılan nefret söylemi gibi riskleri görmezden gelmekte, bu alanda herhangi bir düzenleme yapmamaktadır. Başlı başına sorunlu bir yasa olmasına rağmen, gerek 2007 tarihli 5651 sayılı İnternet ortamını düzenleyen yasa, gerekse yapılan diğer düzenlemeler, ırkçılık ve/veya nefret söylemi barındıran içerikleri düzenleme amacı taşımamaktadır.

Yapılan bu çalışmada, yeni medya ortamlarında video paylaşım ağlarındaki kullanıcı türevli içeriklerde ortaya çıkan nefret söylemi ve bu içeriklerdeki söylemsel pratikler ve işlemler incelenmiştir. Nefret söylemi barındıran kullanıcı türevli videolarda, farklı kesimleri hedef alan nefret söylemlerinin bir arada bulunduğu, zaman zaman yalnızca hedef alınan grubu daha fazla aşağılamak için başka konulardaki nefretin de aynı gruba yönlendirildiği, böylelikle ikili veya daha fazla nefret söyleminin bir arada üretildiği görülmüştür.

¹⁰⁷ Türkiye’de “Güvenli İnternet Hizmeti” adı altında Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından yürütülen bir hizmet 22 Kasım 2011 tarihinde uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulamaya göre, kullanıcıların, oluşturulan profiller arasında seçim yaparak, kendilerini (ve aynı İnternet aboneliğini kullanan diğer kişileri) merkezi bir filtre sistemine tabi tutmaları söz konusudur. Profiller arasındaki geçiş İnternet Servis Sağlayıcı’nın web arayüzü üzerinden birkaç saniye içinde gerçekleşmekte, böylelikle filtrenin kullanıcının kendi inisiyatifi ile kullanımda olduğu düşünülmektedir. Ancak, içeriklerin merkezi biçimde denetlenebilir olması ve “Güvenli İnternet Hizmeti paketleri” arasında çok kısa sürelerde geçişe imkan tanıyan bir altyapının kurulmuş olması, aynı zamanda hizmetin kapsamı dışında da içeriklerin takip edilebilmesini ve hatta bu içeriklere erişimin engellenebilmesini olanaklı hale getirmiştir. Ayrıca 28 Haziran 2012 tarihinde, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu tarafından yayınlanan yeni bir kurul kararıyla, İnternet Servis Sağlayıcılara ve GSM operatörlerine “Güvenli İnternet Hizmeti”ni düzenli olarak abonelerine tanıtma, diğer bir deyişle abonelerini söz konusu hizmeti kullanmaya teşvik etme yükümlülüğü getirilmiştir.

Yeni medya ortamlarında görülen nefret söylemi ortamın kendisinden değil, ortamdaki kullanıcılardan ve bu kullanıcıların zihin örüntülerinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla “kötü” kullanım pratikleri, üretim pratikleri ve paylaşım pratiklerinden sorumlu olan, aslında yine kullanıcının bizatihi kendisidir. Özellikle toplumsal paylaşım ağlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, yeni medya ortamlarında, kullanıcının içeriğe ulaştığı durumların yanı sıra, yapılmış paylaşımlar ve üye olunan çevrimiçi gruplar üzerinden içeriğin kullanıcıya doğrudan ulaştığı durumlar da yaygınlaşmıştır. Kullanıcıların çok sayıda içerikle karşılaştığı yeni medya ortamlarında, kullanıcının kendisine gelen içerikte ne ifade edildiğinin, içeriğin nasıl bir söylemsel pratik taşıdığına farkına varması, metni müzakere etmesi ve daha sonra kendisinin de dolaşıma sokup sokmamak konusunda bir karar vermesi yerinde olacaktır. Etik kodlar üzerinden yapılan bu değerlendirme ile, “bu içerik bana ne söylüyor” sorusunun sorulması eleştirel medya okuryazarlığının bir alanı olan yeni medya okuryazarlığında uygulama alanı bulmaktadır (Binark ve Gencel Bek, 2007). Bu bakımdan, yeni medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, yeni medyanın ve özellikle ahlaki panik söylemi içerisinde sürekli kurgulanan İnternet risklerinin önüne geçilebilmesinde asli bir öneme sahiptir.

Bireylerin, yeni medya ortamını etkin, salt tüketim odaklı olmayan bir nitelikte kullanmaları ve aynı zamanda ortamdaki risklerden korunarak olanaklardan azami düzeyde yararlanabilmeleri, yeni medya okuryazarlığı ile mümkün olabilmektedir. Bilindiği üzere kullanıcıları öznel olarak

konumlandırılan yaklaşım, nesnelere olarak konumlandırıp sürekli yönetmeye çalışmaktan çok daha demokratiktir. Yurttaşları gerekli bilgilerle donatarak katılımcı kültürün nitelikli biçimde ilerlemesini sağlamak aynı zamanda demokrasinin de bir gereğidir. Aksi yöndeki sınırlayıcı yaklaşımlar, yeni medyanın sunduğu bir olanak olan, bireylerin ufkunu genişletme ve farklı alandaki pek çok bilgiye ulaşabilme unsurlarını görmezden gelmek, daha da ötesinde bu unsurları kullanılmaz hale getirmek demektir. YouTube örneği de bu şekilde ele alınabilmektedir. Türkiye’de uzun yıllar erişim yasağı bulunan YouTube’dan yalnızca belirli bir düzeyin üzerinde bilgi ve beceriye sahip kullanıcılar, erişim engellerini aşarak yararlanabilmiş, ortalama kullanıcılar siteye ulaşamayarak, sitenin sunduğu olanakların pek çoğundan yararlanamamıştır. Tam da bu nedenle, yasaklayıcı ya da engelleyici çözümler yerine bireyleri güçlendirici çözümler düşünülmeli, bireyler özne olarak konumlandırılmalıdır.

Yeni medya uygulamaları, bireylerin gündelik yaşam pratikleri arasında yer almaya başlamıştır. Çok sayıda kullanıcı için, e-postalarını kontrol etmek, kullandığı toplumsal paylaşım ağında ilişkilendiği kişilerden gelen bilgi ve paylaşımları takip etmek ya da bu kişilerle paylaşımda bulunmak gündelik hayatın rutinleri arasında yer almaktadır. Gündelik hayatın bu kadar içindeki bir alanla ilgili olarak bireyleri güçlendirmek, şüphesiz tek bir kurum ya da yapının çabasıyla mümkün değildir. Bu nedenle ancak aile, arkadaş grupları, temel öğretimin çeşitli kademelerindeki okullar ve üniversiteler, medya, sivil toplum örgütleri ile tekno-toplumsal politika

uygulayıcıların birlikte çalışmaları, bireylerin yeni medya ile olan ilişkilerinde güçlendirilmelerini sağlayabilecektir.

Görüldüğü gibi, yeni medya okuryazarlığı çok boyutludur ve pek çok beceriyi gerektirmektedir. Bu denli çok boyutu olan bir becerinin, yurttaşlara tek bir kurum tarafından kazandırılması mümkün değildir.

Yeni medyada üretilen ve dolaşıma sokulan nefret söylemi konusu, bütün boyutları birlikte değerlendirildiğinde, akademisyenler, hukukçular ve sivil toplum örgütleri gibi konuyla ilgili farklı aktörler tarafından aşağıdaki somut öneriler ortaya çıkmaktadır.

- Yeni medya uygulamalarının hizmet sözleşmelerinde (*Terms of Services*) nefret söylemi ile ilgili maddelerin bulundurulması,
- Yeni medya ortamlarında yayın yapan medya profesyonellerine yönelik nefret söylemine karşı farkındalık yaratma eğitiminin verilmesi
- Yeni medya ortamında dolaşımda bulunan nefret içerikleriyle ilgili izleme ve raporlama çalışmalarının yapılması
- Yeni medya ortamlarının kullanıcılarında nefret söylemiyle ilgili farkındalık geliştirilmesi ve bu amaçla eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilmesi
- Nefret içeriklerinin şikayet yoluyla kaldırılması
- Olumlu örneklerin ve nitelikli içerik üretiminin teşvik edilmesi

- Avrupa Siber Suç Sözleşmesi Ek Protokolü'nün Türkiye tarafından imzalanması
- Yeni medya ortamında dolaşıma sokulan nefret söyleminin kaynağının çevrimdışı dünyada olması nedeniyle nefret söyleminin ortaya çıkış nedenleri ve koşullarının araştırılması.

Bu tez çalışmasının sonunda geliştirilen öneri ise, yeni medya okuryazarlığının desteklenmesi ve kullanıcıların yeni medya ortamlarını nitelikli kullanmalarının sağlanması gereğidir. Bu amaçla, okullarda formel eğitimler verilebilir. Ancak, tek başına formel eğitimler yeterince başarılı sonuçlar ortaya koymayabilir. Dolayısıyla yeni medya ortamlarındaki nefret söylemine karşı yeni medya okuryazarlığı kazandırmaya yönelik, kullanıcıların ulaşabilecekleri web portallarının hazırlanması, YouTube örneğinde olduğu gibi, kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girebilecekleri ve bir tür topluluk olarak hareket edebilecekleri sistemlerin kurulması, tek başına formel eğitim sistemlerinin kullanılmasından çok daha yararlı olacaktır. Yeni medya okuryazarlığına yönelik çalışmalar kapsamında okullardaki formel eğitim ile çevrimiçi portal birlikte kullanılabilir; yeni medya okuryazarlığı böylelikle yaygınlaşabilir. Diğer taraftan, yeni medya okuryazarlığı yalnızca eğitim sistemi içindeki çocukların kazanması gereken bir beceri değildir. Bu nedenle yetişkinlere yeni medya okuryazarlığı kazandıracak yöntemler ve araçlar da düşünülmelidir. Web portalları bu alanda da kullanılabilir. Özetlemek gerekirse, yeni medya okuryazarlığının yaygınlaşabilmesi için çevrimiçi ve çevrimdışı araçların birlikte kullanılması gerekmektedir. Çünkü

yeni medya ortamı, her geçen gün yenilenen, yeni uygulamaların ve yeni kullanım pratiklerinin ortaya çıktığı bir ortamdır. Bu nedenle, evrimii araçlar da mutlaka çevrimdışı araçlarla birlikte kullanılmalıdır.

Yeni medya okuryazarlığının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için, katılımcıların her şeyden önce ilgilerinin çekilmesinin, eğitim faaliyetinin içine katılmalarının ve bu etkinliği birlikte yürütmelerinin gerektiği düşünölmektedir. Böylelikle, bireyler nefret söylemi de dahil olmak üzere karşılaştıkları içeriklere eleştirel bir mesafe ile yaklaşabilecek ve İnternet gibi bir ağı üzerinde nitelikli eylemler gerçekleştirebileceklerdir.

KAYNAKÇA

Akca, E. B. ve Tönel, E. (2011), “Erkek(lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalardan Hegemonik Erkekliğe”, **Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil**, (Der.) İlker Erdoğan, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Akdeniz, Y. (2009), **Racism on the Internet**, Strasbourg: Council of Europe.

Akdeniz, Y. ve Altıparmak, K. (2009), **İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme**, Ankara: İmaj Yayınevi.

Aktan, H. (2007), “Web Otağlarından Sokağa: Türk Irkçılığının Tezahürleri”, **Birikim Dergisi**, S: 215, 43-49.

Alğan, T .C. ve Şensever F. L. (Der.) (2010), **Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek**. İstanbul: Sosyal Değişim Derneği.

Altunay, M. C. (2011), “Film Sanatın Ortamında”, **Hareketli Görüntünün Tarihi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 92-115.

Anheier, H. K. (2008), “Cultural Indicator Suites”, **The Cultural Economy**, (Eds.) Helmut Anheier ve Yudhishtir Raj Isar, London: Sage Pub.

Aslan, B. (2007), "Web 2.0, Teknikleri ve Uygulamaları", XII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri, <http://inet-tr.org.tr/inetconf12/bildiri/46.pdf> (Erişim: 10.03.2012)

Ataman, H. ve Cengiz, O. K. (Haz.) (2009), **Türkiye'de Nefret Suçları**, Ankara: İnsan Hakları Gündemi Derneği.

Atton, C. (2006), "Far-right media on the internet: culture, discourse and power", **New Media & Society**, 8(4), 573-587.

Baker, U. (2010), **Kanaatlerden İmajlara Duygular Sosyolojisine Doğru**, (Çev.) Harun Abuşoğlu, İstanbul: Birikim Yayınları.

Baker, U. (2011), **Beyin Ekran**, (Der.) Ege Berensel, İstanbul: Birikim Yayınları.

Başaran, F. (2005), "İnternetin Ekonomi Politikası", **İnternet, Toplum, Kültür**, (Der.) Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları, 32-52.

Başaran, F. ve Geray, H. (Der.) (2005), **İletişim Ağlarının Ekonomisi**, Ankara: Siyasal Kitabevi

Bayraktutan Sütçü, G. (2010), **Blog Ortamı ve Türkiye’de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi

Berger, S. (2001), **Breaking Up News – An Investment in the Online Newspaper’s Future? Effects of Linear and Nonlinear Hypertext Formats on Users’ Recall, Reading, Satisfaction, and Perceived Story Credibility**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, USA, Florida: University of Florida

Biggs, J. (2006), “A Video Clip Goes Viral, and a TV Network Wants to Control It”, **New York Times**, February 20, 2006, https://www.nytimes.com/2006/02/20/business/media/20youtube.html?_r=1 , (Erişim: 12.04.2012).

Bilgiç, E., E. (2008), **Vatan Millet Reyting, Televizyon Haberlerinde Milliyetçilik**, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Binark, M. (2007a), “Yeni Medya Çalışmaları”, **Yeni Medya Çalışmaları**, (Der.) Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, 5-20.

Binark, M. (2007b), “Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu”, **Yeni Medya Çalışmaları**, (Der.) Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, 21-44.

Binark, M. ve Gencel Bek, M. (2007), **Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar**, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Binark, M. (2009), “Yeni medya dolayimli iletişim ortamında olanakların ve ol(a)mayanların farkında olmalı” **Evrensel Kültür**, Aralık 2009, S: 216, 60-63.

Binark, M. (2010), “Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, (Haz.) Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 11-54.

Binark, M. (2012), “Yeni Medya Okuryazarlığı” **I. Uluslararası Teknoloji Bağımlılığı Konferansı Bildiri Tam Metinleri Kitabı**, İstanbul: Ümraniye Belediyesi Yayınevi.

Binark, M. ve Çomu, T. (2012), “Sosyal Medyanın Nefret Söylemi için Kullanılması İfade Özgürlüğü değildir!”, <https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir/>, (Erişim: 20.01.2012).

Binark, M. ve Kılıçbay, B. (Der.) (2005), **İnternet, Toplum, Kültür**, Ankara: Epos Yayınları.

Binark, M. ve Löker, K. (2011), **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi**, Ankara: STGM Yayınları.

Bora, T. (2011), **Türkiye'nin Linç Rejimi**, İstanbul: Birikim Yayınları.

BTK, (2012), **Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu**, 2012 Yılı 1. Çeyrek, http://btk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/pazar_verileri/ucaylik12_1.pdf, (Erişim: 26.05.2012).

Burgess, J. ve Green, J. (2010), **YouTube Online Video and Participatory Culture**, Cambridge, UK: Polity Press.

Burnett, R. (2007), **İmgeler Nasıl Düşünür**, (Çev.) Güçsal Pular, İstanbul: Metis Yayınları.

Butler, A. M. (2011), **Film Çalışmaları**, (Çev.) Ali Toprak, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Cengiz, O. K. (2012), "Süryaniler, eşcinseller ve nefret", **Radikal Gazetesi**, 1 Haziran 2012.

Cha, M., Kwak, H., Rodriguez, P., Ahn, Y. Y., ve Moon, S. (2007), "I tube, you tube, everybody tubes: analyzing the world's largest user generated content video system" **IMC '07: Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement**, 24-26 Ekim 2007, San Diego, CA,USA.

Cheng, X., Dale, C., ve Liu, J. (2007), Understanding the characteristics of internet short video sharing: Youtube as a case study. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.120.6375&rep=rep1&type=pdf> (Erişim: 30.06. 2010).

Cheng, X., Dale, C., ve Liu, J. (2008), "Statistics and social network of YouTube videos", **IWQoS**, V:16, 229-238, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.150.7896&rep=rep1&type=pdf> (Erişim: 30.06. 2010).

Coleman, B. (2012), **Hello Avatar**, (Çev.) Emrah Bilge, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Çavdar, A. ve Yıldırım, A. B. (Haz.) (2010), **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları

Çayır, K. (2010), "Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumunu", **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, (Haz. Ayşe Çavdar ve Aylin B. Yıldırım), İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 45-54.

Çelenk, S. (2010), "Ayrımcılık ve Medya", **Televizyon Haberciliğinde Etik**, (Der.) Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık, 211-228.

Çelik, H. ve Ekşi, H. (2008), "Söylem Analizi", **Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi**, S: 27, 99-117.

Çetin, F. (2012), "Yargı Söylemi ya da Hukukun Hakikati", **Nefret Suçları ve/veya Nefret Söylemi**, (Der.) Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 125-136.

Çoban, B. (2003), "Söylem, ideoloji ve Eylem: İktidar ve muhalefet arasındaki mücadeleyi çözümlene denemesi", **Söylem ve İdeoloji**, (Hazırlayanlar) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları, 245-284.

Çomu, T. (Haz.) (2010), **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Dağtaş, B. (1999), "İngiliz Kültürel Çalışmaları'nda İdeoloji", **Kurgu Dergisi**, Sayı: 16, 335-357.

Daniels, J. (2009), **Cyber Racism: White Supremacy Online and the New Attack On Civil Rights**, Maryland: Rowman and Litterfield Publications.

DiNucci, D. (1999), "Fragmented Future", http://darcy.com/fragmented_future.pdf , (Erişim: 11.04.2012).

Durna, T. ve Kubilay, Ç. (2010), "Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözömlmeleri", **Medyadan Söylemler**, (Der.) Tezcan Durna, İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık, 47-84.

Erden, A. (2008), "Sinemanın en muhteşem kadın yönetmeni", <http://www.koalakultur.com/?p=441>. (Erişim: 03.07.2010)

Evre, B. (2009), "Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi", **Medyada Gerçekliğin İnşası**, (Der.) İsmet Parlak, Konya: Çizgi Kitabevi, 107-152.

Fiske, J. (1996), **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çev.) Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gandy, O. H. (2002), "The Real Digital Divide: Citizens Versus Consumers", **Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of**

ICTs, (Ed.) Leah A. Lievrouw ve Sonia Livingstone, London: Sage, 448-460.

Gannes, L. (2006), "Jawed Karim: How YouTube Took Off", <http://gigaom.com/2006/10/26/jawed-karim-how-youtube-took-off/>, (Erişim: 13.04.2012).

Geray, H. ve Aydoğan, A. (2010), "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik", **Televizyon Haberciliğinde Etik**, (Der.) Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık, 305-321.

Gidişoğlu, S. ve Rızvanoğlu, K. (2012), "İnternette Türk Milliyetçiliği: Türk Milliyetçisi Siteler ve Ağ Yapısı Üzerine bir Analiz", **Nefret Suçları ve/veya Nefret Söylemi**, (Der.) Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 223-246.

Goffman, E. (1963), **Stigma**, London: Penguin Pub.

Göktaş, K. (2010), "Medyanın Hrant Dink'i hedef haline getirmesi", **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, (Haz.) Ayşe Çavdar ve Aylin B. Yıldırım, İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 85-96.

Harrison, T. M. ve Barthel, B. (2009), "Wielding New Media in Web 2.0: Exploring the History of Engagement with the Collaborative Construction of Media Products", **New Media and Society**, 11(2): 155-178.

Hartley, J. (2010), "Uses of YouTube – Digital Literacy and the Growth of Knowledge", **YouTube Online Video and Participatory Culture**, (Haz.) Jean Burgess ve Joshua Green, Cambridge, UK: Polity Press, 126-143.

Helft, M. (2007), "Google Aims to Make YouTube Profitable With Ads", **New York Times**, August 22, 2007, <https://www.nytimes.com/2007/08/22/technology/22google.html>, (Erişim: 12.04.2012).

Ipsos KMG, (2012), **Türkiye'yi Anlama Kılavuzu**, http://www.turkiyeyianlamakilavuzu.com/Turkiyeyi_Anlama_Kilavuzu_EKitap.pdf, (Erişim: 01.06.2012).

İnal, A. (1996), **Haberi Okumak**, İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnal, A. (2010), "Tabloid Habercilik", **Televizyon Haberciliğinde Etik**, (Der.) Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık, 163-178.

İnceoğlu, Y. G. ve omak, N. A. (2009), "Teun A Van Dijk", **Metin özümleneleri**, (Der.) Yasemin G. İnceoğlu ve Nebahat A. omak, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 19-82.

Jenkins, C. (2010), "The History and Meaning of Web 2.0", <http://chrisjenkins.hubpages.com/hub/The-History-and-Meaning-of-Web-20> , (Erişim: 24.04.2012).

Jenkins, H. (2002), "Interactive Audiences?: The 'Collective Intelligence' of Media Fans", <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/collective%20intelligence.html> , (Erişim: 10.04.2012).

Jenkins, H. (2006), **Convergence Culture:Where Old and New Media Collide**, NY: New York University Press.

Jenkins, H. (2010), "What Happened Before YouTube", **YouTube Online Video and Participatory Culture**, (Haz.) Jean Burgess ve Joshua Green, Cambridge, UK: Polity Press, 109-125.

KaosGL (2010), **Medyada Homofobiye Son**. (Hazırlayanlar) İsmail Alacaoğlu, Özge Gökpinar, Umut Güner. Ankara: KaosGL.

Karan, U. (2012), “Nefret İçerikli İfadeler, İfade Özgürlüğü ve Uluslararası Hukuk”, **Nefret Suçları ve/veya Nefret Söylemi**, (Der). Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 81-102.

Kaymak, A. (2010), “Yeni Medyada Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu”, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, (Haz.) Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 253-284.

Kesim, U. (2011), “Videonun Tarihi”, **Hareketli Görüntünün Tarihi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 34-49.

Köker, E. ve Doğanay, Ü. (2010), **İrkçi Değilim Ama... Yazılı Basında İrkçi-Ayrımcı Söylemler**, Ankara: İHOP Yayını.

Kümbetoğlu, B. (2005), **Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma**, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Küzeci, E. (2007), “AİHS'nin 10. Maddesi Işığında Nefret İçerikli ve İrkçi Nitelikli Düşünce Akımları”, **TBB Dergisi**, Sayı: 71, 174-200.

Laughey, D. (2010), **Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar**, (Çev.) Ali Toprak, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lévy, P. (2002), "Collective Intelligence", ACHR-PAHO, Washington DC, June 2002, <http://www.paho.org/english/hdp/hdr/achr-02-levy.pdf> (Erişim: 20.04.2012).

Lievrouw, L. A. ve Livingstone, S. (2007), "The Social Shaping and Consequences of ICTs", **The Handbook of New Media**, London: Sage Pub. 15-32.

Lister, M., J. Dovey, S. Giddens, I. Grant ve K. Kelly (2009), **New Media: A Critical Introduction**, New York: Routledge

Livingstone, S. (2008), "Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities." **Digital Youth, Innovation, and the Unexpected**, (Der.) Tara McPherson, Cambridge, MA: The MIT Press, 101–122.

Lobe, B., Livingstone, S., Olafsson, K., ve Simões, J. A. (2008), **Best Practice Research Guide: How to research children and online technologies in comparative perspective**, London: EU Kids Online.

Maigret, E. (2011), **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, (Çev.) Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.

Manovich, L. (2001), **The Language of New Media**, USA, Massachusetts:
The MIT Press.

McMurria, J. (2006), "The YouTube Community",
<http://flowtv.org/2006/10/the-youtube-community-2/>, (Erişim:
14.04.2012).

Meyer, M. (2001), "Between theory, method, and politics: positioning of the
approaches to CDA", **Methods of Critical Discourse Analysis**, (Ed.)
Ruth Wodak and Michael Meyer, London: Sage Pub.

Mirzoeff, N. (1999), **An Introduction to Visual Culture**, London: Routledge
Pub.

Mutlu, E. (1995), **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ark Yayınevi.

Mutlu, E. (2004), **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

O'Reilly, T. (2005), "What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models
for the Next Generation of Software",
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>, (Erişim:
12.04.2012).

ODIHR (2009), **Hate Crime Laws A Practical Guide**,
<http://www.osce.org/odihr/36426?download=true> , (Erişim: 28.07.2010)

ODIHR (2011), **Hate Crimes in the OSCE Region – Incidents and Responses Annual Report for 2010**,
http://tandis.odihr.pl/hcr2010/pdf/Hate_Crime_Report_full_version.pdf ,
(Erişim: 05.05.2012).

OECD (2008), **Measuring User-Created Content: Implications for the “ICT Access and Use by Households and Individuals” Surveys**.
<http://www.oecd.org/dataoecd/44/58/40003289.pdf>. (Erişim: 28.07.2010)

Özata, Z. (2006), “Tüketen Üretici: Prosumer”,
<http://selimtuncer.blogspot.com/2006/03/tketen-retici-prosumer.html>,
(Erişim: 20.04.2012).

Özer, Ö. (2009), **Eleştirel Haber Çözümlemeleri**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Özta, T. (2012), “Öfkeyi Çizmek: Milliyetçi Tahayyülde Düşman Portreleri”,
Türk Sağı, Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri, (Der.) İnci Özkan Kerestecioğlu ve Güven Gürkan Özta, İstanbul: İletişim Yayınları, 137-167.

RTÜK (2011), **Medya Okuryazarlığı Dersi Araştırması – 2011**, Ankara: RTÜK.

Saussure, F. (1974), **Course in General Linguistics**, Glasgow, UK: Fontana/Collins Pub.

Schonfield, E. (2008), “Is YouTube Building Market Dominance At The Expense of Building A Business?”, <http://techcrunch.com/2008/05/30/is-youtube-building-market-dominance-at-the-expense-of-building-a-business/> (Erişim: 15.05.2012).

Selçuk, A. ve Şeker, M. (2012), **Danıştay Saldırısı Haberlerinde Söylem ve İdeoloji**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Shirky, C. (2005), “Institutions vs. Collaboration”, http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html (Erişim: 05.07.2009).

Somay, B. (2004), **Tarihin Bilinçdışı: Popüler Kültür Üzerine Denemeler**, İstanbul: Metis Yayınları.

Sturken, M. ve Cartwright L. (2004), **Practices of Looking**, New York: Oxford University Press.

Timisi, N. (2003), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara: Dost Yayınları, 119-139.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009), **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”**, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tumasjan A., Sprenger T. O., Sandner P. G., ve Welpe, I., “Election Forecasts With Twitter: How 140 Characters Reflect the Political Landscape”, **Social Science Computer Review**, 12.Aralık 2010 tarihinde çevrimiçi yayınlanmıştır. Erişim için: <http://ssc.sagepub.com/content/early/2010/09/24/0894439310386557> (Erişim: 05.02.2011).

Tunç, A (2004), “Yurttaşlık hareketi bir klik ötede mi? Küresel direnç platformu olarak İnternet, Medya ve Toplum”, **İnternet, Toplum, Kültür**. (Der.) Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları, 137-152.

Turan, S. ve Esenoğlu, C. (2006), “Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Bilişim ve Kitle İletişim Teknolojiler: Eleştirel Bir Bakış”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 1(2), 71-86.

Uluslararası Hrant Dink Vakfı (2010), **Türkiye’de Ulusal Gazetelerde Nefret Söyleminin İncelenmesi Rapor**. İstanbul: UHDV.

Uzun, R. (2006), “Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S: 16, 633-656.

Ülkü, G. (2004), “Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve van Dijk Yöntemi”, **Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi**, (Der.) Çiler Dursun, Ankara: Kesit Tanıtım, 371-389.

van Dijk, T. A. (2010), “Söylem ve İktidar”, (Çev. Pınar Uygun), **Nefret Suçları ve Nefret Söylemi**, (Haz). Ayşe Çavdar ve Aylin B. Yıldırım, İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları, 9-44.

Weber, A. (2011), **Nefret Söylemi El Kitabı**, (Çev.) Metin Çulhaoğlu, http://www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_soylemi.pdf (Erişim: 10.04.2011)

Williams, R. (2003), **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Ankara: Dost Kitabevi.

Woog, A. (2008), **A Great Idea: YouTube**, Chicago: Norwood House Press.

Yağcı, Y. (2011), “Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0”, **ÜNAK 2009 Bilgi Çağında Varoluş: “Fırsatlar ve Tehditler” Sempozyumu 01-02 Ekim 2009 - Yeditepe Üniversitesi, İstanbul Bildiriler Kitabı**, <http://www.bby.hacettepe.edu.tr/akademik/tolgacakmak/file/unak09.pdf> (Erişim: 12.02.2012).

Yılmaz, H. (2007), **Michel Foucault’nun Biyo-İktidar Kavramı Çerçevesinde Nazi Dönemi Propaganda Belgesellerinin Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi.

Yüce, T. (2005), “Sinema ve Edebiyat Türleri Arasında Görülen Etkileşimler”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, C.1, S.2, 67-74

<http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/138802-saya-dini-degerler-davasi> (Erişim: 19.06.2012)

<http://eukidsonline.metu.edu.tr/node/1> (Erişim: 10 Mayıs 2012)

<http://haber.sol.org.tr/medya/beyaz-tv-muhabirinden-kan-donduran-malatya-yorumlari-haberi-57704> (Erişim: 31.07.2012)

<http://international.ohmynews.com/about/> (Erişim: 15.06.2012)

<http://oxforddictionaries.com/definition/DIY?q=diy> (Erişim: 10.06.2012).

<http://oxforddictionaries.com/definition/mash-up?q=mash+up> (Erişim: 10.06.2012).

http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy/archive/medlitpub/medlitpubrss/medialit_audit/ (Erişim: 26.05.2012)

<http://static.ddmcdn.com/gif/virtual-reality-8.jpg> (Erişim: 02.04.2012)

<http://tr.qantara.de/Taliban%E2%80%99%C4%B1n-putlara-kar%C5%9F%C4%B1-sava%C5%9F%C4%B1/15502c15632i1p353/index.html> (Erişim: 19.06.2012)

http://wiki.answers.com/Q/Does_all_capital_letters_mean_you_are_yelling (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.alex.com/siteinfo/youtube.com> (Erişim: 01.08.2010)

<http://www.alex.com/topsites> (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.alex.com/topsites> (Erişim: 9 Mayıs 2012)

<http://www.bertisevil.tv/pages/bert038.htm> (Erişim: 20.04.2012)

<http://www.bianet.org/bianet/azinliklar/139359-habervaktim-nefret-etme-ettirme> (Erişim: 28.07.2012)

<http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/139219-google-sansur-raporunu-acikladi> (Erişim: 20.06.2012)

http://www.bilisimterimleri.com/bilgisayar_bilgisi/bilgi/24.html (Erişim: 10.06.2012).

http://www.ibiblio.org/prism/jan98/anti_arab.html (Erişim: 19.06.2012)

http://www.hurriyet.com.tr/cumartesi/7871147_p.asp , (Erişim: 30.07.2010)

<http://www.kameraarkasi.org/sinema/makaleler/propagandasinemas.html>
(Erişim: 08.07.2010)

<http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=3102> (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.kimkimdir.gen.tr/kimkimdir.php?id=5021> (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.milliyet.com.tr/2007/01/19/son/sontur46.asp> (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.newmedialiteracies.org/the-literacies.php> (Erişim: 19.06.2012)

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazar&ArticleID=1089745&CategoryID=98>
(Erişim: 10.06.2012)

<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/10/20041012.htm/20041012.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/10/20041012.htm> (Erişim: 10.06.2012).

<http://www.saadet.org.tr/haber/asoy-zina-yeniden-suc-sayilsin> (Erişim: 11.06.2012)

<http://www.stargazete.com/guncel/ali-bayramoglu-hakkindaki-igrenc-iftiralara-sert-tepki/haber-619279> (Erişim: 28.07.2012)

<http://www.tdk.gov.tr> (Erişim: 02.04.2012)

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.4fc548ce746db9.37952955 (Erişim: 27.05.2012)

<http://www.techterms.com/definition/server> (Erişim: 15.06.2012)

<http://www.viralblog.com/research/youtube-statistics/> (Erişim: 15.06.2012)

<http://www.w3.org> (Erişim: 24.04.2012)

<http://www.wiesenthal.com/atf/cf/%7BDFD2AAC1-2ADE-428A-9263-35234229D8D8%7D/IREPORT.PDF> (Erişim: 10.05.2012)

<http://www.youtube.com/videos> (Erişim: 26.05.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=g2vWcOH718Y> (Erişim: 18.06.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=jnLa7AjWLNU> (Erişim: 18.06.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=MdeVUtgdazw> (Erişim: 18.06.2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=RbGz6iHcbTU> (Erişim: 18.06.2012)

http://www.youtube.com/watch?v=z_FMzbS30WA (Erişim: 18.06.2012)

<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>
(Erişim: 10 Mayıs 2012)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Constantinople> (Erişim: 19.06.2012)

<https://howardrheingold.posterous.com/> (Erişim: 19.06.2012)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Ayasofya> (Erişim: 19.06.2012)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/End%C3%BCI%C3%BCs> (Erişim: 19.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Hasan_Tahsin (Erişim: 19.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Hrant_Dink (Erişim: 19.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Og%C3%BCn_Samast (Erişim: 19.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Orhan_Pamuk (Erişim: 19.06.2012)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/PKK> (Erişim: 15.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%BCt%C3%A7%C3%BC_%C4%B0mam_Ali (Erişim: 19.06.2012)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Scientoloji> (Erişim: 19.06.2012)

https://tr.wikipedia.org/wiki/Yasin_Hayal (Erişim: 19.06.2012)

<https://www.google.com/transparencyreport/removals/government/countries/>
(Erişim: 20.06.2012)

EKLER LİSTESİ

EK 1. OSCE (AGİT) Bölgesindeki Nefret Suçları	220
EK 2. Alternatif Bilişim Derneği Yeni Medyada Nefret Söylemi Broşürü	223
EK 3. Video 1 Deşifresi	225
EK 4. Video 2 Deşifresi	227
EK 5. Video 3 Deşifresi	230
EK 6. Video 4 Deşifresi	238
EK 7. Video 5 Deşifresi	242

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Çevrimiçi Olanaklar ve Çevrimiçi Riskler	47
Tablo 2. İmgeler nasıl sanal hale gelir	70
Tablo 3. van Dijk'ın söylem analizi	114
Tablo 4. Videodaki sesin kaynağı	137
Tablo 5. Video paylaşım ağlarında söylem analizi uygulama modeli	139
Tablo 6. Örneklemede yer alan videoların dağılımı	140
Tablo 7. Video 1'le ilgili bilgiler	141
Tablo 8. Video 2'yle ilgili bilgiler	146
Tablo 9. Video 3'le ilgili bilgiler	154
Tablo 10. Video 4'le ilgili bilgiler	162
Tablo 11. Video 5'le ilgili bilgiler	171

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Örnek yayılım şeması	22
Şekil 2: Sanal gerçeklik (<i>Virtual reality</i>)	24
Şekil 3. Multimedya Biçemselliği	26
Şekil 4. Būdū ve Usama bin Ladin	39
Şekil 5. Geçmişten geleceğe İnternet'in gelişimi	43
Şekil 5. Yeni medya okuryazarlığında çözüm aktörleri	52
Şekil 7. Facebook arayüzü	55
Şekil 8. Bir blog arayüzü	56
Şekil 9. Twitter arayüzü	57
Şekil 10. Video izleme sırasında YouTube arayüzü	77
Şekil 11. Time Dergisi, 25 Aralık 2006	86
Şekil 12. Barthes'ın Mit Çözümlemesi	100
Şekil 13. Stormfront sitesinden bir ekran görüntüsü	129
Şekil 14. Video 1'den bir kare	141
Şekil 15. Video 2'den bir kare	147
Şekil 16. Video 3'ten bir kare	154
Şekil 17. Video 4'ten bir kare	165
Şekil 18. Video 5'ten bir kare	172
Şekil 19. Video 5'te yer alan Ayasofya görselleri	178
Şekil 20. Video 5'te yer alan resimler	179

EK 1. OSCE (AGİT) Bölgesindeki Nefret Suçları

Table: Hate Crimes in the OSCE Region: Police Reports, Prosecutions and Convictions in 2008, 2009 and 2010

Participating State	Type of data	Cases recorded by police 2010	Cases recorded by police 2009	Cases recorded by police 2008	Cases prosecuted 2010	Cases prosecuted 2009	Cases prosecuted 2008	Cases sentenced 2010	Cases sentenced 2009	Cases sentenced 2008
Albania										
Andorra				0			0			0
Armenia				0			0			0
Austria	Data represent the total number of offences with xenophobic/racist, anti-Semitic and Islamophobic motives.	99	61	91						
Azerbaijan		1								
Belarus	Police data include crimes of incitement to hatred and those of damaging historical/cultural values.		72	70		3	1			
Belgium										
Bosnia and Herzegovina	Data include crimes of incitement to hatred.	15	15							
Bulgaria	Data include crimes of incitement to hatred and crimes of discrimination.	20	20		34	22		4	9	
Canada			not yet available	1473	1036					
Croatia	Data include crimes of incitement to hatred and those involving insults.	34	32	29	34			3		
Cyprus		32	8	6	not yet available	3	1			1
Czech Republic	Data represent total number of criminal offenses with an extremist context.		265 (including 34 crimes involving violence against people or property)	217 (including 33 crimes involving violence against people or property)		188 (including 66 crimes involving violence against people or property)	215 (including 48 crimes involving violence against people or property)		103 people	97 people
Denmark	Police data include discrimination and propaganda crimes; prosecution data refer only to cases of incitement to hatred.	not yet available	306	98		5	5		1	1
Estonia	Data include crimes of incitement to hatred.		2							
Finland	Police data include hate crime, as well as crimes of discrimination and incitement to hatred; prosecution data only includes crimes of discrimination and incitement to hatred.	1094	1004 reports 1385 offences	859 reports 1163 offences	38	41				

Participating State	Type of data	Cases recorded by police 2010	Cases recorded by police 2009	Cases recorded by police 2008	Cases prosecuted 2010	Cases prosecuted 2009	Cases prosecuted 2008	Cases sentenced 2010	Cases sentenced 2009	Cases sentenced 2008
France	Data include discrimination crimes and defamation crimes.				2007	3344	4117		610	682
Georgia		19	41	27	1	11	7			1
Germany	Police data include hate crimes, as well as those of incitement to hatred and of propaganda; prosecution data only include crimes of incitement to hatred and those of propaganda.	3770 (including 467 violent crimes)	4583 (including 590 violent crimes)	4757 (including 561 violent crimes)	not yet available	3079	3269	not yet available	2221	2377
Greece			2	1		2	1			
Holy See										
Hungary	Data include crimes of incitement to hatred crimes and of discrimination.		12	12		7	8			6
Iceland	Data include crimes of incitement to hatred crimes and of discrimination.		0	3		0	0		0	0
Ireland				265			45			3
Italy	Data include crimes of incitement to hatred and those involving insults.	63	142							
Kazakhstan	Data include crimes of incitement to hatred.	13	15	38	9	4	15	9	4	15
Kyrgyzstan	Data include extremist crimes.		79	93		58	49		41	49
Latvia	Data include crimes of incitement to hatred.		6	9	6	5	1			
Liechtenstein		6	6	3	3	3	3	3	1	2
Lithuania			3	2						
Luxembourg										
The Former Yugoslav Republic of Macedonia										
Malta										
Moldova			2	2		0	0		0	0
Monaco										
Montenegro										
Netherlands	Total data refer to all registered discrimination cases at the Prosecution Service.				170	160 (including 15 cases with violence or threat of violence)	232 (including 30 cases with violence or threat of violence)	90	135	114

Participating State	Type of data	Cases recorded by police 2010	Cases recorded by police 2009	Cases recorded by police 2008	Cases prosecuted 2010	Cases prosecuted 2009	Cases prosecuted 2008	Cases sentenced 2010	Cases sentenced 2009	Cases sentenced 2008
Norway	Data include crimes of incitement to hatred.		236	213						
Poland	Data include crimes of incitement to hatred.	251	194	196	30	28	28	30	28	31
Portugal										
Romania	Data refer to crimes of incitement to hatred crimes and of discrimination.		not yet available	59		28	27		not made public	not made public
Russian Federation	Data include crimes of incitement to hatred.			460						
San Marino										
Serbia	Data refer only to crimes of incitement to hatred.		82	81		42	69		38	26
Slovakia	Data include crimes of incitement to hatred.		132	213 (including 211 incitement to hatred)		not made public	not made public		18	26
Slovenia				22						
Spain			23	38		not yet available	246		not yet available	not yet available
Sweden	Data include crimes of incitement to hatred crimes and of discrimination.	5139	5797	5895	440	450	292			
Switzerland	Data include crimes involving discrimination.				not yet available	36	27	not yet available	30	14
Tajikistan										
Turkey	Data only include crimes of incitement to hatred crimes and of discrimination.				330	250	258		242	97
Turkmenistan										
Ukraine	Data include both hate crimes and of incitement to hatred crimes and of discrimination.			8			1			1
United Kingdom		48127 (crimes in England, Wales and Northern Ireland)	52102 (crimes in England and Wales)	46300 (crimes in England and Wales)	15020 (crimes in England, Wales and Northern Ireland)	13030 (crimes in England and Wales)	14186 (crimes in England and Wales)		10690 (crimes in England and Wales)	
United States			not yet available	7783			not made public			not made public
Uzbekistan			6						0	0

EK 2. Alternatif Bilişim Derneği Yeni Medyada Nefret Söylemi Broşürü

Yeni Medyada Nefret Söylemi

Nefret söylemi nedir?

Nefret söylemi, bireylere, ırkları, ten renkleri, etnik kökenleri, toplumsal cinsiyetleri, milliyetleri, dinleri, cinsel tercihleri, yetersizlikleri ve diğer bireysel ayrımcılık biçimleri temelinde yöneltilen nefreti içeren ve teşvik eden söylemler olarak tanımlanabilir.

Nefret söylemini Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi 30 Ekim 1997 yılında şu şekilde tanımlamıştır:

“ırkçı, nefret, yabancı düşmanlığı, antisemitizm veya hoşgörüsüzlük ifade eden saldırgan milliyetçilik de dahil olmak üzere, hoşgörüsüzliğe dayalı diğer nefret biçimlerini yaygın, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her türlü ifade biçimidir.”

alternatif bilişim

Cevizli Mah. Adım Sok. No.13/A 34846
Maltepe İstanbul

0216 305 4911
bilgi@alternatifbilisim.org
http://www.alternatifbilisim.org
http://yenimedya.wordpress.com

Yeni Medyada Nefret Söylemi

Yayın yılı: 2010

İçindekiler

Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşma Girmesi ve Türetilmesi

Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi

Facebook'ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşma Sokulması

Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi

Dijital Oyunlarda Cinsiyetçilik

Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya

Sanal Nefret Pratikleri: İnternet'te Nefret Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler

Yeni Medyada Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu

Yeni medyada nefret söylemi çalışmalarıyla ilgili bilgi ve danışma için:

tugrul.comu@gmail.com
http://yenimedya.wordpress.com

Yeni medya,

- web 2.0,
- cep telefonları,
- PDA'ler,
- dijital oyunlar ve oyun ortamları

gibi yeni iletişim araçlarından oluşmaktadır.

Türkiye'de yaş grupları itibarıyla İnternet kullanımını

Yaş Grubu	Erkek (%)	Kadın (%)
16-24	74.1	59.4
25-34	46.0	35.1
35-44	40.3	30.2
45-54	26.7	19.9
55-64	18.6	10.5
65-74	2.0	3.1

(Kaynak: DPT Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2010)

Yeni medyanın özellikleri

Yeni medyayı geleneksel medyadan (gazete, dergi yayıncılığı, radyo, televizyon yayınları ve sinema filmleri) farklılaştıran özellikler:

- dijitallik,
- etkileşimsellik,
- multimedya biçimselliği,
- hipermetinsellik,
- kullanıcı türevli içerik,
- yayılım
- sanallıktır.

(bkz: Evrensel Kültür, S: 216, Aralık 2009)

Türkiye'de nefret söyleminin türleri

- Siyasal nefret söylemi
- Yabancılarla ve göçmenlere yönelik nefret söylemi
- Cinsel kimlik temelli nefret söylemi
- Kadınlara yönelik nefret söylemi
- İnanç ve mezhep temelli nefret söylemi

Temsil, "gerçekliğin bazı öğelerinin, yakalananı, kavranabilen bazı öğelerinin bir araya getirildiği bir pratik"dır.

Medya Metinlerine Neler Sorulabilir?

1. Bu metni kim üretti?
2. Bu metin kimin için üretildi?
3. Bu metinde dolaşıma sokulan içerik (olay, olgu, konu veya sorun) nedir?
4. Bu metinde içerik hangi türsel biçim ile aktarılmaktadır?
5. Bu metinde içerik hangi yapısal öğeler (göstergebilimsel öğeler) kullanılarak aktarılmaktadır? Bunları örneklendirelim...
6. Bu metinde hangi hakim temsil pratikleri üretilmekte, dolaşıma sokulmaktadır?
7. Bu metinde kadınlar ve erkekler hangi toplumsal roller ve örüntüler içerisinde kurgulanmaktadır/konumlanmaktadır?
8. Bu metinde toplumsal cinsiyet eşitliği var mıdır? Yoksa, neden? Sorgulayalım...
9. Bu metinde ima edilen fikir/değer/enformasyon veya bakış açısı nedir?
10. Bu metinde ayrımcılık ve önyargılar üretiliyor mu? Üretiliyorsa hangi sözcükler kullanılarak üretilmektedir? Saptayalım...
11. Bu metinde dışarıda bırakılan fikir/değer/enformasyon veya bakış açısı nedir?
12. Bu metin kimin/kimlerin çıkarına hizmet eder?
13. Bu metni nasıl yorumladınız?
14. Bu metni ben nasıl yorumladım?
15. Bu metinden ne öğrendik?

Cevrimîçi olanaklar	Cevrimîçi riskler
<p>Küresel enformasyona erişim</p> <p>Eğitim kaynakları</p> <p>Eski ve yeni arkadaşlar için toplumsal ağlar</p> <p>Eğlence, oyunlar</p> <p>Kullanıcı türevli içerik üretimi</p> <p>Yurttaş katılımı/ politik katılım</p> <p>Kimliğin ifadesinde mahremiyet</p> <p>Topluluklara bağlar/ aktivizm</p> <p>Teknoloji uzmanlığı ve okuryazarlığı</p> <p>Kariyer gelişimi veya istihdam</p> <p>Kişisel/ sağlık/ cinselliğe dönük tavsiye</p> <p>Uzman grupları ve fan siteleri</p> <p>Uzaktakilerle deneyim paylaşımı</p>	<p>Yasadışı içerik</p> <p>Pedofiller, yabancılar</p> <p>Aşırı veya cinsel şiddet</p> <p>Diğer zararlı veya saldırgan içerikler</p> <p>İrkçy/ nefret materyali/ aktivitelere</p> <p>Reklam/ ticari ikna</p> <p>Tarafly/ yanlış enformasyon (tavsiye, sağlyk)</p> <p>Kişisel bilginin istismarı</p> <p>Siberkabadaylylyk, taciz</p> <p>Kumar, finansal suçlar</p> <p>Kendine zarar (intihar, anoreksiya, vd.)</p> <p>Mahremiyetin ihlali</p> <p>Yasadışı aktivite (korsanlık, dosya yükleme)</p>

(Kaynak: EU Kids Online, 2010)

Yeni medya ortamında nefret söylemi nasıl yayılır?

Nefret siteleri, elektronik nefret postaları, forumlar, haber siteleri ve okur yorumları, tarayıcı oyunları ve dijital oyunlar, IRC'ler ve çeşitli diğer sosyal ağ uygulamaları aracılığıyla olmaktadır.

Avrupa Konseyi (AK) tarafından hazırlanan Avrupa Siber Suç Sözleşmesi (The Convention on Cybercrime) (ETS No.185) 1 Temmuz 2004'de yürürlüğe girmiştir ve bugüne kadar 42 ülke tarafından imzalanmış, 26 ülke de onaylanmıştır. Türkiye, bu sözleşmeyi 10 Kasım 2010 tarihinde imzalamıştır. Avrupa Parlamentosu Meclisi 1543 sayılı Siber Uzamda İrkçılık ve Yabancı Düşmanlığı Üzerine Tavsiye kararında (2001) "ırkçılığın bir kanaat olmadığını, suç olduğunu" belirtmiştir. Bu tavsiye kararını izleyerek AK, Ek Protokol'ü hazırlamıştır. Ancak Türkiye henüz ek protokolü imzalamamıştır.

Yeni medyada üretilen nefret söylemine karşı toplumsal örgütlenmeler

Genel bilinç oluşturmaya yönelik uzun erimli çalışmalar:

- Eğitim faaliyetleri
- Projeler
- Araştırma raporları ve yayınlar
- Tanıtım materyalleri
- Filtre yazılımlar
- Eğitsel oyunlar
- Mesaj panoları
- Toplantılar

Doğrudan nefret gruplarını hedef alan kısa erimli yaklaşımlar:

- Gözlemler ve afiş etme edimleri
- Hacker girişimleri
- Bildirimde ve ihbarda bulunma
- Alan adı (domain name) satın alma
- Yasal yollar

EK 3. Video 1 Deşifresi

<u>Görüntü</u>	<u>Ses</u>
<p>Bir otomobilin arka koltuğunda oturarak sigara içen ve kameraya konuşan bir kişi (erkek).</p>	<p>Biz bilmesek de kibarlığı, yerinde yaparız sevgiyi saygıyı. Alem ne derse desin, gönlümüzde saklarız sevdamızı.</p> <p>Tarz giyinip tiki olmasak da pantolonu düşürüp küpe takmasak da saçlarımızı şekil şükül yapmasak da Allah'ın verdiği güzelliğimiz var.</p> <p>Her önümüze gelene iş koymayız, her kızın gururuyla oynamayız. Kusura bakmayın kızlar; bizi sevmeniz için gevşek olamayız.</p> <p>Yok yakışıklıymış, tikiymiş, şekli şemali yerindeymiş... Ne fark eder ki kızım gevşeklik onların kanına işlemiş!</p> <p>Evet alemin gözünde serseriyiz, kolları kesik façalı gençleriz. Ama biz gevşek değiliz. Sevdik mi Allah'ına kadar severiz.</p> <p>Gidene dur demeyiz. Ardından sessizce ağlarız. Biz gevşek değiliz. Gençliğimizi uğrunda harcarız.</p>

	<p>Duvarlarda sevdiğimizin ismi, sevdiğimize bağlarız kalbimizi. Biz gevşek değiliz kızım, kanımızla yazarız sevdiğimizi.</p> <p>Küpeyi takmış tam bir züppe. Bizim dilimizde derler böylesine ibne. Kızlar da tam tersine hasta olurlar böyle gevşeklere.</p> <p>Tarz giyinip tiki mi olalım? Pantolon düşürüp küpe mi takalım? Ya kızlar bizi sevmeniz için illa ibne mi olalım?</p>
--	--

EK 4. Video 2 Deşifresi

<u>Görüntü</u>	<u>Ses</u>
Vesikalık fotoğraf gibi görünen ancak konuşarak hareket eden Hrant Dink görseli.	<p>Merhaba. Benim adım Hrant Dink. Siz kısacası bana "hıyar" diyebilirsiniz. Annem tarlada hıyar toplarkene babam annemi seyrediyormuş. Annem birden sancılanmış. Ve oracıkta ben pırt diye doğmuşum. O yüzden babam da "bu olsa olsa hıyar olur" demiş. Babam böylece benim ismimi doğayla bütünleştirmiş oldu. Babamı çok severdim. Belli bir yaşa geldim. Okul çağıma geldim. Küçüklüğüm, çocukluğum hep tarlalarda geçti. Hıyarlar arasında büyüdüm. Fakat bunun nasıl bir duygu olduğunu size anlatamam. Muhteşem bir duyguydu. Hıyar gibi yaşamak çok güzeldi. İlk, orta ve liseyi, orada burada zorla bitirdim. Sonra ÖYS sınavına girdim. Sorular çok zordu. Salladım, salladım, kıçımın ter aktı. Sallamak amma zormuş. Sonuçlar geldi: Harvard Üniversitesi Zerzevatçı bölümünü kazandım. Bu bölümde Orhan Pamuk'la tanıştım. Okul arkadaşım oldu. Beraber bayağı dirsek çürüttük. Orhan, zencilerle çok haşır neşir olurdu. O yüzden Orhan'a "Çokomel" lakabı taktık. Okulu Orhan'la beraber bitirdik. Orhan, zencilerle takılmaktan dolayı biraz yumuşadı ve pamuk gibi bir şey oldu. Ben de buna anlam vermemişem halen. Okul bitti ve Los Angeles'ın arka sokaklarından geçerken bir Yahudi'yle tanıştım. Kod adı Manukyan'dı. Muhabbet ettik. Dedim</p>

“İşsizim, para kazanmam lazım”. O da dedi ki “tam sana göre bir iş var”. “İstersen İstanbul’daki Agos Gazetesi’nde yazar yapalım seni” dedi. Ben de kabul ettim. Aylık 1000 dolar önerdi. İstanbul’da gazetede çalışmaya başladım. Manukyan’dan mail’le direktif alıyordum. Türkiye’yi karıştırmamı istiyordu. Ben de hemen çalışmalara başladım. Ve Şişli’de Sisi diye bir travestiden akıl almaya başladım. Türkiye’yi nasıl karıştırırım diye bana yardım etmesini istedim. Bu arada ne zaman Sisi’ye baksam, Orhan’ın bir zencinin yanından “Hıyar, yardım et. Kıçıma kılınç girdi” inlemesi aklıma geliyordu. Gazetede yazmaya başladım. Türkiye’yi az da olsa karıştıracak bilgileri edindim. Türk gibi görünüp Türklerin Avrupa Birliği sevdasını fırsat bildim. Artık Türklerin asil kanına bile laf söyler hale geldim. Fakat milliyetçi kesimin ne kadar yürekli olabileceği aklıma gelmemişti. Bana “akıllı ol” dediler, “yoksa seni öldürürüz”. Fakat ben Sisi’nin gazına geldim. Hoş karıydı, beni baştan çıkarttı. Sisi’yle çok sevişiyorduk. Devamlı veriyorduk birbirimize. Ayrılmaz bir bütün olduk sanki. Ancak gelen tehditler korkutuyordu beni. Ve Ermeni kardeşlerime vasiyetimi yazdım. Ben öldükten sonra arkamdan “hepimiz Hıyar’ız, hepimiz Ermeni’yiz” diye bağırmaalarını istedim. Ancak Sisi’yi de unutamıyordum. Ve vasiyetimde onu, onu da diasporamızın takviyesi ve tek varisi olarak görüyordum. İyi takıyordu orospu. Sisi’yle konuşurken aklıma Orhan’ın zenci

	<p>fantezisi geldi. Sisi'ye anlattım. Meğerse Orhan zencilerden sonra travestilere dadanmış, mutlu olmaya çalışmış. Fakat Sisi, Orhan'ın zencilerden dolayı çok folloş olduğunu söyledi. Ve kendimi pamuk Orhan'ın yerine koydum. Düşündüm, acaba Türklere daha fazla dil uzatırsam bana da Nobel ödülü verirler mi diye. Fakat düşündüğüm olmadı. Bir sabah gazetenin önünde bir çocuk beni yanına çağırıldı. "Biz Türk'üz. Bu ülkede ibne ibne konuşanları sevmeyiz" dedi. Ve silahını çekti. Beni oracıkta vurdu. Yaşamım film şeridi gibi gözümün önünden geçti. Kanım o kadar kalitesiz ve su karıştırılmıştı ki hemen boşalıverdi. Öldüm, bittim ben. Arkamdan medya ve iktidar sahipleri bayağı konuştu. Beni büyük Türk'müş gibi gösterdiler. Fakat vasiyetimi Ermeni kardeşlerim ve travestiler derneği yerine getirdi. Olayı yukarıdan gördüm; zebani patlamış mısırını benimle paylaştı. Ve Ermeni kardeşlerim travesti olduklarını Şişli sokaklarında şöyle dile getirdi: "Hepimiz travestiyiz, hepimiz Sisi'yiz" diye inlediler. Bu olay beni çok mutlu etti. Ermeni kardeşlerim ve pamuk Orhan, size tavsiyede bulanayım istedim. Sakın ha, siz siz olun, ibne ibne konuşmayın. Ve oturun oturduğunuz yerde. Yoksa sonunuz benim gibi olur. Zebani de Türk yandaşı çıktı. Ne zaman arkamı dönsem, Zebani arkamda bitiyor. Zenci menci de değil, zalim, affetmiyor, "yandım, yandım" diye bağırtıyor. Kıçımın üstüne oturamıyorum.</p>
--	---

EK 5. Video 3 Deşifresi

<u>Görüntü</u>	<u>Ses</u>
Metin: BEYİN ANDIRI 2007 “NEDEN BABA” 2020 YILIN’DA “ANKÜYRA GETOSUN’DA” BİR TÜRK KIZI’NIN BABASI’NA SİTEMİ!!!	<u>Erkek Sesi:</u> YIL: 2020. Gece yarısı Anküyra gettosunda
Ağzında Türk bayrağından bir peçe bulunan kadın görseli.	18 yaşındaki türk kızının 47 yaşındaki babasına sitemi...
Atatürk görseli	<u>Kadın Sesi:</u> Baba!
Dalgalanan Türk bayrağı	Sizin zamanınızda bayrağımızda ay-yıldız varmış.
Scientology gönüllü hizmet topluluğunun logosu	Şimdi neden haç işareti ve anlamını bilmediğim renkler var?
Atatürk görseli	İki arkadaş okulda tavan arasında eski bir atlas bulmuştuk, o atlasta gördük...
2000’li yıllara ait Türkiye haritası	...daha önce Edirne’den Kars’a kadar Türkiye toprağıymış. Şimdi neden o haritanın...
Kürdistan haritası	5’te 1’ine Türkiye diyoruz? Eskiden her mahallede...
Ortaköy Mecidiye Camisi’nin fotoğrafı	1-2 cami varken, şimdi neden her ilde 1 cami var? Dedem bahsetmişti daha önce ezan denen bir şey varmış, günde 5 defa camilerden okunmuş

Scientology gönüllü hizmet topluluğunun logosu	...şimdi bu çan sesleri ne baba? Filistinlilerin zamanında...
1946 – 2000 yılları arasında Filistin'in toprak kayıplarını gösteren İsrail haritası	... topraklarını parça parça satarak İsrail'in kurulmasına sebep olduklarını hiç mi bir yerde okumadınız da...
Kürdistan haritası	... topraklarımızı sattırıp şimdi bu ufacık alana bizi hapsettiniz.
Askeri üniforma giyen Atatürk görseli	Siz atalarınızdan böyle mi aldınız bu toprakları? Emaneti böyle mi korudunuz?
Ahmet Türk ile Mesut Barzani konuşurlarken çekilmiş bir fotoğraf	Günden güne topraklarımız satılırken, siz uyuyor muydunuz baba?
Ağzı ve burnu kapalı ama saçı açık genç bir kadın fotoğrafı	Baba! Küçükken herkesin beni Ayşegül diye çağırdığını hatırlar gibiyim, şimdi neden bana Angel diyorlar? Benim kulağıma Angel ismini ezanla sen mi söyledin?
Ayakta duran bir asker ve yerde oturarak ağlayan çocuk fotoğrafı	Bizim evin önünden tanklarla geçen Amerikan askerleri kim baba? Her gün bize hakaret ederek...
Yerde oturarak ellerini kaldırmış bir kişiye silah doğrultan asker fotoğrafı	... ve sizi her gördükleri yerde joblayarak demokrasi mi getirdiler baba?
Kitap okuyan Atatürk görseli	Bize okulda demokrasinin tanımını daha farklı öğretiler sanki. Elime geçen gün bir kitap geçti baba, senin gençliğinden kalan. Biz Ankara'ya taşınmadan önce memleketimizin ismi Gaziantep'miş...
Asker üniforması giymiş çocuk fotoğrafı	... ve 6.317 şehit vererek gazilik ünvanını kazanmış.
Kürdistan haritası	Neden şimdi oraya Kürdistan diyorlar baba? Baba! Sizlere Kürtler ve Türkler...

Atatürk, sakallı bir kişiyle konuşurken çekilmiş bir fotoğraf	...kardeştir demişler, Peki kardeşlerim neden bizi...
2007 yılında Ankara, Ulus, Anafartalar Pasajı önündeki bombalı saldırı sonrası çekilmiş pasaj fotoğrafı	...öldürüp ülkemizde ayrı devlet kurdular?
2007 yılında Ankara, Ulus, Anafartalar Pasajı önündeki bombalı saldırı sonrası çekilmiş pasaj fotoğrafı	Baba!
Atatürk görseli	O kitapta Atatürk diye birinden de bahsetmişti. O her kimse...
Atatürk mikrofondan konuşma yaparken çekilmiş bir fotoğraf	...1933'te Bursa'da bir Nutuk vermiş. Ben şimdi bile ne kastettiğini anlayabiliyorken...
"Musa'nın Çocukları Tayyip ve Emine" isimli kitabın kapağı (Yazar Ergün Poyraz)	... sizin gençliğiniz bu kadar mı cahildi de o uyarıları dikkate almadınız?
Kürdistan haritası	Şimdiki Kürdistan toprağında yer alan...
Askerler tarafından başına çuval geçirilmiş bir kişi (Bu fotoğraf, 4 Temmuz 2003'te Türkiye askerlerinin başına Amerikan askerleri tarafından Süleymaniye / Irak'ta çuval geçirilmesinin fotoğrafıdır ve basında çok kere yer almıştır.)	... Süleymaniye'de askerimizin başına çuval geçirmişler.
İstanbul, Beyoğlu, İstiklal Caddesi'nde çekilmiş, çoğu erkek olmak üzere caddede yürüyen insanların olduğu bir fotoğraf	Ve sen o dönemde gençtin, hiç mi kanın donmadı baba?
"Musa'nın Çocukları Tayyip ve Emine" isimli kitabın kapağı (Yazar Ergün Poyraz)	Neden hesap sormadınız yöneticilerinize?
Kitap okuyan Atatürk görseli	O az önce bahsettiğim Atatürk size bir hitabe yazmış ve size...
Abdullah Öcalan PKK bayrağı önünde	... hain yöneticilere...

farklı kişilerle el ele tutuşurken çekilmiş bir fotoğraf	
“Musa'nın Çocukları Tayyip ve Emine” isimli kitabın kapağı (Yazar Ergün Poyraz)	... ve uşaklara karşı uyardım ve hitabenin sonunda da “Muhtaç...”
Elinde cep telefonu bulunan sakallı bir kişi fotoğrafı	... olduğun kudret damarlarındaki asil kanda mevcuttur” demiş.
Ahmet Türk ve Emine Ayna fotoğrafı	Baba! Kanımız o kadar bozuk mu ki, ülkemizi bu hale getirenlerin yakasına yapışmadınız?
AKP seçim afişlerinin üzerinde bilgisayarla yapılan düzenlemeler ile George W. Bush görseli eşliğinde “Çok duyguluyum... AKP'yle gurur duyuyorum” yazılmış bir görsel	Baba!
Bir “şehit” mezarı başında asker selamı veren çocuk fotoğrafı	Türkiyeli ne demek? Biz Türk çocuğu değil miyiz? Soyumuz belli değil mi bizim?
Batan güneş içinde ay-yıldız ve önünde ulumakta olan bir kurtun bulunduğu “Ergenekon destanı gencecik” yazılı bir illüstrasyon	O kitapta okumuştum; “Ne mutlu Türküm diyene” yazıyordu.
Kalabalık bir ortamda bulunan, asker üniforması giymiş çocuk fotoğrafı	Peki baba ben neden mutlu değilim? Türk'üm demek suçsa ve kötü bir şeyse siz eskiden neden söylediniz?
Osmanlı askerlerinin topluca çekilmiş bir fotoğrafı. (İçlerinden bir kişinin yüzü sarı daire içindedir.)	Baba! Biz Kurtuluş Savaşı denen bir şey yaşamışız. Kitaba göre...
Atatürk olduğu düşünülen bir kişi, elinde tüfek bakımı yaparken çekilmiş bir fotoğraf	... dünyanın gördüğü en şanslı savaşmış ve o savaşta dört milyon şehit vermişiz.
Kürdistan haritası	Madem bu vatandan bu kadar kolay...

Ahmet Türk ve Emine Ayna fotoğrafı	... vazgeçecektiniz de neden...
Kalabalık bir ortamda bulunan, asker üniforması giymiş çocuk fotoğrafı	... o kadar şehit verdiniz? Hiç mi...
Atatürk işaret parmağını karşısında kişiye uzatmışken çekilmiş bir fotoğraf	... kitap okumadınız? Hiç mi sizi uyaran olmadı? Hiç mi...
AKP seçim afişlerinin üzerinde bilgisayarla yapılan düzenlemeler ile George W. Bush görseli eşliğinde "Çok duyguluyum... AKP'yle gurur duyuyorum" yazılmış bir görsel	... göremediniz ülkemizin peşkeş çekildiğini?
İstanbul, Beyoğlu, İstiklal Caddesi'nde tramvay etrafında yürümekte olan çeşitli insanlara ait fotoğraf	Eğer farkında olduysanız ve duygusuzca evinizde oturduysanız...
Abdullah Öcalan'ın yakalanıp Türkiye'ye teslim edildiği zamana ait bir haber fotoğrafı	... sizin o hainlerden ne farkınız kaldı?
Recep Tayyip Erdoğan namaz kılarken çekilmiş bir fotoğraf	Allah'ın huzuruna hangi yüzle çıkacaksınız baba?
Kucağında başka bir askeri taşıyan asker heykeline ait bir görsel (Zeminde Türkiye bayrağı vardır.)	"Vatan sevgisi imandandır" diye bir hadis varken hadi diyelim ki Türklüğünüzden...
Atatürk, sakallı bir kişiyle konuşurken çekilmiş bir fotoğraf	... vazgeçtiniz, bari İslam'ın emrine uysaydınız. Senin eski cd'lerden...
Atatürk, Anıtkabir ve ay-yıldız görselleri eşliğinde hazırlanmış İstiklal Marşı afişi	... dinledim baba. Bizim de bir istiklal marşımız varmış. O marşı yalnızca körü körüne...
Atatürk işaret parmağını karşısında kişiye uzatmışken çekilmiş bir fotoğraf	... mi ezberlediniz? Atalarımız sizi her fırsatta uyarmış. Demiş ki,...
Türkiye bayrağına sarılmış bir tabutun etrafında ayak duran insanlar ve yere	... Ey Türk! Titre ve kendine dön! Baba ne zaman...

oturmuş bir çocuk fotoğrafı	
Zafer işareti yapan, ellerinde DTP ¹⁰⁸ bayrakları taşıyan ve çoğunluğu kadınlardan oluşan bir grup fotoğrafı	... titreyeceksiniz Ankara'yı da kaybettikten sonra mı? Bundan 13 yıl önce titremediyseniz eğer, artık hiçbir şey titretmez sizi.
Suratı ampulden olan ve siyah çarşaf giymiş bir kadın görseli (illüstrasyon)	Baba! Sen en son bağımsız olan Türkiye Cumhuriyetini gördün. "Ya Devlet başa, Ya kuzgun leşe" diyebilecek bir Hasan Tahsin, bir Şehit Şahin, bir Sütçü İmam yok muydu aranızda? Yazıklar olsun baba sizin gençliğinize!
Kalabalık bir ortamda bulunan, asker üniforması giymiş çocuk fotoğrafı	Bugünleri göreceğime hiç doğmasaydım baba! Türklüğünüzden utanmadınız, hiç olmazsa insanlığınızdansız utansaydınız baba!
Bir "şehit" mezarı başında asker selamı veren çocuk fotoğrafı	Bu vatan göz göre göre altınızdansız kayarken hiç olmazsa...
Kuddusi Okkır'ın ¹⁰⁹ hastanede bulunduğu bir fotoğraf	... şerefinizle ölemediniz mi?
Kuddusi Okkır'ın hastanede bulunduğu başka bir fotoğraf	<u>Erkek Sesi:</u> Her günüm cenaze, her günüm şehit.
Türkiye bayrağına sarılı tabutlar etrafında cenaze namazı kılınırken çekilmiş bir	Bunların sebebi bir it oğlu it. Uyan Türk evladı.

¹⁰⁸ DTP, Demokratik Toplum Partisi 9 Kasım 2005'te kurulmuş, 11 Aralık 2009'da Anayasa Mahkemesi kararıyla kapatılmıştır. Kendisinden sonra kurulan ve günümüzde mevcudiyetini koruyan parti, Barış ve Demokrasi Partisi (BDP)'dir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Demokratik_Toplum_Partisi , Erişim: 19.06.2012).

¹⁰⁹ İş adamı Kuddusi Okkır, 20 Haziran 2007'de Ergenekon davaları kapsamındaki Ümraniye soruşturması çerçevesinde tutuklanmıştır. Okkır, 6 Temmuz 2008'de hayatını kaybetmiştir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Kuddusi_Okk%C4%B1r , Erişim: 19.06.2012).

fotoğraf	
Bir kurt ve yanında at sırtında giden insanlar görseli	Uyuma uyan! 30 Kuponla alınmadı bu vatan.
Demir döven insanlar görseli	Bakın etrafınıza.
Sigara içen bir kişi fotoğrafı	Yere inen gök taşları gibi Türk anaları vatan için nice İhsan'lar doğuruyor.
Zafer işareti yapan, ellerinde DTP bayrakları taşıyan ve çoğunluğu kadınlardan oluşan bir grup fotoğrafı	<u>Kadın Sesi:</u> Bu vatan göz göre göre altınızdan kayarken, hiç olmazsa...
Kuddusi Okkır'ın hastanede bulunduğu bir fotoğraf	...şerefimizle ölemediniz mi? (Eko: "Ölemediniz mi?")
"Vatandaş dinlemenin adabı" başlıklı bir görsel. "Yıl 1930"da Atatürk karşısındaki kişiyi dinlemektedir. Hemen altında "Köylü milletin EFENDİSİDİR" yazmaktadır. "Yıl 2006"da Recep Tayyip Erdoğan, işaret parmağı havada karşısındaki kişiyle konuşmaktadır. Hemen altında "Ananı da al git LAN...!!!" yazmaktadır.	
Yazı: "EY TÜRK! BU BEYİN ANDIRI NI HERKESE GÖNDER 2020 de böyle durum olmayacak asla... TÜRKİYE TÜRK TÜR, TÜRK KALACAK tavsiye site:	

www.bizkackisiyiz.com

PRENSESRA”

EK 6. Video 4 Deşifresi

<u>Görüntü</u>	<u>Ses</u>
Sivillere silah doğrultan askerler	
Amerikan bayrağı	
Sokaktan tank geçerken kameraya bakan gözü yaşlı kız çocuğu	
Gerorge W. Bush, G8 zirvesinde konuşma yaparken parmağı havada	
Helikopter imgesi eşliğinde yazı: <i>The Washington Post</i> . "ABD, Kürtlere 3 helikopter para taşıdı"	
George W. Bush, İsrail bayrağı önünde, sağ eli kalbinin üstünde	
Savaş alanında çocuk cesetleri	Kansız ve de piç haçlı ordusu
Savaş alanı	Tarihi lanet, bozgunla dolu
Hollywood	Hollywood'la şişir özgürlük oyunu
Camideki askerler	Ecdatsız it, Amerikan soyu
Kürdistan'ın bulunduğu Orta Doğu haritası	Büyük Orta Doğu'da proje ve haritalar
Mesut Barzani ve Celal Talabani basın açıklaması yaparken	Bölücülük oyunu ve belirdi maşalar
Askerler ve yerde yatan cesetler	Dünyada bozgun kibriti de çak
Mahmut Ahmedinejat ve Vladimir Putin el sıkışırken	Üçüncü dünya savaşı da çıkacak
Amerikan bayrağı	Her döl mevcut oluşumunuzda
Amerikan bayrağı önünde Özgürlük Anıtı	Soyun ne köpek, söyle de bilek

Amerikan bayrağı önünde temsili bir Amerikalı	Tek güç varmış, o da Amerika
George W. Bush bir kişi ile konuşurken şaşırılmış halde	Kudurmuş köpeğe ötenazi uygula
Kilisede ellerinde mumlarla ayin yapan insanlar	Günah çıkarmayın, günahın pis izi
Yerde yatan çocuk cesedi	Yapıştı sizlere, iz çıkmaz ki
Çölde iki tank ve askerler	Daha çok işgal et, daha çok yok et
Enkazdan çıkarılmış bir bebek	Kilisede vaftiz kurtarmaz sizi
Ermenistan bayrağı	Olmayan soykırım yalanını besleyin
Fransa bayrağı	İftira atın ve de düşman besleyin
Mason Locası Görseli	Bizi kendi sandı Ermeni locası
Parlamento salonu	Soykırım yapsak, soyun kalmazdı
Üzerlerinde Amerikan bayrağı taşıyan üç kadın	Avrupa dediğin, cenabet yolu
Bir sokak gösterisinde yer alan neredeyse tamamen çıplak bir adam	Hepsi tam kırık, ibne, gey dolu
Avrupa Konseyi Genel Kurul Salonu	Toplasan topunu, saf piç kurusu
Miraç Taha Hun	Miraç Taha
Fatih Sultan Mehmet ve atlılar görseli	Fatih'in torunu
Yunanistan bayrağı	Yunan piçleri, geçmişin ne ulan
İstanbul gece manzarası	Kapımdaki köpek bile olamayan
Ayasofya	Acınız var koçum, anlıyoruz sizi
Elinde üç hilalli bayrak tutan Ulubatlı Hasan görseli	Ulubatlı Hasan bayrağı dikti

PKK gösterisi	Belirdi kahpece tek tek maşalar
PKK bayrağı	Parçala ve yönet misyonu ağlar
PKK bayrağı üstüne silahlarını koyan militanlar	Gaza gelmişsin, sen kuklasın
Abdullah Öcalan	Devlet mi kuracaksın?
Militan cesetleri	Babayı alırsın.
Statta, Türk bayrakları eşliğinde “Hepimiz Mehmetçiğiz” yazılı pankart açmış insanlar	Fark etmez takım, fener ya da cim bom, takılırız biz bize birbirimizle
İnsan gözünde Türk bayrağı yansıması görseli (illüstrasyon)	Konu vatansa dur, gerisi yalandır
“Hepimiz Hrant’ız!.. Hepimiz Ermeni’yiz!..” yazılı pankart taşıyan insanlar	Hepimiz Türk, hepimiz Mehmet’iz
Haç kolye	Düşman kalleş, pusmuş, bekler
Kar maskeli Türk askeri tüfeğini doğrultmuşken	Sanmış mı beni susmuş, bekler
Eşref Bitlis	Eşref Bitlis
Gaffar Okkan	Ve Gaffar Okkan
Türk askerleri	Çılgın Türkler bitmez bizde
Kırmızı denizde beyaz ay ve yıldız (illüstrasyon)	Sayırsız devlet kanımızla kurduk
At üstünde hükümdar ve yanında askerler görseli	Her zaman dilimi zalimi vurduk,
Yerde oturmuş bekleyen Mehmetçik görseli	Dünya gelsin, alayına gider
Siyah zeminde ay – yıldız (illüstrasyon)	Bir Türk, cihana bedel

Türk bayrağına sarılmış tabut ve kalabalığın arasında yerde oturmuş bir çocuk	Ey şehit oğlu, irkil ve dik dur
12 Yıldızlı Avrupa Birliği (Konseyi) bayrağı	Avrupa hayali soysuzluktur
Cengiz Han görseli	Ecdadını bil
Fatih Sultan Mehmet görseli	Özünle has dur.
Hilal içinde gözüken uluyan kurt (illüstrasyon)	Geçmişin mertlik, o da bozkurttur.
Ay yıldız önünde Miraç Taha Hun	Ne komünistim ben, ne de faşist. Ülkem için yaşar ölürüm, hiç sapmam sağa sola tetikteyiz. Mustafa Kemal'dir önderimiz. Mustafa Kemal'dir önderimiz.
Atatürk görseli	Mustafa Kemal'dir önderimiz.

EK 7. Video 5 Deşifresi¹¹⁰

<u>Görüntü</u>	<u>Ses</u>
Lacivert zemin	Avrupa'nın son günleri
Avrupa'ya yapılan Müslüman akınları haritası	Daha önce yaptılar
İstanbul surlarına saldıran askerler ve sur içindeki askerlerin savunmaları (Resim)	MS 717 – Kostantîniyye'yi kuşattılar
	Fakat, Bulgar ve Bizans ortak kuvvetleri tarafından püskürtüldüler.
İspanya'daki kalelere yapılan saldırılar (Resim)	MS 718 – Hispania'yı ¹¹¹ işgal ettiler
Kale duvarlarını yıkarak kaleye girmeye çalışan askerler (Kale içindekiler Hıristiyan) (Resim)	MS 831 – Güney İtalya işgal edilmişti
İstanbul surlarına çıkan insanlar (Resim)	MS 1453 – Konstantinopolis, İslami Osmanlı sürüsüne düştü
	Kısa süre sonra Balkanlar, 500 yıllık İslami karanlığa gömüldü.
Lacivert zemin	Yine yapıyorlar
Silah tutmayı öğrenen Müslüman çocuklar	21. Yüzyıl
“Avrupa hasta, çözüm İslam” yazılı döviz taşıyan sakallı ve sarıklı göstericiler	
“İslam'ı aşağılayanları katledin” ve “	

¹¹⁰ Türkçeye çevrilmiştir.

¹¹¹ Hispania, günümüzde Portekiz, İspanya, Andorra ve Cebelitarık'ın bulunduğu İber Yarımadası'na Romalılar tarafından verilen isimdir (Kaynak: tr.wikipedia.com/wiki/Hispania, Erişim tarihi: 30 Temmuz 2010)

İslam'la dalga geçenleri kesin" dövizleri taşıyan, koyu tenli göstericiler	
"Peçe kadınların özgürlüğüdür" yazılı döviz taşıyan kara çarşafli kadın	
Lacivert zemin	Asya ve Kuzey Afrika'dan binlerce yasal ve yasa dışı göçmen hızla ürüyor...
Avrupa ülkelerindeki Müslüman nüfus haritası	
Lacivert zemin	...yaklaşık 50 yıl içinde, bugün bildiğimiz Avrupa artık olmayacak:
12 Yıldızlı Avrupa Birliği (Konseyi) bayrağı içinde aynı renkte Ay ve Yıldız	
Tablo: Son Akşam Yemeği, Leonardo da Vinci	Bunlar korunmaya değer değil mi?
Tablo: Su ve Toprağın Birleşimi (<i>The Union of Earth and Water</i>), Peter Paul Rubens	
Tablo: Atina Okulu, Rafael	
Lacivert zemin	Avrupa sanatına ne olacağını çok iyi biliyorsunuz, değil mi?
Afganistan'da Buda heykelinin yıkılış görüntüsü (CNN'den)	Afganistan'da Buda heykeline olanın aynısı!
Lacivert zemin	Ve katedraller ile kiliselere ne olacağını biliyorsunuz...
Ayasofya (Cami olmadan önceki hali)	Ayasofya: Osmanlı'dan önce
Ayasofya (Cami olduktan sonraki hali) – Karanlık bir gökyüzü eşliğinde	Ayasofya: Osmanlı'dan sonra
Lacivert zemin	Son

ÖZET

Bu tezde, yeni medya ortamlarından video paylaşım ağlarında dolaşıma sokulan nefret söylemi incelenmektedir. Yeni medyanın özellikleri, kullanıcıların içerik üretmelerine ve bu içerikleri İnternet üzerinden dolaşıma sokmalarına olanak tanımaktadır. Kullanıcıların ürettikleri bu içerikler arasında olumlu pek çok örneğin yanı sıra olumsuz örnekler olarak nefret söylemi barındıran içerikler de bulunmaktadır. Bu durum, kullanıcı türevli nefret içeriklerindeki söylemlere dikkat vermeyi gerektirmektedir. Diğer taraftan ağ üzerinde bulunan videolar, farklı yeni medya uygulamaları üzerinden de çok sayıda kullanıcıya ulaşabilmektedir. Bir yeni medya uygulaması olan video paylaşım ağlarında, yeni medyanın risk ve olanaklarının her ikisi de bulunmaktadır. Risklerden biri olan kullanıcı türevli nefret içeriklerinin, hangi söylemsel pratiklerle dolaşıma girdiği bu çalışmanın temel inceleme konusudur.

Bu amaçla, Birinci Bölüm'de yeni medya ortamı ve bu ortamın özellikleri değerlendirilmiş, İkinci Bölüm'de video kavramı ve bir yeni medya uygulaması olan video paylaşım ağlarının özellikleri incelenmiştir. Üçüncü Bölüm'de, fikir ve ideolojilerin yayılmasında söylemin önemi üzerinde durularak nefret söylemi tanımlanmış, Dördüncü Bölüm'de ise kullanıcı türevli nefret videolarına söylem analizi uygulanmıştır. Sonuç bölümünde ise, yeni medya ortamındaki nefret söylemiyle mücadele için yeni medya okuryazarlığı önerilmiştir.

ABSTRACT

This thesis focuses on the hate speech circulated via video sharing sites as a medium of new media. Characteristics of new media enable users to produce content and circulate this content through the Internet. Along with several positive instances, there are some negative instances of user generated contents such as the contents that contain hate speech. Thus, it's needed to pay attention to the discourses of user generated hate contents. Furthermore, the videos on the web can reach out a number of users through different new media applications. Both risks and opportunities of new media can be found on video sharing sites. This thesis examines which discourse practices are used in the user generated hate contents which are basically one of the risks

For this purpose, new media environment and the characteristics of this environment has been evaluated in Chapter One, and the concept of video and the characteristics of video sharing sites as a new media application studied in Chapter Two. Hate speech has been defined by putting an emphasis on discourse's importance on the delivery process of ideas and ideologies in Chapter Three. And in Chapter Four, discourse analysis has been conducted on the user generated hate videos. In the conclusion, new media literacy has been suggested in order to struggle on hate speech on new media.