

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 69 Mart 2020 & Volume: 13 Issue: 69 March 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4039>

SOSYAL MEDYADA SURIYELİ SİĞINMACILARIN KONUMLANDIRILIŞI: TRABZON ÖRNEĞİ POSITIONING OF SYRIAN REFUGEES IN SOCIAL MEDIA: THE SIMPLE OF TRABZON

Olgun KÜÇÜK*

Öz

Sosyal medya toplumsal yaşamda önemli bir yer tutmaktadır. İnsanlar sosyal medya sayesinde kendi içeriklerini oluşturabilme ve bu oluşturdukları içerikleri kolayca geniş kitlelere ulaştırabilme imkânına erişmiştir. Günlük yaşamımızda medyaya gelen pek çok olay ve konu hakkında düşüncelerimiz sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın özgürce dolaşıma girmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar kimi zaman olumlu ve yapıcı olurken kimi zaman bu içeriklerde ötekileştirme yapılabilmektedir. Son yıllarda savaşlar nedeniyle ülkelerini terk etmek zorunda kalan sığınmacılara karşı sosyal medya üzerinden çeşitli yorumlar yapılmaktadır. Bu çalışma, Trabzon il merkezi bağlamında Suriyeli sığınmacıların sosyal medyada konumlandırılışını ortaya koymak amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın verileri 202 katılımcı ile yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniğiyle elde edilmiştir. Anket sonuçlarına göre; katılımcılar sosyal medya üzerinden Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içerikli paylaşımlarda bulunmamaktadır. Diğer taraftan katılımcıların Suriyeli sığınmacılara yönelik tavırları ise genel olarak olumsuzdur. Yine ankete katılanlar Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere ise en fazla sosyal medyada rastladıklarını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Suriyeli Sığınmacılar, Trabzon Örneği.

Abstract

Social media has an important place in social life. Thanks to social media, people have the opportunity to create their own content and easily reach the masses. Our thoughts about many events and issues that come to the media in our daily life are freely circulated through social sharing networks without any time and space limitations. While sharing via social media is sometimes positive and constructive, others can be marginalized. In recent years, various comments have been made on social media against asylum seekers who had to leave their countries due to wars. This study was carried out to reveal the positioning of Syrian refugees in social media in the context of Trabzon city center. The data of the study was obtained by using face to face interview technique with 202 participants. According to the survey results; the participants do not share negative content for Syrian refugees through social media. On the other hand, the attitude of the participants towards the Syrian refugees is generally negative. Again, the respondents stated that they found the most negative content for Syrian refugees on social media

Keywords: Social Media, Syrian Refugees, The Case of Trabzon.

Giriş

Bilgi toplumu olarak adlandırılan kavram 1990'lı yıllardan sonra ön plana çıkmaya başlamıştır. Kişisel bilgisayarların maliyetlerinin düşmesinin yanında, bilgisayar ağlarının kurulması bu kavramın popülerleşmesinde önemli rol oynamıştır. 1993'ten sonra kitle iletişim araçlarından İnternet'in dünyada yaygınlaşması, geniş bir ağ toplumunun oluşmasını sağlamıştır (Geray, 2003, 132). İnternet teknolojisinin ve sosyal etkileşimin yaygınlaşması, sosyal medya olgusunun ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır. Web 2.0, sosyal iletişim siteleri veya sosyal ağ olarak ta ifade edilmektedir. Bu, yeni kuşak internet anlayışına

* Öğr. Gör., Karabük Üniversitesi, Safranbolu MYO, Görsel İştisel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Radyo TV Programcılığı Programı, olgunkucuk61@gmail.com



dayanmaktadır. Kullanıcılar artık görüşlerini ve düşüncelerini internet üzerinden paylaşabilmektedir (Eren ve Aydın, 2014, 198).

Günümüzde çok sayıda sosyal medya sitesi bulunmaktadır. Bunlar farklı uygulamalar barındırmakta ve farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Bu sitelerin popülerlik durumu ise sürekli olarak değişmektedir. Bir dönem Facebook çok popüler iken günümüzde Twitter, Instagram, WhatsApp gibi uygulamalar daha popüler duruma gelmiştir (Avcı ve Sürücü, 2018, 40).

Akıllı telefonların ucuzlaması ve kullanımının artmasıyla birlikte sosyal medya çoğu insanın hayatında önemli yer işgal etmeye başlamıştır. Sosyal medya kullanıcıları artık sadece sabit merkezi bir yerden sosyal medyaya ulaşmamaktadır. Okuldan, işyerinden, toplu taşıma araçları gibi pek çok mekândan sosyal medyaya girebilmekte, duygu ve düşüncelerini anında kitlelere aktarabilmektedir.

Sosyal medyada paylaşım yapmak oldukça basittir. Paylaşımlar kişinin kendi düşüncelerinden oluşacağı gibi başka kullanıcıların oluşturduğu içeriklerde de olabilir (Tiryaki, 2015, 272). Sosyal medya kullanıcıları arzularını ve sorunlarını kendi sosyal medya sayfaları üzerinden geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Bu paylaşımlar kimi zaman beğenilmekte, kimi zaman ise beğenilmeyip eleştiri alabilmektedir (Balci ve Sarıtaş, 2019, 689).

İnternet ve sosyal medyanın iletişim ve haberleşme alanında sunduğu imkânlar onu rakipsiz duruma getirmiştir. Hiçbir kitle iletişim aracı bu kadar kısa sürede yaygınlaşıp benimsenmemiştir. Sadece gençler arasında değil ileri yaş gurubu insanlar arasında dahi ilgi görmeye başlamış, her yıl kullanıcı sayısını arttırmıştır. Bu da devletin ve özel sektörün bu alana daha fazla eğilmesine neden olmuştur (Küçük ve Koçak, 2019, 1167).

Sosyal medya sayesinde birbirlerinden tamamen bağımsız kullanıcılar ortak düşünceler üzerinden bir araya gelebilmekte ve çeşitli gruplar oluşturabilmektedir. Bu durum yeni bir toplumsallaşma şeklini meydana getirmektedir (Balci ve ark, 2019, 174).

Sosyal medya pek çok farklı kültürden insanı bir araya getirmiştir. İnsanların sosyal paylaşım ağları üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar onların kültürleri, siyasi görüşleri ve toplumsal olaylara bakış açısı konusunda birtakım fikirler verebilmektedir

Sosyal ağlar, kullanıcıya pek çok imkân sağlamaktadır. İnsanlar, sosyal paylaşım ağları sayesinde mekân ve zaman sınırı olmadan birbirlerine mesaj gönderebilmekte, mesaj alabilmektedir. Bu sosyal ağlar sayesinde kullanıcılar kendi içeriklerini oluşturma imkânına da erişmiştir. Günümüzde sosyal medya ağları üzerinden sınırsız sayıda video ve fotoğraf paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlar kimi zaman bir devleti kimi zaman ise bir siyasetçiyi veya sıradan vatandaşları hedef alınabilmektedir (Koçak, 2017, 191).

Sosyal medya bir yerde kullanıcılara sınırsız ifade özgürlüğü ile egemen medyanın görmediği fikir ve düşüncelerin duyurulmasına imkân vermiştir. (Arık, 2013, 274). Fakat Curran sosyal medyanın devleti denetleme gibi bir gücü olsa da, ekonomik ve siyasi gücü ellerinde bulunduran kişilere de hizmet ettiğinden bahseder. Ona göre sosyal medya üzerinden kullanıcılar aslında denetlenmekte, hatta demokrasinin zayıf olduğu ülkelerde fişlenmektedir (akt. İnce Özer ve Yılmaz, 2019, 789). Yine haberlerin ve birtakım olayların herhangi bir denetinden geçmeden sosyal medyada istenildiği gibi yayınlanması çeşitli problemlerin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Toprak ve ark, 2019, 892). Özellikle son yıllarda sosyal medya üzerinden yapılan sahte haberler gerçek haberlerin önüne geçmeye başlamıştır. Bu durum sosyal medyaya olan güven duygusunun azalmasına neden olmuştur. Toprak ve arkadaşlarının (2019, 274-280) Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nde yapmış oldukları araştırmada sosyal medyanın en az güven duyulan araç olduğu sonucuna varılmıştır.

İnsanların tutumlarını ve değer yargılarını sosyal medya araçları üzerinden açıkça dışa vurur hale gelmesi, kimi zaman problem oluşturabilmektedir. Çünkü bu dışa vurumlar bazen olumsuz bazen ise kışkırtıcı ve ötekileştirici olabilmektedir. Çevrimiçi gerçekleşen bu durum, insanların çevrimdışı hayatını da etkileyebilmektedir (Ünal, 2018, 1816)

Sosyal medya son yıllarda kutuplaşmanın fazlaca görüldüğü bir yer haline gelmiştir. Özellikle gelişigüzel şekilde yapılan paylaşımlar kullanıcılar arasında iletişimsizlik ve anlaşmazlıklara yol açmaktadır. Sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar insanların birbirleriyle ilişkilerini biçimlendirmede önemli rol oynamaktadır. Sosyal medyada biz ve öteki söylemi oluşturmak hayli kolaydır. Öteki olarak konumlandırılan aslında "biz" in hemen yanında olmasına rağmen, biz düşüncesinde tehdit oluşturan kişi veya kişilerdir (Ünal, 2018, 1852-1854).



1.Sosyal Medya ve Toplumsal Yaşam

Günümüzde geleneksel medya artık gündem belirleme konusunda tek başına bir güç değildir. Geleneksel medyanın gündemine gelmeyen pek çok olay sosyal medyada yer alabilmekte ve toplumun gündemini oluşturabilmektedir. Sosyal medyanın sunduğu bu ve buna benzer imkânlar ona karşı ilginin artmasını sağlamıştır (Öztürk, 2015, 287-311).

İnsanların gündelik yaşamları ile sosyal medya arasında karşılıklı bir etkileşim vardır. Sosyal medyada gündeme gelen bir olay insanların günlük yaşamının da yer işgal edebileceği gibi bunun tam tersi durum da olabilir. Sanatsal konulardan tutun azınlıklara, sığınmacılara kadar pek çok konu sosyal medyada tartışılabilir (Arklan ve Akdağ, 2016: 32).

Geleneksel medyanın iletişim modeli azdan çoğa doğru olurken, sosyal medyada bu durum çoktan çoğa doğrudur. Sosyal medya sayesinde kamusal alanın tekrar dönüşümü gündeme gelmiştir. Artık birey sosyal paylaşım siteleri üzerinden görüşlerini aktararak pasif bireylikten aktif bireyliğe geçmiştir. Sosyal paylaşım ağları bir yerde demokratik katılım için eşsiz bir fırsat sunmuştur. Sosyal medya ile birlikte editöryal süreçte devre dışı kalmıştır (Uluç ve Yarcı, 2017, 90-91).

Geleneksel medyada her ne kadar tek taraflı ve doğrusal bir iletişim olsa da, denetleme açısından sosyal medyaya göre daha az problem teşkil etmektedir. Sosyal medya ise denetimden tamamıyla uzak bir mecradır. Bu mecra abartı, ima, çarpıtma, kinaye, aşağılayıcı ifadeler hatta kimi zaman küfre bile rastlanmaktadır (Öztekin, 2015, 926). Sosyal medya ortamı; toplum, birey ve kamu düzeni açısından bir problem oluşturabilir. Sosyal medya bilgi kirliliği ve dezenformasyona yol açabilir. Yani, sosyal medya içerisinde pek çok risk de barındırmaktadır. Bilgiler bu ortama aktarılırken nitelikli bir denetimden geçmemektedir (Eren ve Aydın, 2014,205). Sosyal medya ortamı geleneksel medyaya göre çok daha denetimsiz bir ortamdır. İnsanlar sosyal paylaşım ağları üzerinden ırkçı, cinsiyetçi ve ayrımcı ifadeler kullanabildiği gibi bunların çok kısa sürede hızlı bir şekilde yayılmasına da neden olabilir.

Medya algı oluşturmada önemli bir aygıttır. Özellikle son yıllarda sosyal medyada göçmenlere ve sığınmacılara yönelik pek çok olumsuz paylaşım rastlamak mümkündür. Hem dünyada, hem Türkiye’de Suriyeli sığınmacılarla ilgili haberlerin çerçeveleri daha çok bunların toplum için “risk” ve “tehdit” oluşturduğu üzerinedir. Diğer çerçeveleme ise sığınmacıların ve göçmenlerin ülkelerin ekonomilerine yük getirdiği yönündedir (Sarioğlu, 2019, 209). Egemen medyanın yapmış olduğu bu ve buna benzer ekmeler sosyal medya kullanıcılarını da etkilemektedir. Sosyal medya kullanıcıları kime zaman benzer söylemler üzerinden ötekini konumlandırmakta, hatta işi biraz daha ileri götürerek öteki olarak konumlandığı kişilerin yaşam alanına müdahale edebilmektedir (Eren ve Aydın, 2014, 198).

Son yıllarda özellikle Suriyeli sığınmacılara yönelik medya üzerinden pek çok olumsuzlayıcı söyleme rastlamak mümkündür. 2011 yılında Suriye’de başlayan iç savaş nedeniyle pek çok Suriyeli Türkiye’ye sığınmak zorunda kalmıştır. Suriye’de iç savaşın devam etmesi nedeniyle Türkiye’de yaşayan Suriyeli sığınmacıların ülkemizde kalma süreleri uzamıştır. Bu durumu bazı Türk vatandaşları makul karşılarken, bazıları ise Türkiye’de sosyal medya üzerinden Suriyeli sığınmacılara yönelik pek çok paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu paylaşımlar kimi zaman Suriyeli sığınmacıları olumsuzlamaktadır. Sosyal medya kullanıcıları bazen sosyal medya üzerinden örgütlenerek kent bazında yürüyüş ve eylemler de gerçekleştirmektedir.

Sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik pek çok olumsuz söylem üretilmektedir. Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz söylemlerde genellikle sığınmacıların devletten maaş aldıkları, istedikleri üniversiteye sınavsız girdikleri, telefon faturalarını devlete ödettikleri, hatta TOKİ’den ücretsiz ev aldıkları gibi konular ön plandadır (Sağır ve Kurtkara, 2018, 656).

Sosyal medya ve geleneksel medya üzerinden üretilen bu ve buna benzer söylemler topluma kolayca nüfuz etmektedir. Şehir efsanelerine dayanan söylemler belli bir süre sonra herkes tarafından kabul edilen bir duruma gelebilmektedir. Özellikle sığınmacıların karıştığı bireysel olaylar genelleştirilerek tüm Suriyelilere mal edilmektedir (Erdoğan ve ark, 2017, 12-16).

Toplumsal yaşamda bir kimliğin diğer kimliğe yönelik olumsuz algısı ötekileştirmeyi ortaya çıkarır. Ötekileştirme içinde farklı olarak konumlandığı kişilere karşı olumsuz inançlar, tutumlar ve anlam bütünlüğü vardır. Kültürel farklılıklar çoğu toplumda egemen kültür içerisinde göze batar. Özellikle işsizliğin fazla olduğu dönemlerde azınlıklar bundan sorumlu tutulabilmektedir(Çömez Polat ve Kaya, 2017: 42). Aristoteles *Aynı şeyin peşinde olmak hisim yaratır* der (Aristoteles, 2015, 122). Sosyal medya da insanlar arasındaki bu rekabeti iyice derinleştirmektedir. Hatta kimi zaman farklı ideolojik gruplar öteki üzerinden ortak söylem üretebilmektedir (akt. Çömez Polat ve Kaya, 2017, 42).



Türkiye’de Suriyeli sığınmacıların sosyal medyada konumlandırılışıyla ilgili bazı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan biri Erdoğan (2014, 4-5) tarafından yapılmıştır. Türkiye’de Suriyelilere yönelik algıyı tespit etmek için yerel ve ulusal medya kuruluşlarının web sitelerinden paylaştıkları haberlere yapılan yorumlar incelemiştir. Araştırmada, Türkiye’de Suriyeli sığınmacılara yönelik bazen nefrete varacak davranışlar olsa da “toplumsal kabul” düzeyinin de yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Özdemir ve Öner Özkan (2016, 234-240) Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının Suriyelileri toplumsal yaşamda nasıl konumlandığını ortaya koymak amacıyla nitel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışma Türkiye’de sıklıkla kullanılan sosyal sözlüklerden; Ekşi Sözlük, İTÜ Sözlük, İnci Sözlük ve Uludağ Sözlük üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Suriyelileri olumlayan ve destekleyen temsillerin sayısının olumsuzlayan temsillerin sayısına göre daha az olduğu sonucuna varılmıştır.

Polat ve Kaya (2017, 42- 46) üniversite öğrencilerinin Türkiye’de yaşayan Suriyelilere yönelik tutumlarını ortaya koymak amacıyla 45 üniversite öğrencisi ile yüz yüze görüşme esasına dayanan bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumları daha önce göç yaşamış ya da yaşamamış durumuna göre incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre daha önce göç pratiği yaşayan öğrencilerin yaşamayanlara göre Suriyeli sığınmacılara karşı ötekileştirmeyi daha az yaptıkları sonucuna varılmıştır.

Yazıcı ise (2016,134) Ekşi Sözlük üzerinden nefret söylemini ele almıştır. Araştırmada 17 Şubat- 7 Mart 2015 tarihleri arasında ekşi sözcüklükte yazılan yorumlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda yeni medyada nefret dilinin yaygın olarak kullanıldığı sonucuna varılmıştır

Bu çalışma kapsamında ise sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik tutum ve davranışlar mercek altına alınacaktır. Trabzon il merkezinde yaşayan ve sosyal medya kullanan kişiler üzerinde yürütülen çalışmada, Türk vatandaşlarının Suriyeli sığınmacılara yönelik bakış açıları ortaya konacaktır.

Yukarıdaki literatür taraması ışığında 5 soruya cevap aranmıştır:

Araştırma Sorusu 1: Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere en çok hangi kitle iletişim aracında rastlanıyor?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcılar Suriyeli sığınmacılar ile ilgili sosyal medya sayfalarından olumsuz içerikler paylaşıyor mu?

Araştırma Sorusu 3: Katılımcıların Suriyeli sığınmacılara yönelik bakış açıları nasıldır?

Araştırma Sorusu 4: Katılımcıların cinsiyetine göre Suriyeli sığınmacılara bakış açısı anlamlı farklılık gösteriyor mu?

Araştırma Sorusu 5: Sosyal paylaşım sitelerinde Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere rastlama sıklığı nedir?

2. Yöntem

Sosyal medyada Suriyeli sığınmacıların konumlandırılışını ortaya koymak için yürütülen bu çalışma, nicel araştırma yöntemi olan saha araştırması yöntemiyle yapılmıştır. Diğer yandan çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki birtakım ilişkiler de ortaya konulmuştur.

2.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem Seçimi

Çalışmanın evreni, araştırmanın gerçekleştirildiği zaman evresinde, Trabzon il merkezinde yaşayan ve sosyal medya kullanan kişilerden oluşmaktadır. Rastlantısal örneklem tekniğinin kullanıldığı araştırmaya Trabzon il merkezinden 202 kişi katılmıştır. Bu çalışma için elde edilen veriler yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniğiyle elde edilmiştir.

2.2. Veri Analizi ve Kullanılan Testler

Saha araştırması 5-15 Temmuz 2019 tarihleri arasında, Trabzon il merkezinde yaşayan ve sosyal medya kullanan kişilerle yüz yüze görüşme ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler istatistik paket programı vasıtasıyla elektronik ortama aktarılmıştır. Araştırmaya katılanların cinsiyetine göre Suriyeli sığınmacılara bakış açıları ve sosyal medya üzerinden Suriyeli sığınmacılara yönelik paylaşımları anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Independent Sample T-Testi’i uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri ise frekans analizi yardımıyla ortaya konulmuştur.

3. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan sosyal medya kullanıcılarının sosyo-demografik özellikleri, frekans analizi yardımıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Katılımcıların yüzde 55,4’ü erkek,



yüzde 44,6'sı ise kadındır. Ankete katılan erkek sayısı kadın sayısına göre farklılık gösterse de örneklemin cinsiyeti açısından önemli düzeyde bir dengesizlik göstermemektedir (bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	112	55.4
Kadın	90	44.6
Toplam	202	100.0

Yaş dağılımının betimleyici istatistikleri incelendiğinde en düşük 20, en yüksek 71 yaşında katılımcılarla görüşüldüğü ortaya çıkmaktadır. Anket sorularını yanıtlayanların yaş ortalaması 34.94 olarak hesaplanmıştır (bkz. Tablo 2).

Tablo 2: Yaşa İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
202	20	71	34.94

3.1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerinin betimleyici istatistik sonuçlarına bakıldığında en düşük 5 dakika, en yüksek 400 dakika sosyal medya kullandıkları sonucuna varılmıştır. İstatistiğe göre günlük sosyal medya kullanım sürelerinin ortalaması 121 dakika olarak bulgulanmıştır (bkz. Tablo 3).

Tablo 3. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri

Katılımcı Sayısı	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Sosyal Medya Kullanım Süresi	202	5 dk.	400 dk.	121 dk.

3.2. Katılımcıların Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Durumu

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara Suriyeli sığınmacılara yönelik sosyal medya da aşağılayıcı, kötüleyici paylaşımlara rastlayıp rastlamadığı sorulmuştur. Bunu belirlemek amacıyla 1 ile 10 arasında puan vermeye yönelik bir skala (1= Hiç rastlamıyorum, 5= Bazen rastlıyorum, 10= Çok rastlıyorum) oluşturulmuştur. Ankete katılan 202 kişinin verdiği yanıtlar incelendiğinde, katılımcılar bazen ($\bar{x}= 5.23$) sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara karşı olumsuz paylaşımlara rastladıklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılanların yarısı sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere rastladıklarını ifade etmişlerdir. (bkz. Tablo 4). Bu durum sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz paylaşımların hiçte azımsanmayacak seviyede olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Durumu

	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Durumu	202	1	10	5.23

Araştırmada katılımcıların cinsiyeti ile sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara karşı olumsuz paylaşımlara rastlama durumu arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların cinsiyeti ile sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara karşı yapılan olumsuz paylaşımlara rastlama durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır ($t= 5.285$; $p< .05$). Araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x}= 6.24$), kadınlara ($\bar{x}= 3.97$) oranla sosyal medyaya Suriyeli sığınmacılara karşı olumsuz paylaşımlara daha sık rastladığını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 5).

Tablo 5: Cinsiyete Göre Katılımcıların Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlar Rastlama Sıklıkları Düzeyindeki Farklılık

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	112	6.24	5.285	200	.000
Kadın	90	3.97			

3.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Sıklığı Arasındaki İlişki

Katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz paylaşımlara rastlama sıklığı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde; pozitif yönde, düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r= .257$; $p< .05$). Başka bir



anlatımla katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz paylaşımlara rastlama sıklığı da artmaktadır (bkz. Tablo 6). Tablo 5 üzerindeki veriler incelendiğinde, erkeklerin sosyal medyayı kadınlardan daha çok kullandıkları ortaya konulmuştur. Böylece tablo 6'da çıkan sonuçla uyumluluk göstermektedir. Erkekler kadınlardan daha uzun süre sosyal medyada kaldıkları için olumsuz içeriklere rastlama oranları artış göstermiştir.

Tablo 6: Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Sıklığı İ Arasındaki İlişki

	Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Rastlama Durumu
Sosyal Medya Kullanım Süresi	.257*

Not* p<.05

3.4. Katılımcıların Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Yazı, Resim ve Video Paylaşım Durumu

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara kendi sosyal medya siteleri üzerinden Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz yazı, resim ve video paylaşım paylaşmadığı sorulmuştur. Bunu tespit etmek amacıyla 1 ile 10 arasında puan vermeye yönelik bir skala (1= Hiç paylaşmam, 5= Bazen paylaşırım, 10= Sürekli paylaşırım) oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan 202 kişinin verdiği yanıtlar incelendiğinde katılımcılar bu tür paylaşımında bulunmadıklarını ($\bar{x} = 1.88$) belirtmişlerdir (bkz. Tablo 7). Diğer bir ifadeyle araştırmaya katılanların çok küçük bir kısmı sosyal medyada Suriyeli sığınmacılar ile ilgili olumsuz paylaşım yaptıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyada olumsuz içeriğe rastlama durumunun çok daha yüksek çıktığı düşünülürse; olumsuz paylaşımın az kişi tarafından fakat yoğun biçimde yapıldığı sonucuna varılabilir.

Tablo 7: Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Yazı, Resim ve Video Paylaşım Durumlarının Merkezi Eğilim İstatistikleri

	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Sosyal Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz Yazı, Resim ve Video Paylaşım Durumu	202	1	10	1.88

3.5. Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz İçeriklere Rastlama Durumu

Çalışmaya katılanlara genel olarak medyada Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklerle rastlayıp rastlamadığı sorulmuştur. Bu soruya cevap aramak için 5'li Likert tipinde (1= Hiç Rastlamam, 3= Bazen Rastlarım, 5= Çok rastlarım) anket formu hazırlanmıştır. Yapılan inceleme sonucunda katılımcılar Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere en fazla sosyal medyada ve internette rastladıklarını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 8). Kuşkusuz sosyal medyanın herkese açık bir mecraya olması, içeriğini kullanıcıların oluşturması böyle bir düşüncenin oluşmasını desteklemektedir. Sosyal medya ve internetten sonra sırasıyla televizyon, gazete ve radyo Suriyelilere yönelik olumsuz içerik paylaşım araçları olarak belirtilmiştir. Bu sıralamada araçların izlenme oranları ile olumsuz içerik rastlama oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. İzlenme oranı az olan medyada daha az olumsuz içeriğe rastlandığı beyan edilmiştir. Bu sonuç aynı zamanda içeriğin görülme sıklığının kişilerde hatıra kalma etkisi oluşturduğunu da ortaya koymaktadır. İnsanlar birçok defa gördükleri içeriği, daha az gördükleri içerikten çok hatırlama eğilimi göstermektedirler.

Tablo 8: Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz İçeriklere Rastlama Durumunun Merkezi Eğilim İstatistikleri

	Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
Sosyal Medya	202	1	5	2.96
İnternet	202	1	5	2.67
Televizyon	202	1	5	2.56
Gazete	202	1	5	2.23
Radyo	202	1	5	1.80

Araştırmada katılımcıların cinsiyeti ile Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere rastlama durumu arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını tespit etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-testi (Independent Sample T-Test) uygulanmıştır. Katılımcıların cinsiyeti ile medya araçlarında Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere rastlama sıklığı arasında anlamlı farklılaşma; internet ($t = 2.291$; $< .05$), sosyal medya ($t = 2.725$; $< .05$), gazetede ($t = 2.115$; $< .05$) kendini göstermektedir. Araştırmaya katılan



erkekler, kadınlara oranla İnternet, sosyal medya ve gazetelerde Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz içeriklere daha fazla rastladıklarını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 9).

Tablo 9: Cinsiyete Göre Medyada Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Olumsuz İçeriklere Rastlama Durumu

	Cinsiyet		t	df	sig
	Erkek	Kadın			
İnternet	2.88	2.42	2.291	200	.023
Televizyon	2.49	2.66	-1.006	200	.316
Sosyal Medya	3.01	2.90	2.745	200	.007
Gazete	2.43	1.98	2.115	200	.036
Radyo	1.92	1.64	.557	200	.578

3.6. Katılımcıların Suriyeli Sığınmacılara Bakışı

Katılımcıların Suriyeli sığınmacılara bakış açılarını ortaya koymak amacıyla 1 ile 10 puan arasında yine puan vermeye yönelik bir skala (1= Hiç sevmem, 5= Biraz severim, 10= Çok severim) oluşturulmuştur. Araştırmaya katılanların verdiği yanıtlar incelendiğinde katılımcıların Suriyeli sığınmacılarından (\bar{x} = 2.24) hoşlanmadıkları ortaya çıkmıştır (bkz. Tablo 10).

Tablo 10: Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılışın Merkezi Eğilim İstatistikleri

Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılışı	Katılımcı Sayısı	Hiç Sevmem	Çok Severim	Ortalama
	202	1	10	2.24

Araştırmada katılımcıların cinsiyeti ile Suriyeli sığınmacıların konumlandırılışı arasında ilişkiyi tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Ankete katılanların cinsiyeti ile Suriyeli sığınmacıların konumlandırılışı arasında anlamlı bir ilişki vardır ($t= 2.011$; $p< .05$). Araştırmaya katılan kadınlar ($\bar{x}= 2.01$), erkekler ($\bar{x}= 2.43$) oranla Suriyeli sığınmacılara daha olumsuz yaklaşmaktadır (bkz. Tablo 11).

Tablo 11: Cinsiyete Göre Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılması

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	112	2.43	2.011	200	.046
Kadın	90	2.01			

3.7. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılışları Arasındaki İlişki

Katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri ile Suriyeli sığınmacıların konumlandırılışı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde; pozitif yönde, düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ($r= .154$; $p< .05$). Başka bir anlatımla katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri arttıkça Suriyeli sığınmacıların olumsuz olarak konumlandırılışında da artış görülmektedir (bkz. Tablo 11).

Tablo 11. Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılışları Arasındaki İlişki

	Suriyeli Sığınmacıların Konumlandırılışı
Sosyal Medya Kullanım Süresi	.154*

Not* $p<.05$

Sonuç

Sosyal medya üzerinden yayınlanacak bir fotoğraf, bir haber metni kısa süre içerisinde milyonlarca insana ulaşmaktadır. Bu durum kimi zaman sıradan ve bireysel olarak başlatılan bir süreci evrensel boyuta taşıyabilmektedir. Özellikle son yıllarda hem dünyada hem ülkemizde sosyal medyada göçmenleri, yabancıları olumsuzlayan onları küçümseyen pek çok paylaşıma rastlanmaktadır. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de bu paylaşımların görülme sıklığında önemli artışlar gözlenmektedir (Öztürk, 2015: 287-311).

Sosyal medya üzerinden örgütlenen insanlar zaman zaman göçmenlere ve sığınmacılara karşı kitlesel tepkiler ortaya koyabilmektedir. Sosyal paylaşım ağlar üzerinden başlayan tepkiler daha sonra fiili eylemlere dönüşebilmektedir. Ülkemizde ise bu durum genellikle Suriyeli sığınmacılara yönelik gerçekleşmektedir.



Araştırma kapsamında sosyal medya kullanıcıların, Suriyeli sığınmacılara bakış açıları mercek altına alınmıştır; çalışmada katılımcılar, Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz söylemlere en fazla sosyal medyada rastladıklarını belirtirken, bunu internet ve televizyon izlemektedir. Cinsiyete göre erkekler, kadınlara nazaran; İnternet, sosyal medya ve gazetelerde Suriyeli sığınmacılara yönelik daha fazla olumsuz içeriklere rastladıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan sosyal medya kullanıcılarının, günlük ortalama 2 saat sosyal medya kullandığı sonucuna varılmıştır. Araştırmada erkeklerin sosyal medya kullanım süreleri kadınlara oranla daha yüksektir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya üzerinde Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz söylemlere rastlama sıklığında da artış görülmektedir.

Yine araştırmada katılımcılar, sosyal medya üzerinden Suriyeli sığınmacıları olumsuzlayan paylaşımlarda bulunmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların Suriyeli sığınmacılara bakış açıları ise olumsuzdur. Cinsiyete göre kadınlar, erkeklere oranla Suriyeli sığınmacılara daha olumsuz bakmaktadır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler göstermektedir ki; Türkiye’de yaşayan Suriyeli sığınmacıları ile yerel halk arasın toplumsal birtakım problemlerin ve genel önyargılar bulunmaktadır. Sonuç olarak, Trabzon il merkezinden yaşayan ve sosyal medya kullanan kişilerin Suriyeli sığınmacılara bakış açısını ortaya koymak amacıyla yürütülen çalışma örneklem sayısının kısıtlı olması bakımından sınırlı sonuçlar ortaya koymaktadır. Diğer yandan yapılan bu çalışma bölge halkının Suriyeli sığınmacılara bakışını ortaya koyma anlamında önemli veriler sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Arık, Emel (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 36, ss. 273-287.
- Arklan, Ümit ve Akdağ, Mustafa (2016). Gündelik yaşamın sosyal medyası sosyal medyanın gündelik yaşamı: İlişkisel ve etkileşimsel perspektiften uygulamalı bir çalışma. *Vizyoner Dergisi*, 7(16), ss. 16-34.
- Avcı, Özkan ve Sürücü, Çağrı (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Etkileşimleri: Bartın Üniversitesi Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, Volume: 40, ss. 500-513.
- Balci, Şükrü ve Sarıtaş, Hamide (2019). Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya’da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), ss. 689-709.
- Balci, Şükrü, Gölcü, Abdulkadir, Gölcü, Ayşe Arsal (2019). Sosyal Medya Kullanımı ile Kendini Gizleme ve Yaşam Doyumu Arasında Bir Bağlantı Var mı? Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt 21, sayı: 1, ss. 173-190.
- Bat, Mikail ve Vural Z. Beril Akıncı. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yasar University*, 20(5), ss. 3348-3382.
- Çömez Polat, Filiz ve Kaya, Eda (2017). Bir Ötekileştirme Pratiği: Türkiye’de Yaşayan Suriyelilere Yönelik Tutumları. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi*, Cilt 1- Sayı 1. ss. 38-48.
- Erdoğan, M. Murat. Kavukçuer, Yudum ve Çetinkaya, Tuğçe (2017). *Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mültecilere Yönelik Medya Algısı*. Ankara: Liberal Perspektif Analiz.
- Erdoğan, Murat (2014). Türkiye’deki Suriyeliler Toplumsal Kabul ve Uyum. *Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi*. data2.unhcr.org/en/documents/download/46184. Erişim: 12.12.2019.
- Eren, Veysel ve Aydın, Abdullah (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, S.1, ss197-205.
- Geray, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- İnce, Ö. Esra ve Yılmaz, Eda Özcan (2019). İfade Özgürlüğü Bağlamında Sosyal Medyanın Olanakları ve Sınırlılıkları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Volume:12, S.64. ss.773-794.
- Koçak, Mevlüt Can (2017). Sosyal Bilgilenmede İnternetin Rolü ve Etkinliği: Necmettin Erbakan ve Selçuk Üniversitesi Örneği. *Turkish Studies*, vol.12/23, pp.187-202.
- Küçük, Olgun ve Koçak, Mevlüt Can (2019). İleri Yaş Grubu Kişilerin İnternet Kullanım Alışkanlıkları: Trabzon Örneği *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Cilt 12, S. 65, ss. 1162-1168.
- Özdemir, Fatih ve Öner-Özkan, Bengi (2016). Türkiye’de Sosyal Medya Kullanıcılarının Suriyeli Mültecilere İlişkin Sosyal Temsilleri. *Nesne Psikoloji Dergisi*, Cilt:4, s.8, ss. 227- 243.
- Öztekin, Hülya (2015). Yen Medyada Nefret Söylem: Ek Sözlük Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, Cilt:5, Sayı:38. Ss. 925-336.
- Öztürk, Şerife (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim*, cilt:9(1), ss. 287-311.
- Sağır, Adem ve Kurtkara, Semih (2018). Sosyoloji Bölümü Öğrencilerinin “Suriyeli” Kavramına İlişkin Tutumları Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme (Bülent Ecevit Üniversitesi ve Karabük Üniversitesi Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, S. 60, ss. 648-661.
- Sarioğlu, Gülsün (2019). İstanbul Esenyurt’taki Suriyelilere İlişkin Medya Analizi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, S.1, ss.191-211.
- Tiryaki, Salih (2015). *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*. Konya: Literatürk.
- Toprak, Özden. Küçük, Olgun. Koçak, Mevlüt Can (2019). "40 Yaş Ve Üstü Kadınların Facebook Kullanımı İle Mutluluk Düzeyi Arasındaki İlişki: Hatay Örneği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, vol.12, pp.886-893.
- Uluç, Güliz ve Yarcı, Ayşegül (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı.52, ss.88-102.
- Ünal, Serdar (2018). Genç Nesilde Ötekileştirmenin Dijital Yüzü: Nezaket Dışı Siyasal Değer Yüklü Paylaşımlar ve Kutuplaşma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, Cilt:8, sayı:15, ss.1812-1866.
- Yazıcı, Tülay (2016). Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 7(13). ss.115-136.