

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**SOSYAL MEDYANIN
ÜRDÜN VE TÜRKİYE’DE YAŞAYAN SURİYELİ
MÜLTECİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

**YASMİN ALDAMEN
2502140440**

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Ali Murat VURAL

İSTANBUL - 2020

ÖZ

SOSYAL MEDYANIN ÜRDÜN VE TÜRKİYE’DE YAŞAYAN SURIYELİ MÜLTECİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

YASMİN ALDAMEN

Bu çalışma, Ürdün ve Türkiye’de yaşayan Suriyeli mültecilerin bakış açısından sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerindeki etkilerini tespit etmeyi amaçlamıştır.

Sosyal medya kullanımının Suriyeli mülteciler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin yanısıra mülteci olma zorunluluğuna düşmeden önceki sosyal medya kullanımı, sosyal medyanın işlevselliği ve mültecilik hali ile birlikte başlayan sosyal medya kullanımı ve bu medyanın işlevi, tarihsel akış süreci içinde ayrıntılı olarak kavramsal ve yaşamsal pratikler düzeyinde incelemek, çalışmanın temel çerçevesini ve hedefini oluşturmuştur.

Çalışma; Mülteciliğin kavramsal ve uluslararası konumlanışı düzeyinde incelenmesi, Ortadoğuda yaşanan “Baharların” kendi yakın tarihsel süreçleri ile ele alınması, Suriye’de yaşanan çatışma olaylarının yakından analiz edilmesi ve nihayet Ürdün ve Türkiye’deki mülteci kamplarında ve kent sokaklarında, ulaşılabilen Suriyeli mültecilerle yapılan nicel ve nitel Araştırma Yöntemlerine dayalı veri elde etme teknikleri ile ulaşılmış sonuçları içermektedir.

Araştırmanın nicel verileri, Ürdün’de 303 ve Türkiye’de 303 olmak üzere toplam 606 Suriyeli mülteci ile yapılan anket tekniğine dayalı saha araştırmasından, nitel veriler ise İstanbul ve Amman’da yapılan odak grup görüşmelerinden elde edilmiştir.

Elde edilen verilere göre, mülteci durumuna düşmüş Suriyeliler; aileleri ve akrabalarıyla bağlantı kurma, kendi aralarında arkadaşlıklar kurma, yardım kuruluşlarına ulaşma, yeni beceriler edinme, eğitim, ticaret, sosyal ilişki ağı genişletme gibi konularında fikir sahibi olma, vatandaş gazeteciliği, kolektif hafızanın korunması, ortak acıların paylaşılması ve finansman desteğinin sağlanabileceği çeşitli fonlara erişim yöntemleri konularında, sosyal medyadan yararlanmıştır.

Elde edilen veriler arasında, sosyal medyanın mülteciler üzerinde, kolektif hafızanın bozulması, psikolojik sorunların oluşması, kendilerine ilişkin olumsuz algının normalleşmesi, merhamet yorgunluğu ile karşılaşmaları gibi başlıklarda ise oldukça güçlü olumsuz etkilerinin olduğu görülmüştür.

Ayrıca araştırma verilerinin ortaya koyduğu diğer sonuçlar ise, sosyal medyanın bağımlılık yarattığı, aile içi iletişimi olumsuz etkilediği, yoğun bir duygu sömürsü içerdiği, yanlış yönlendirme ve istismar aracı olarak kullanıldığı, insan kaçakçılığı için ortam sağladığı, yabancı düşmanlığını arttırdığı, mülteci kadınların cinsel istismar ve şiddete dayalı olarak damgalanmasında ve bu yönde olumsuz algıya sahip olunmasında en etkili ortamı yarattığıdır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Suriyeli Mülteciler, Ürdün, Türkiye, Etki.

ABSTRACT
THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON THE SYRIAN REFUGEES
LIVING IN JORDAN AND TURKEY

YASMIN ALDAMEN

This study aimed to identify the effects of social media on the Syrian refugees from the point of view of the Syrian refugees living in Turkey Jordan. It also aimed to present the negative and positive effects of social media on Syrian refugees and the function carried out by social media on the lives of Syrian refugees as well as the effect of the use of the social media on the refugees' lives in countries of asylum in detail at the level of conceptual and vital practices within the process of historical flow which formed the general framework of the study.

The study also attempted to analyze the Syrian refugee crisis and the conflict in Syria by reviewing the history of asylum and the international concepts and agreements related to the refugee situation in addition to the backgrounds of the Arab Spring and its implications on the Syrian civil war and on the Syrian refugees distributed in the camps and outside camps in a number of countries such as Jordan and Turkey through the use of qualitative and quantitative research methods to reach the results of the study.

In order to reach the results of the study, a questionnaire was designed to answer the questions of the study. The sample of the questionnaire was a total of 606 Syrian refugees; 303 Syrian refugees in Jordan and 303 Syrian refugees in Turkey. As well, focused group discussions with a number of Syrian refugees in Istanbul and Amman were conducted to have a more in-depth understanding of the problem of the study.

The results of the study showed that social media has positive as well as negative effects on the Syrian refugees' lives. The positive effects of social media on the Syrian refugees according to the results of the study were in the context of educational, commercial, and social aspects such as connecting with their families and relatives, establishing friendships, reaching charities and aids organizations, and learning and acquiring new skills.

Furthermore, social media contributed to forming the “Refugee Journalist” phenomenon, conveying refugees suffering, shaping the collective memory of the Syrian people. Furthermore, it contributed positively to organizing crowdfunding campaigns that provide refugees with aids, support, and sympathy.

On the other hand, it was observed that social media had very strong negative effects on the refugees, such as collective memory distortion, causing psychological problems to refugees, witnessing the presence of negative perception of refugees, and forming compassion fatigue towards refugees suffering.

Results as well showed negative effects of social media on leading to lack of interaction among the families of refugees because of addiction and long use of social media, using it as a tool in exploiting and smuggling some refugees, spreading false news, increasing xenophobia against refugees, stigmatizing refugee women in some contexts and increasing sexual and gender-based violence in other contexts.

Keywords: Social Media, Syrian Refugees, Jordan, Turkey, Effect.

ÖNSÖZ

Suriyeli mülteci krizi, pek çok açıdan incelenmeye muhtaçtır. Bunlardan biri de mültecilerin kendi aralarındaki iletişim ile bu iletişimi belirleyen en temel araçlardan biri olduğu kabul edilen sosyal medyanın kullanım amaçları, düzeyleri, içeriği ve işlevselliğinin araştırılarak, bilimsel bir bilgiye dönüştürülmesi gereğidir.

Sosyal medya halihazırda tüm dünyada en belirleyici ve en etkili iletişim araçlarının başında gelmektedir. Bireyler ve toplum açısından değerlendirildiğinde, sosyal medya pek çok açıdan günlük yaşamı, kararları, tercihleri, kanaatleri ama daha da ötesinde genel olarak medyanın taraflı ve yetersiz kaldığı bir dünyada, doğrudan kişiler ve topluluklar arası haberleşmeyi, bilgilenmeyi ve yönlenmeyi sağlayan araca dönüşmüştür. Bu durum, tüm dünyada geçerli olduğu gibi bu çalışmanın gerekçesini oluşturan Suriyeli mülteciler için de geçerlidir.

Suriye'de savaşın başlama noktasını protestolar oluşturmuştur. Protestoların başlamasından itibaren çatışmalar ve daha da ileri giderek bir iç savaş başlamış, bu savaş başta bölge ülkelerini olduğu gibi, Avrupa'yı da etkisi altına almıştır. Zira, iç savaş ortaya yıkıcı ve yıkıcı bir terör sorunu kadar, çok büyük bir mülteci sorunu da çıkartmıştır.

Sosyal medya işte bu savaşın her boyutunda, bilgilendirme için olduğu kadar manipülasyon için de fazlasıyla iş görmüş, ana akım medyanın sansürlendiği bilgileri paylaşmak için olduğu kadar muhalif duruşun oluşturularak büyütülmesi için de tek ve en güçlü araç olarak kullanılmıştır.

2011 yılında başlayan iç savaştan bu yana milyonlarca Suriyeli ülkesini terk etmek durumunda kalmıştır. Bu mülteciler en yoğun olarak iki ülkeye, Türkiye ve Ürdün'e sığınmışlardır. Mülteciler kitlesel göç sırasında olduğu gibi bugün de haberleşme ve bilgilenme kaynağı olarak halen sosyal medyayı kullanmaktadır. Ancak bundan daha ileri giden önemli bir kullanım gerekçesi vardır ki o da kendi kimliklerini kaybetmeme adına yaptıkları paylaşımlardır. Bu durum onların çok daha fazla sosyal medyaya sarılmalarına ve aralarında kültürel ve tarihsel ortak bağları yaşatmalarına yönelik motivasyonu oluşturmaktadır. Sosyal medya mülteciler için, tüm dış dünyada kullanıldığı gibi, arkadaşlık ve ilişkilerin kurulduğu sosyalleşme siteleri olmanın çok ötesinde bir anlam taşımakta, onların yaşam endişelerini paylaştıkları, politik ve ekonomik durumlarını

izledikleri, birbirlerinin yaşam koşulları hakkında bilgi sahibi oldukları iletişim araç ve ortamları olma niteliğine dönüşmüş bulunmaktadır.

Sosyal medya, gazete, radyo, televizyon, dergi gibi geleneksel medyanın artık çok daha üstünde bir öneme ve güce sahip olmuş, haber alma konusunda geleneksel medyanın en önemli rakibi olma düzeyine ulaşmıştır. Zaman, çaba ve maliyeti azaltan sosyal medya, özgürce ve kısa bir sürede rekor sayıda bir insan topluluğunca kullanılmakta ve dolayısıyla rekor bir başarı düzeyi ile kamuoyu oluşabilmektedir. Kısacası, mülteciler sosyal medyayı yoğun olarak kullanmakta, ondan fazlasıyla yararlanabilmekte, onunla sorunlarını transfer edebilmekte ve seslerini duyurabilmektedir.

Bu çerçeveden yola çıkarak yürütülecek bu çalışmanın temel problemi, sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerinde bir bütün olarak hangi temel zincirleme etkilere neden olduğu, hangi temel işlevleri gördüğü ve hangi saiklerle kullanıldığıdır. Bu problemten hareketle de bu tezin konusunu, Sosyal Medyanın Ürdün ve Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Etkisi oluşturmuştur.

2015 yılında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesine kayıt olmamın, üzerimdeki etkisi büyüktür. Özellikle sevgili babamı kaybettikten sonra buraya gelmiş olmak derin üzüntü duyduğum bir anda farklı kapıların açılarak yeni insanları tanımama vesile olmuştur. Bu süreç içinde kazandığım tecrübeler, bilgimin ve kişiliğimin gelişimine olumlu katkıda bulunmuştur. Hayatımızda gerçekleşen herşey elbet bir gün neticeye ulaşır, ancak kararlı bir duruş sergilemeye gayret etmek karşımıza çıkan tüm engelleri aşmamızı kolaylaştırır.

Bu çalışmayı kıymetli ailemin ruhlarına sunuyorum; henüz bir yaşıdayken kaybettiğim sevgili **annem Nafel** ve annemin yokluğunda bana hayatını adayan ama onu da yakın bir zaman önce kaybettiğim kalbimde özel bir yeri olan sevgili babam **Prens Abbas bin Abdallh AlDamen Almasaeid’e** (Allah ikisine de rahmet etsin).

Nizar Kabbani'nin dediği gibi: *"Babam ölmez! Temiz bir geçmiş arkandan yürüyor, senin adına yol alıyorum. Gözlerim açıkken seni taşıdım, insanlar babamı andırдыğımı düşünsün diye. Ses tonumda dahi seni taşıyorum. Hala benimleyken nasıl gittin? Evin Yasemini filizlenirken evde bin altın tomurcuk var, kapılarımızı Temmuza açtık yazın mutlaka babam gelmeli!"*

Türkiye'deki yaşadığım yıllarda yoluma umut tohumları eken ve akademik ilerlemenin de ötesinde özbenliğime katkı sunan çalışmalarım esnasında, yönlendirmeleriyle her zaman yanımda hissettiğim kıymetli danışmanım **Prof. Dr. Ali Murat VURAL'a**, tezimdaki emeklerinin yanı sıra bana inandığı, beni desteklediği için çok teşekkür ederim.

Tez İzleme Jürilerinde önemli noktaları belirterek tezin oluşmasına katkı sunmuş değerli Hocalarım Prof. Dr. Burcu KAYA ERDEM ve Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ'e çok teşekkür ederim.

Hayatımın bu aşamasını sabırsızlıkla bekleyen her başarımda büyük payları olan, beni zor zamanlarımda destekleyip teşvik eden ve en büyük motivasyon, enerji ve sevinç kaynağım sonsuza kadar yüreğimde kalacak sevgili ağabeylerim *Prof. Dr. Murad ALDAMEN* ve *Mohammad ALDAMEN'e* yürekten şükranlarımı sunarım.

Odak Grup Tartışmalarında iyi bir şekilde yapmakta bana çok yardımcı olan ve beni destekleyen Ürdün'de odak grubu yönteminin uzmanı değerli Dr. Amal SABBAGH'a teşekkürü borç bilirim.

Anketin istatistiksel analizinde bana yardımcı olan arkadaşım Khawla AMMAR'a ve Türkçe dilinin bir kısmının düzeltilmesine katkı sunan sevgili arkadaşım Fatma Nur GÜNGÖR'e çok teşekkür ediyorum.

Ankete ve odak grup tartışmalarına katılım sağlayan, anketin dağıtılmasına yardımcı olarak çalışmamın bir parçası olan tüm Suriyeli arkadaşlarımı da teşekkürle anıyorum.

Suriye iç savaşı bitse bile yakınlarını kaybedenlerin çektiği ızdırabın kısa bir zamanda anlaşılması mümkün değildir ancak gelecek nesillerin gayreti ve umutları ile bu yaraların zaman içinde iyileşeceğini umuyorum. Bu araştırmayı yapmak için bana fırsat ve ortam sağlayan Türkiye Cumhuriyeti'ne teşekkürlerimi sunarım.

YASMIN ALDAMEN

İSTANBUL, 2020

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
GÖRSELLER LİSTESİ	xvii
HARİTALAR LİSTESİ	xviii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xxii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MÜLTECİLİK	4
1.1 Mültecilerle İlgili Uluslararası Kanunlar	8
1.1.1 1948 İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi	8
1.1.2. 1951 Mültecilerin Statüsüne İlişkin Sözleşme	8
1.1.3. 1967 Mültecilerin Statüsüne Dair Protokol	8
1.1.4. 1969 Afrika Birliği Örgütü (Afrika'daki Mülteci Sorunlarının Özel Yönlere Düzenleyen Sözleşmesi)	9
1.1.5. 1984 Cartagena Mülteciler Bildirisi (Latin Amerika'da)	9
1.2 Mültecilerle İlgili Uluslararası Kurumlar	10
1.2.1 Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK).....	10
1.2.2 Uluslararası Göç Örgütü.....	10
1.3. Dünyada İltica Tarihi	11
1.4. Dünyadaki En Büyük 5 Mülteci Krizi.....	16

İKİNCİ BÖLÜM

ARAP DEVRİMLERİ VE SURİYE'YE ETKİLERİ.....	17
2.1. Arap Baharı	17
2.1.1 Tunus Yasemin Devrimi.....	19
2.1.2 Mısır 25 Ocak Devrimi.....	20
2.1.3 Libya İç Savaşı ve Rejimin Çöküşü	21
2.1.4 Yemen Gençlik Devrimi.....	21
2.2.Suriye Arap Cumhuriyeti.....	22
2.2.1. Suriye'deki Çatışmanın Kökenleri.....	24
2.2.1.1 Hama Katliamı.....	24
2.2.1.2 Şam Baharı.....	25
2.2.1.3 Şam Bildirgesi 2005-2008	26
2.2.2. Suriye Çatışma Olayları	26

2.2.2.1. Daraa'da "Devrim Kıvılcımı" Hareketi.....	27
2.2.2.2. Suriye Devriminde Çocuklar	29
2.2.2.2.1 (2011) Devriminin Kıvılcımı Çocukları.....	29
2.2.2.2.2 Hamza El-Hatib: Devrimin Sembolü	30
2.2.2.3 Suriyeli Nüfus.....	30
2.2.2.4 Türkiye ve Ürdün'deki Suriyeli Mülteciler	33
2.2.2.4.1 Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler	34
2.2.2.4.2 Ürdün'deki Suriyeli Mülteciler	36
2.2.2.5 Suriye devrimi Arap Baharı ülkelerindeki diğer devrimlerden ayıran nedir?.....	37

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

OLUMLU VE OLUMSUZ ETKİLERİYLE SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİLER

.....	40
3.1. Sosyal Medya Nedir?	40
3.2 Arap Ülkelerindeki En Popüler Sosyal Medya Siteleri	44
3.2.1 Facebook:	44
3.2.2. Twitter:	45
3.2.3. YouTube:.....	45
3.2.4 Instagram:	45
3.3. Sosyal Medyanın Yapısal Özellikleri.....	46
3.3.1 Bütünleşik Sosyallik:.....	46
3.3.2 Birleşik Roller:	47
3.3.3. Bütünleşik ve Yakınsak İletişim:.....	47
3.4. Yeni Medya ve Devrimler	48
3.4.1 Sırp Devrimi:	48
3.4.2 Gürcistan'daki Gül Devrimi:	48
3.4.3 Ukrayna'da Turuncu Devrim	49
3.4.4 Wall Street'i İşgal Et (Occupy Wall Street):	49
3.4.5 Taksim Gezi Parkı Protestoları:.....	49
3.5 Krizlerde Sosyal Medyanın Etkisi ve Rolü	50
3.5.1 Olumlu Etkiler:.....	54
3.5.1.1. Krizlerde Sosyal Medya ve Vatandaş Gazeteciliği	54
3.5.1.2. Mültecilere Sempatiyi Teşvik Etmede Sosyal Medya Rolü.....	54
3.5.1.3. Sosyal Medyanın Suriyeli Halkın Kollektif Hafızasına Olumlu Katkısı	58
3.5.1.4. Mültecilerin Eğitim, İletişim ve Bilgi Alanlarında Sosyal Medya Rolü	59
3.5.1.5. Suriyeli Mülteciler İçin Kitle Fonlamada Sosyal Medyanın Olumlu Rolü	60
3.5.1.6. Suriyeli Mülteci Krizinin Kitlelere Taşınmasında Sosyal Medya Yoluyla Paylaşılan Canlı Videoların Etkisi.....	61
3.5.1.7. STK'larda Sosyal Medya ve Suriyeli Mültecilerle Sosyal	

Dayanıklılığın Geliştirilmesi	61
3.5.2. Olumsuz Etkiler	62
3.5.2.1. Sosyal Medya ve Sahte Haber Sunumu	62
3.5.2.2. Mültecilere Yönelik Sosyal Medya ve Merhamet Yorgunluğu	63
3.5.2.3. Sosyal Medya Suriyeli Sığınmacılara karşı yabancı düşmanlığını artırmak için kullanılmaktadır	64
3.5.2.4. Kadın Mültecilerin Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddete Maruz Kalmasında Sosyal Medyanın Rolü	69

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN ÜRDÜN VE TÜRKİYE'DE YAŞAYAN SURİYELİ MÜLTECİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE İŞLEVSELLİĞİ ÜZERİNE NİTEL VE NİCEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNE DAYALI BİR SAHA ÇALIŞMASI

4.1 Problem	71
4.2 Önem ve Amaç.....	72
4.3 Hipotez	73
4.4 Çalışmayı Diğer Çalışmalardan Ayırtıcı Unsurlar.....	74
4.5 Sınırlılıklar.....	74
4.6 Tanımlar	75
4.7 Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri.....	76
4.8 Veri Toplamak İçin Kullanılan Kaynaklar	76
4.9 Veri Toplama Araçları	76
4.9.1 Anket.....	76
4.9.2 Odak Grup Tartışmaları	80

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI.....

5.1. Nicel Araştırma Bulguları	81
5.1.1 Demografik Veriler	81
5.1.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Kullanımının Etkisi ve Rolü.....	87
5.1.3 Sosyal Medyada Mültecilere Karşı Nefret Söylemi ve Suriyeli Mültecinin İmajı	105
5.1.4 Mülteci Gazeteci	107
5.1.5 Etkili Mülteci	110
5.2. Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Odak Grup Tartışma Bulguları	111
5.2.1 Odak Grup Tartışmaların Soruları	113
5.3. Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemlerine Göre Elde Edilen Bulgular Bağlamında Sonuçlarının Değerlendirilmesi.....	114
5.3.1. Suriyeli Mültecilerin Ev Sahipliği Yapan Ülkelerde Sosyal Medya Kullanımında Önemli Artış.....	114
5.3.2. Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler İçin Olumlu Etkileri	121
5.3.3. Sosyal medya suriyeli mültecilerin statüsünü etkilenmiş (etkilenen) etkileyiciye (etkileyen) dönüştürmektedir.....	129

5.3.4 Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler İçin Olumsuz Etkileri.....	131
5.3.5. Sosyal Medyanın Suriyeli Mültecilerin İmajları Üzerine Etkisi.....	141
5.3.6. Suriye Çatışma olaylarında Aktivistlerin sosyal medyada yaptıklarının İki Taraflı Etkileri	152
5.3.7. Sosyal Medya Aracılığıyla Hikayeleri Yayılmış Suriyelilere Dönük Olumlu Ve Olumsuz Etkiler.....	158
5.3.8. Sosyal Medyada Suriye Çatışma olaylarının En Çok Tekrarlanan Konuları.....	164
5.3.9. Suriye İç Savaşında Sosyal Medya ve Savunmasız Gruplar.....	166
TARTIŞMA	169
SONUÇ	184
ÖNERİLER	188
KAYNAKLAR.....	190
EKLER	206
EK (1): Anket.....	206
EK (2): Grafikler	213
ÖZGEÇMİŞ	241

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Mültecilik Terimleri	6
Tablo 2: Mülteci, Sığınmacı, Göçmen, Ülke içinde Yerinden Olmuş Kişi, ve Gayri Resmi Çadır Yerleşimi (ITS) ile arasındaki fark nedir?	7
Tablo 3: II. Dünya Savaşı ve yerinden edilmiş kişilerin sayıları üzerine sonuçları 1940-1950	11
Tablo 4: Asya Krizleri ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları üzerine sonuçları 1947-1960	12
Tablo 5: Krizler ve Yerlerinden Edilmiş Kişilerin Sayılarıyla İlgili Sonuçları	13
Tablo 6: Krizler ve Yerlerinden Edilmiş Kişilerin Sayıları 2000'den Günümüze	15
Tablo 7: En Büyük 5 Mülteci Krizi	16
Tablo 8: Yasemin Devrimi Zaman Çizelgesi 2010-2011	20
Tablo 9: Suriye Etnik Yapısı ve Dini Gruplar	24
Tablo 10: Suriye Devrimi'nde Cuma Günü Sembolizmi	27
Tablo 11: 4 Temmuz 2019'a kadar Suriyeli Mülteciler'in Dağılımı	33
Tablo 12: Türkiye'de Suriyeli Mülteci Kampları	35
Tablo 13: Ürdün'de Suriyeli Mülteciler	36
Tablo 14: Ürdün'de Suriyeli Mülteci Kampları	36
Tablo 15: Sosyal Ağ ve Sosyal Medya Sitelerinin Görünümünün Zaman Çizelgesi	41
Tablo 16: En Popüler 15 Sosyal Ağ Sitesi 2019'de	43
Tablo 17: Anketin Bölümleri	77
Tablo 18: Anketin Dağıtıldığı Facebook Grupları	79
Tablo 19: Katılımcıların Cinsiyeti	81
Tablo 20: Katılımcıların Medeni Durumu	82
Tablo 21: Katılımcıların Yaşı	82
Tablo 22: Katılımcıların Eğitim Durumu	83
Tablo 23: Katılımcıların Yaşam Durumu	83
Tablo 24: Katılımcıların Konaklama Yerinin Türü	84
Tablo 25: Katılımcıların Çalışma Durumu	84
Tablo 26: Çalışan Katılımcıların Aylık Maaşı	84
Tablo 27: Katılımcıların yaşadığı İller	85
Tablo 28: Katılımcıların Kampın içinde veya Dışında Yaşmaktadır	86
Tablo 29: Kampın Adı	86
Tablo 30: Katılımcıların Bilgisayar için İnternet bağlanmasına dair cevapları	87
Tablo 31: Akıllı Telefonları İçin İnternet bağlanmasına dair cevapları	87
Tablo 32: Katılımcıların ailelerinde 18 yaşın üzerindeki sosyal medyayı kullanan kişi sayısına dair cevapları	88
Tablo 33: Katılımcıların Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevapları	88
Tablo 34: En Çok Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevapları (Sadece bir cevap)	89
Tablo 35: Katılımcıların Günde Kaç Saat Sosyal Medya Kullanılması	89
Tablo 36: Sosyal Medyada Gerçek Kimliklerinin Kayıt yapanlarına Göre Dağılımı	90
Tablo 37: Sosyal Medyada Yaş, Cinsiyet, Adres ve Kişisel Fotoğrafi Gibi Kişilikleri Hakkında Gerçek Bilgileri verenlerin Sayısı	90
Tablo 38: Sosyal Medyada Paylaştığı Tüm Fotoğraflar ve Bilgiler Gerçek Kişiliklerini Yansıtanların Sayısı	90
Tablo 39: Ürdün ve Türkiye'de Sosyal Medyayı Ticari Amacıyla Kullananların Sayısı	91
Tablo 40: Sosyal Medyayı Eğitim Amacıyla Kullananların Sayısı	91
Tablo 41: Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını artıranların sayısı	91
Tablo 42: Katılımcıların Çocukları Suriye'den Çıktıktan	92
Tablo 43: Mültecilerin sığınma öncesi sosyal medya kullanmasının nedenleri	92
Tablo 44: Katılımcıların Sosyal Medyayı Yeni Bir Dil Öğrenmek Amacıyla Kullananların Sayısı	93

Tablo 45: Katılımcıların Suriye'den Çıkmak ve Başka Bir Ülkeye Ulaşmak amacıyla Bir Kaçakçı ile İletişim Kurmak İçin Sosyal Medyayı Kullananların Sayısı	93
Tablo 46: Kaçakçı ile İletişim Kurmadan Önce Kişinin Kimliğini Doğrulanların sayısı (Önce Soruya Evet Yanıt Verenler)	94
Tablo 47: Suriye'den Ayrılmak Amacıyla Sosyal Medya Aracılığıyla Kaçakçılarla İletişim Kurarken Mali veya Fiziksel Sömürüye Maruz Kalanların Sayısı	94
Tablo 48: Suriye'den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikayelerini duyanların Sayısı ...	95
Tablo 49: Yeni bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlananların Sayısı.....	95
Tablo 50: Sosyal Medyada bir Eğitim Sayfası Oluşturanların Sayısı	96
Tablo 51: Sosyal medyanın ev sahibi ülkenin gelenek ve göreneklerinin hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olamamasına Cevap verenlerin Sayısı	96
Tablo 52: sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmaması cevap verenlerin Sayısı.....	97
Tablo 53: sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar	97
Tablo 54: Sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmadığına cevap verenlerin Sayısı.....	98
Tablo 55: Sosyal medyanın mülteci yardımı nereden ve nasıl yardım edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olamamasına cevap verenlerin Sayısı	98
Tablo 56: sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşların katılımcıların tarafından zikrettiği isimleri	99
Tablo 57: Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılanların sayısı.....	100
Tablo 58: Sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini tüm dünyaya iletmeye başarılı olup olmadığını düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı.....	101
Tablo 59: Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumlu bir etkisi olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı.....	101
Tablo 60: Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmesi hakkında Cevap verenlerin sayısı	102
Tablo 61: sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasaların hakkında bilgi yayılmasına katkıda bulunduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı	102
Tablo 62: sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilere neler yaşadıklarının hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı	103
Tablo 63: Facebook ve diğerleri gibi sosyal medyadaki medya ve haber yayınlarının insanları Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin ana vatanlarına dönebilecekleri için kandırdıklarını düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı	103
Tablo 64: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kadınlar ve çocuklar gibi mültecilerin insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolünü nasıl olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı.....	104
Tablo 65: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren ifadeler içeren sosyal medyadaki haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşılırsa, buna cevap verenlerin sayısı.....	105
Tablo 66: Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajı nasıl olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı	106
Tablo 67: sosyal medya aracılığıyla kötü muamelesine ilişkin resimler görürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissettikleri hakkında cevaplar.....	106
Tablo 68: Sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletmeye üzerindeki etkisini.....	107
Tablo 69: Suriye iç savaşı veya Suriyeli mülteci kriziyle ilgili bir video, fotoğraf veya haber sosyal medya aracılığıyla gönderenlerin sayısı	107
Tablo 70: Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikâye	

paylaşanların sayısı : Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikâye paylaşanların sayısı	108
Tablo 71: katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayanların sayısı	108
Tablo 72: katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşı yorum yapanların sayısı	109
Tablo 73: Suriye Çatışma Olayları İle İlgili Bir Resim Çekip Ve Suriye'den Çıkış Sırasında Sosyal Medyada Paylaşanların Sayısı	109
Tablo 74: katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesi hakkında cevapları	110
Tablo 75: katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesi hakkında cevapları	110
Tablo 76: Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olanların sayısı	111
Tablo 77: Mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilenlerin sayısı	111
Tablo 78: İstanbul ve Amman'da Tartışmaları Katılımcılarının Özellikleri	112
Tablo 79: Odak Grup Tartışmaların Soruları	113
Tablo 80: Sosyal Medyanın Ürdün ve Türkiye'de Kullanıcı Sayısı	119
Tablo 81: Kısa ve Uzun Dönem Olumsuz Etkiler	175

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Suriye Devrimindeki Olayların Gelişimi	38
Şekil 2: Sosyalliğin Üç Biçimi	47
Şekil 3 : Araştırmanın Hipotez Modeli.....	73
Şekil 4 : Mültecilerin Sosyal Medyayı Daha Önce Kullanmamalarının İki Ana Sebebi.....	118
Şekil 5: Sosyal Medyanın Mülteciler Üzerindeki Etkilerinin Düzeyleri	170
Şekil 6: Ball-Rokeach & DeFleur'un (1976) MSD Stimülasyon Modu	170
Şekil 7: Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Olumlu Etkileri	173
Şekil 8: Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler üzerindeki Olumsuz Etkileri.....	174
Şekil 9: Sosyal Medya Mülteciler Etkilenenden (etkilenmiş) Etkileyene (etkileyici) Dönüştürmektedir	176
Şekil 10: Sosyal Medya Kullanıcılarının Savaş Haberleri Nedeniyle Merhamet Yorgunluğunu Oluşturmak	178
Şekil 11: Sosyal Medyada Agresif Yorumlarda Bulunan Mülteciler	179
Şekil 12: 1980'li yıllarda Elisabeth Noelle Neumann tarafından geliştirilen ‘Suskunluk Sarmalı Kuramı’	181
Şekil 13: Suriyeli Mültecilerin Sosyal Medyada Temsil Edilmesinin Yabancı Düşmanlığı Oluşumundaki Rolü.....	183

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Muawiya'nın Sloganı: Sıra sende, Doktor!	30
Görsel 2: Web'in Sosyallığının Üç Boyutu.....	46
Görsel 3: Otpor Hareketi Logosu	48
Görsel 4: Kmara Hareketi Logosu.....	48
Görsel 5: Mısır'da protestoculardan biri Twitter'da yer alan yazısı (Mısır Devrimi 25 Ocak 2011)	51
Görsel 6: Biz Kardeşiz Hashtagi.....	55
Görsel 7: Kardeşime Dokuma Hashtagi	55
Görsel 8: Madaya Yermuk Kardeşliği Hashtagi.....	56
Görsel 9: Humans of New York Twitter Sayfası.....	57
Görsel 10: Facebookta Refaai Hamo'nın Hikayesi.....	57
Görsel 11: Abdul Halim Al-Attar'ın Twitter'da yayınlanan fotoğrafı	60
Görsel 12: #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 1	65
Görsel 13: #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 2.....	66
Görsel 14: #SuriyelilerDefoluyor Hashtag	66
Görsel 15: “Sınırdışı Edin Bunları” Makalesi	67
Görsel 16: "Suriyeli Mültecilerin Vatandaşlığa Alınmasına Hayır" kampanyası.....	67
Görsel 17: Facebook'ta Sayfa Oluşturma	120
Görsel 18: Facebook'ta Hesap Açma.....	120
Görsel 19: Aylan Kurdi	168
Görsel 20: İmran.....	168

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1: Arap Baharı	19
Harita 2: Suriye ve Çevre Ülkeler Haritası.....	22
Harita 3: Suriye Haritası	23
Harita 4: Suriye Etnik ve Dini Haritası.....	24
Harita 5: Komşu Ülkelerdeki Suriyeli Mülteci Sayısının Haritası	32
Harita 6 : Ürdün ve Türkiye Arasındaki Suriye Konum Haritası	34
Harita 7 : Geçici Koruma Kapsamında Bulunan Suriyelilerin İlk 10 İle göre Dağılımı	35



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Arap Ülkelerinde Sosyal Medya Siteleri.....	44
Grafik 2: 2011'in Başında Olaylar Sırasında Sosyal Medya Kullanımı	51
Grafik 3: Ocak-Mart 2011 döneminde Arap Baharı gösterilerinde örgütlenme ve protestoların başlamasında Facebook sosyal ağ platformunun rolü	52
Grafik 4: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	213
Grafik 5: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı	213
Grafik 6: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı	214
Grafik 7: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	214
Grafik 8: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşam Durumuna Göre Dağılımı	215
Grafik 9: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Dağılımı	215
Grafik 10: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Konaklama Yerinin Türüne Göre Dağılımı	216
Grafik 11: Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Dağılımı	216
Grafik 12: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kampın İçinde Veya Dışında Kalmasına Göre Dağılımı	217
Grafik 13: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Bilgisayar için İnternet bağlanmasının hakkında cevaplarına Göre Dağılımı.....	217
Grafik 14: Ürdün Ve Türkiye'de Nereden Katılımcıların Akıllı Telefonları İçin İnternet bağlanmasının hakkında cevaplarına Göre Dağılımı.....	218
Grafik 15: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Ailelerinde 18 Yaş Üzerinde Sosyal Medyayı Kullanan Kişi Sayısına Göre Dağılımı	218
Grafik 16: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kullanılan Sosyal Medyanın Sayısına Göre Dağılımı	219
Grafik 17: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların En Çok Kullanılan Sosyal Medyanın Sayısına Göre Dağılımı (Sadece En Çok Araç)	219
Grafik 18: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Günde Kaç Saat Sosyal Medya Kullanmasına Göre Dağılımı	220
Grafik 19: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Gerçek Kimliklerinin Kaydetmesine Göre Dağılımı	220
Grafik 20: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Yaş, Cinsiyet, Adres ve Kişisel Fotoğrafi Gibi Kişilikleri Hakkında Gerçek Bilgileri Verip Vermeme Sayısına Göre Dağılımı	221
Grafik 21: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Paylaştığı Tüm Fotoğraflar ve Bilgiler Gerçek Kişiliklerini Yansıtıp Yansıtmama Sayısına Göre Dağılımı	221
Grafik 22: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Ticari Amacıyla Kullanımın Sayısına Göre Dağılımı	222
Grafik 23: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Eğitim Amacıyla Kullanımın Sayısına Dağılımı	222
Grafik 24: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcılar Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmama Sayısına Göre Dağılımı.....	223
Grafik 25: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Çocukları Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmama Sayısına Göre Dağılımı.....	223
Grafik 26: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Yeni Bir Dil Öğrenmek İçin Kullanıp Kullanmamasının Sayısına Göre Dağılımı	224
Grafik 27: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Çıkmak ve Başka Bir Ülkeye Ulaşmak amacıyla Bir Kaçakçı İle İletişim Kurmak İçin Sosyal Medyayı Kullanıp Kullanmamasının Sayısına Göre Dağılımı	224
Grafik 28: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Kaçakçı İle İletişim Kurmadan Önce Kişinin Kimliğini Doğrulayıp Doğrulamaması Sayısına Göre Dağılımı (Önce Soruya Evet Yanıt Verenler).....	225
Grafik 29: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Ayrılmak Amacıyla Sosyal Medya	

Aracılığıyla Kaçakçılarla İletişim Kurarken Mali Veya Fiziksel Sömürüye Maruz Kalıp Kalmaması Sayısına Göre Dağılımı	225
Grafik 30: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikayelerini duyup duymaması Sayısına Göre Dağılımı	226
Grafik 31: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlanıp yararlanmaması Sayısına Göre Dağılımı	226
Grafik 32: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal Medyada bir Eğitim Sayfası Oluşturup oluşturumaması Sayısına Göre Dağılımı	227
Grafik 33: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal medya ev sahipliği ülkenin gelenek ve göreneklerinin hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olamamasına Sayısına Göre Dağılımı	227
Grafik 34: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı	228
Grafik 35: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı	228
Grafik 36: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı	229
Grafik 37: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci yardımı nereden ve nasıl yardım edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı	229
Grafik 38: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşların zikrettiği isimlerine Göre Dağılımı	230
Grafik 39: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılıp katılmama Göre Dağılımı	230
Grafik 40: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriye çatışma olayları ve mülteci krizini tüm dünyaya iletmeye başarılı olup olmadığını düşünmesine göre Dağılımı	231
Grafik 41: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumlu bir etkisi olduğunu düşünmesine göre Dağılımı	231
Grafik 42: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmesine göre Dağılımı	232
Grafik 43: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasaların hakkında bilgi yayılmasına katkıda bulunduğunu düşünmesine göre Dağılımı	232
Grafik 44: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilere neler yaşadıklarının hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünmesine göre Dağılımı	233
Grafik 45: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook ve diğerleri gibi sosyal medyadaki medya ve haber yayınlarının insanları Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin ana vatanlarına dönebilecekleri için kandırdıklarını düşünmesine göre Dağılımı	233
Grafik 46: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kadınlar ve çocuklar gibi mültecilerin insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolünü nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı ...	234
Grafik 47: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren ifadeler içeren sosyal medyadaki haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşılırsa, buna cevap verip vermeme göre Dağılımı	234
Grafik 48: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajı nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı	235
Grafik 49: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla kötü muamelesine ilişkin resimler görürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissediklerine göre Dağılımı	235
Grafik 50: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletme üzerindeki etkisini nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı	236

Grafik 51: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye çatışma olayları ile bir video, fotoğraf veya haber sosyal medya aracılığıyla gönderip göndermemesine göre Dağılımı	236
Grafik 52: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikaye paylaşp paylaşmasına göre Dağılımı.....	237
Grafik 53: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayıp yayınlamama göre Dağılımı	237
Grafik 54: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşı yorum yapıp yapmama göre Dağılımı	238
Grafik 55: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye çatışma olayları ile ilgili bir resim çekip ve Suriye'den çıkış sırasında sosyal medyada paylaşp paylaşmamasına göre Dağılımı	238
Grafik 56: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesine göre Dağılımı	239
Grafik 57: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların özel bir Facebook sayfası veya özel bir Twitter sayfasına sahip olup olmadığına göre Dağılımı (kişisel hesap değil).....	239
Grafik 58: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olup olmadığına göre Dağılımı	240
Grafik 59: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilip bilmemesine göre Dağılımı	240

KISALTMALAR LİSTESİ

BMMYK	: Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği
BMÇYF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
BM	: Birleşmiş Milletler
CARE	: Cooperative for Assistance and Relief Everywhere
IOM	: International Organization for Migration (Uluslararası Göç Örgütü)
WHO	: World Health Organization (Dünya Sağlık Örgütü)
WFP	: World Food Programme (Dünya Gıda Programı)
RI	: Relief International (Rölyef Uluslararası)
JNRCS	: Jordan Red Crescent (Ürdün Kızılayı)
ICRC	: International Committee of the Red Cross (Uluslararası Kızıl Haç Komitesi)
NRC	: Norwegian Refugee Council (Norveç Mülteci Konseyi)
IRC	: International Rescue Committee (Uluslararası Kurtarma Komitesi)
JRS	: Jesuit Refugee Service (Cizvit Mülteci Hizmeti)
JAOSW	: Jordanian Association of Social Work (Ürdün Sosyal Hizmet Derneği)
NHF	: Noor Al Hussein Foundation
HOPES	: Higher and Further Education Opportunities and Perspectives for Syrians (Suriyeliler için Yüksek ve İleri Eğitim Fırsatları ve Perspektifleri)
SAB	: Souriyat Across Borders
UNDP	: United Nations Development Programme (Birleşmiş Milletler Geliştirme Programı)
UNV	: United Nations Volunteers (Birleşmiş Milletler Gönüllüleri: BMG)
JAR	: Japan Association for Refugees (Japonya Mülteciler Derneği)
DRC	: Danish Refugee Council (Danimarka Mülteci Konseyi)
OXFAM	: Oxford Committee for Famine Relief (Oxford Kıtlıkla Mücadele Komitesi)
NICCOD	: Nippon International Cooperation for Community Development (Nippon Uluslararası Toplumsal Kalkınma İşbirliği)
ACTED	: Agency For Technical Cooperation & Development

	(Teknik İşbirliği ve Kalkınma Ajansı)
DWB	: Doctors Without Borders
UNFPA	: United Nations Population Fund (Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu)
IRD	: International Relief & Development
DFATD	: Foreign Affairs, Trade and Development Canada
ACHRS	: Amman Center for Human Rights Studies
SGDD	: Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği
AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
İHH	: İnsani Yardım Vakfı
IBC	: International Blue Crescent Relief and Development Foundation (Uluslararası Mavi Hilal İnsani Yardım ve Kalkınma Vakfı)
SSG	: Sosyal Suriye Grupları
İŞİD	: Irak-Şam İslam Devleti
İSMEK	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hayat Boyu Öğrenme Merkezi
SGBV	: Sexual and Gender-Based Violence (Cinsel ve Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddetinde)

GİRİŞ

Suriye'deki iç savaştan kaçarak mülteci konumuna düşen gençler arasında teknolojiyi yoğun ve etkili bir şekilde kullanan yüksek oranda genç bir nüfus bulunmaktadır ve bu gençler sayesinde mülteciler zor durumda kaldıklarında yardım için Facebook'ta kurulan sayfalardan birbirleriyle haberleşebilmekte, hatta bu sayfalardan, zorlu yolculukları için ne tür çadır almaları gerektiği, hangi yolun daha güvenli olduğu gibi bilgileri öğrenip birbirleriyle paylaşabilmektedir.

Sosyal medya sayesinde mültecilere yardım etmek için yol ve yöntemler de geliştirilmekte, gönüllülerin oluşturduğu ağlar, ailelerin birbirlerini bulmalarında yardımcı olmaktadır. "Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram" gibi sosyal medya ortamları önemli bir medya platformu olarak Suriye içinden gelen tüm bilgileri dünyaya aktarmakta, kolektif görüşün oluşmasına hizmet etmekte, geleneksel medyaya içerik sağlamada önemli bir işlev görmektedir.

Savaş koşullarında böylesi bir önem düzeyine ulaşan sosyal medyanın nasıl kullanıldığı, hangi içeriklerin ekseninde şekillendiği ve hangi süreçleri tetiklediğini görmek bu çalışmanın önemini yükseltmektedir. Ayrıca, sosyal medyanın mültecilerin yaşamına nasıl olumlu katkıda bulunabileceğini görmek ve hatta sosyal medyanın doğrudan kendisinin ürettiği şiddetin kontrol edilmezse ileride yoğunlaşıp, fiziksel savaşları tetikleyebilme potansiyelini saptamak açısından da bu tez önem arz etmektedir.

Tez, mültecilik ve yarattığı sonuçlar üzerine yapılan tarihsel ve bugüne dayalı bir literatür çalışması ile birlikte, Ürdün ve Türkiye'de yapılan saha çalışmasına dayandırılmış ve sahadan toplanan verilerle şekillendirilmiştir.

Şehirlerde yaşayan mülteci nüfusuna sahip olan Türkiye ve Ürdün'de mültecilerin yaşadığı yerlerde ayrı ayrı olmak üzere Nicel Araştırma Yöntemine göre geliştirilen Veri Toplama Aracı / Anket kullanılarak, yapılan görüşmelerle doğrudan veriye ulaşılmaya çalışılmıştır. Saha çalışmasının yanı sıra, sosyal medyada, Suriyeli mülteciler hakkındaki bilgi ve haber dolaşımı, belirlenen odak gruplar Ürdün ve Türkiye'de alınarak, buradaki veriler nicel ve nitel olarak analiz edilmiş ve buradaki dilin yarattığı etki saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Birinci bölümünde, iltica geçmişi, mültecilik ve mülteciliği yaratan koşullar ele alınmıştır. Bu bölümde mültecilik ile ilgili kullanılan sözcükler, dünyadaki iltica tarihi, kurumsal olarak sığınma, itica ve göç, mülteciliği yaratan koşullar, mültecilere

yönelik kurulan uluslararası örgütler, yapılan uluslararası anlaşmalar ve sözleşmeler incelenmiştir.

İkinci bölümde Arap Devrimleri ve Suriye'ye Etkileri ele alınmıştır. Bu bölümde "Arap Baharı" tanımı, 2011 Arap Devrimleri ile: Tunus Yasemin Devrimi, Mısır 25 Ocak Devrimi, Libya İç Savaşı, Yemen Gençlik Devrimi kapsamında ayrıntılı olarak incelenmiştir. Ayrıca, Suriye 2011 İç Savaşı, Hama katliamı, Şam Baharı 2000-2001, Şam Bildirgesi 2005-2008 dönemleri çerçevesinde de ele alınmıştır. 2011'de Suriye Devrimi ve İç Savaşın boyutları, karmaşık yönleri ve Arap devrimlerinden ayrılan yönlerini anlamak için bu savaşla ilgili her ayrıntıya yer verilmiştir. Bu iç savaşın sonucu olarak: Ürdün ve Türkiye'ye kaçan çok sayıda Suriyeli mültecinin ayrıca Ürdün'de ve Türkiye'deki Suriyeli mülteci kampları, araştırmanın evrenini oluşturmuştur.

Üçüncü bölümde sosyal medyaya ve önemine, platformlarına ve sosyal medyanın mültecilerin yaşamları üzerindeki etkisine odaklanılmıştır. Bu bölümde, en popüler sosyal ağlar, Arap ülkelerindeki en popüler sosyal medya siteleri, sosyal medyanın yapısal özellikleri, devrimlerde sosyal medyanın rolü, sosyal medyanın Arap devrimleri ve Suriye devrimi ve iç savaşındaki rolü ile Suriyeli mültecilerin sorunları ele alınmıştır. Bu bölümdeki alt başlıklarda, krizlerde sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkileri, olumlu etkiler olarak vatandaş gazeteciliğinin fenomen haline gelmesi, mültecilere sempatiyi teşvik etmesi, Suriyeli halkın kolektif hafızasına katkısı, eğitim, kitle fonlamada iletişim ve bilgi sağlama rolleri incelenmiştir. Olumsuz etkileri ise sahte haber sunma, Suriyeli mültecilere karşı merhamet yorgunluğu oluşturma, Suriyeli sığınmacılara karşı yabancı düşmanlığını artırma ve kadın mültecilerin cinsel ve toplumsal cinsiyete ve şiddete dayalı değerlendirilmesi kapsamlarında incelenmiştir.

Tezin bibliyografik taraması için Türkçe ve yabancı kaynaklar öncelikli olmuştur. Okumalar sırasında karşılaşılan ve konuyla doğrudan ilişkili olan eski tarihli kaynaklardan da önemli ölçüde yararlanılmıştır.

İlk üç bölümün temel amacı araştırma problemlerini doğru tespit edebilmek adına literatürün analizini iyi yapmaktır. Dördüncü bölümde çalışmanın genel çerçevesini; problem, amaç ve önem, hipotez ve araştırma modeli, sınırlılıklar, tanımlar ile saha araştırması amacıyla uygulanan nicel ve nitel metotların ayrıntılı açıklamaları oluşturmuştur.

Beşinci bölüm çalışmanın araştırma aşamasıdır. Bu bölümde nicel ve nitel araştırma yöntemleri ile elde edilen sonuçların analizi yapılmıştır. İlk olarak, nicel araştırma yöntemi olarak kullanılan anketler aracılığıyla elde edilen veriler, ki ülkeden elde edilen ayrı ayrı verilerin karşılaştırılması yapılmıştır. Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ise , mültecilerin hayatları üzerindeki sosyal medya etkisini saptamaya yönelik bir incelemeyi içermiştir. Amman'da 15 ve İstanbul'da 15 katılımcıdan oluşan odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler de bu bölümde ele alınmıştır.

Son bölüm, bulguların analizini içermektedir. Çalışmanın sonuçları medya kuramlarına bağlı olarak daha derinlemesine analizini gerçekleştirmek ve çalışmanın sonuçlarını özetlemek amaçlarını taşımaktadır. Ayrıca araştırma hipotezinin de sınandığı bu bölümde, sosyal medyanın etkisi ve rolü, sosyal medyada mültecilere karşı var olan nefret söylemi, sosyal medyaya yansıyan Suriyeli mülteci algısı değerlendirilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

MÜLTECİLİK

Mültecilik ve mülteciliği yaratan koşullar, ayrıntılı ve derinlikli tarih okumaları ile ele alınmayı gerektirmektedir. Çalışmanın hareket noktalarından biri olan Medeniyetler Çatışması yaklaşımının anlaşılabilmesi adına mültecilik, iltica tarihi, kurumsal olarak sığınma, iltica ve göç, mülteciliği yaratan koşullar, mültecilere yönelik kurulan uluslararası örgütler, yapılan uluslararası anlaşma ve sözleşmeler kavramsal ve fonksiyonel boyutlarda değerlendirilmeye muhtaçtır.

Mültecilik, korunmasız vatansızlık, başka bir ülkeye mülteci olma durumu anlamına gelmektedir ve göçle ilgisi yoktur (Shacknove, 1985).

Adaletsizlik ve zulümden kaçma anlamına gelen mültecilik kavramı yeni ortaya çıkan bir kavram da değildir. M.S. 615 yılında bazı erken dönem Müslümanların (on bir erkek ve dört kadın) Kureyş liderlerinin güçlerini kötüye kullanımından dolayı acı çektikleri için Mekke'den Abyssinia topraklarına (Axum Krallığı) göç etmesiyle başlamıştır. Peygamber, Hazreti Muhammed (SAV) yoldaşlarına, ezilen, zorbalığa uğrayan ve paralarına el konanlara, Abyssinia'ya göç etmelerini söylemiştir çünkü orada kendisine sığınabilecekleri bir kral vardır (Nabulsi, 2005).

İbrahim, Musa, Yusuf, Lut ve Yakup peygamberler, Peygamber Muhammed'den önce gelmiştir, ancak onların mülteciliği, Muhammed'in mülteciliği'ne benzememiştir (Ahram, 2010).

Mülteci kelimesinin kökeni, 1685'te Fransa'dan kaçan 400.000'den fazla Fransız Protestanı olan, Protestan Huguenots'u ifade eden Fransızca *réfugié* kelimesinden gelmektedir. Bundan sonra mülteci kelimesi başka bir ülkeye kaçan kişiye atıfta bulunmak için kullanılmıştır. Adaletsizlik ve zulüm nedeniyle aranan sığınak kelimesi mültecinin aradığı yer ya da sığınak anlamına gelmiştir (Merriam Webster). Mültecilik statüsünün kişilere verilmesi için üç temel şart vardır (Shacknove, 1985):

1. Ülke hükümetine rücu hakkı kalmamış olması durumu.
2. Hükümetin, temel ihtiyaçlarını ve hakları korumayı başaramaması ve bunlardan mahrum etmesi durumu.
3. Uluslararası yardıma erişim ihtiyacı veya ihtiyaçları için uluslararası yardım isteme durumu.

Pekçok ülke, mültecinin şu kişilerden biri olduğunu belirten BM 1951 Sözleşmesi tarafından belirtilen tanımları izlemektedir:

"İrki, dini, milliyeti, belli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri nedeniyle zulüm göreceği konusunda haklı bir korku taşıyan ve bu yüzden ülkesinden ayrılan ve korkusu nedeniyle geri dönemeyen veya dönmek istemeyen kişi."

Mültecilikte, politik çevrelerine göre, bireye yönelik temel tehditler genellikle üç kategoriye ayrılır: Zulüm, yaşamsal düzeyde ekonomik bunalım ve doğal felaketler. Kimin mülteci statüsüne hak sahibi olup olmayacağına karar verilirken, sel ve kuraklık gibi doğal afetler haklı iddiaların temeli olarak genellikle reddedilir. Şiddet içeren eylemlerin aksine, bu tür felaketler “siyasi” olaylar olarak kabul edilmemektedir (Shacknove, 1985).

Doğal felaketler ve yaşamsal düzeyde ekonomik bunalım, bireyi tehdit eder, ancak bireylerin ülkelerinin sınırlarına geri dönmeleri için sağlam bir tehdit oluşturmazlar. Bu nedenle, kimin mülteci olduğunu belirlerken onları göz ardı etmeyi bırakabiliriz, sanırım zulüm nedeni hala varsa, mültecilikle ilgili en temel olanın, anavatana yeniden girmekten korkulan bir zulümün oradaki varlığıdır demek mümkündür.

Bir ülkede zulümün varlığı; kaçan insanların ülkelerine geri dönmelerindeki, diğer yaşamsal düzeyde ekonomik bunalım ve doğal felaket gerekçelerine göre en temel sebeptir. Zira, diğer gerekçelerde, istedikleri zaman ülkelerine geri dönmelerinin önünde bir engel bulunmamaktadır.

Ülkede zulüm devam ettiği müddetçe, mültecilerin yaşadıkları yere dönmeleri, hayatları için kritik ve ciddi bir tehdit olmaktadır ve zulüm, dini, ırkçı ve siyasi zulüm olarak birçok şekilde tezahür etmektedir.

Mülteci statüsü, yalnızca hükümetin temel ihtiyaçları korumakta başarısız olması, bu ihtiyaçların uluslararası olarak sağlanmasını isteme dışında başka bir çaresi olmayan ve uluslararası yardımın mümkün olabileceği bir yerde verilmesi gerekmektedir. Mülteci statüsünün bu hak sahiplerine sağlanmasının reddedilmesi veya temel ihtiyaçların tehlikede olmayan diğerlerine verilmesi durumunda, politikanın meşruiyeti tehlikeye girmektedir. (Shacknove, 1985).

Tablo 1: Mültecilik Terimleri

#	İngilizce	Türkçe	Arapça
1	Refugeehood, Refugeeism	Mültecilik	لجوء
2	Refugee	Mülteci	لاجئ
3	Climate refugee or environmental refugee	İklim Mültecisi	لاجئ لأسباب المناخ
4	Refuge	Sığınak	ملجئ
5	Asylum	İltica, Sığınma	طلب لجوء
6	Asylum seeker	Sığınmacı	طالب لجوء
7	Internally displaced person	Ülke İçinde Yerinden Olmuş Kişi	نازح
8	Stayees in informal tented settlements	Resmi Olmayan Çadırlarda Yaşayanlar	مقيمون في خيام غير رسمية
9	Immigration to Migration from	Göçmenlik, Göç	هجرة
10	Immigrant: a person who comes to live permanently in a foreign country Emigrant: a person who leaves their own country in order to settle permanently in another.	Göçmen	مهاجر
11	Economic immigrant	Ekonomik Göçmen	مهاجر لأسباب اقتصادية

Tablo 1: Üç Dilde Mülteci Durumlarıyla İlgili Terimler

Yukarıdaki tablo mültecilik terimlerinin, her durum için aynı anlamı sağlamak ve durumlar arasında ayrı ayrı ayırım yapmak için tüm dillerde küresel olarak kabul edilen evrensel şartlar olduğunu göstermektedir. Her terim siyasi, ekonomik veya iklimsel nedenlerden dolayı belirli bir iltica durumunu açıklamaktadır.

Tablo 2: Mülteci, Sığınmacı, Göçmen, Ülke içinde Yerinden Olmuş Kişi, ve Gayri Resmi Çadır Yerleşimi (ITS) ile arasındaki fark nedir?

#	Kelime	Anlam
1	Mülteci	<i>"İrki, dini, milliyeti, belli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri nedeniyle zulüm göreceği konusunda haklı bir korku taşıyan ve bu yüzden ülkesinden ayrılan ve korkusu nedeniyle geri dönemeyen veya dönmek istemeyen kişi".</i> (1951 Birleşmiş Milletler Anlaşmasına göre mülteci tanımı)
2	Sığınmacı	<i>"Yukarıdaki nedenlerden dolayı ülkesini terk eden ve henüz sığınma talebi, kaçtığı ülkenin yetkilileri tarafından 'soruşturma' safhasında olan kişidir".</i> (Birleşmiş Milletlere göre sığınmacı tanımı) Burada, sığınmacıların ülkelerini mülteci oldukları ve mülteci olarak uluslararası koruma aradıkları gerekçesiyle terk etmeleri, ancak statülerinin henüz resmi olarak tanınmadığı durumu söz konusudur. <i>"Herkesin zulüm karşısında başka ülkelere sığınmacı ve bu ülkelerce sığınmacı işlemi görme hakkı vardır."</i> (İnsan Hakları Evrensel Bildirisi, sığınma hakkı (madde14/1)).
3	Göçmen	<i>"Ülkesinden ekonomik veya diğer nedenlerle gönüllü olarak ayrılan kişi demektir. Yani göçmenler ülkelerini kendi istekleri doğrultusunda terkederken, mülteciler ülkelerini terketme zorunda kalan ya da terk ettirilen kişilerden oluşmaktadır."</i> (Birleşmiş Milletlere göre göçmen tanımı) Göçmenin, iş veya eğitim veya başkalarını arama gerekçesiyle ülkesini gönüllü olarak terk eden ve başka bir ülkeye o ülkenin yetkililerinin bilgisi ve izni ile yerleşen ve adaletsizlik veya zulüm nedeniyle ülkesinden kaçmayan kişi olduğu anlamına gelmektedir.
4	Kendi Ülkeleri İçinde Yerinden Edilmiş Kişiler	<i>"Kendi ülkeleri içinde yerinden edilmiş insanlar, güvenli bir yer bulmak için bir ülke sınırını geçmemiştir. Mültecilerde olduğunun aksine, onlar kendi ülkeleri içinde kaçmaktadırlar."</i> (Birleşmiş Milletlere göre Kendi Ülkeleri İçinde Yerinden Edilmiş Kişiler tanımı) Komşu ülkelerin ulusal sınırlarını aşmayan ve ülkelerinin içinde kalan insanlardır. Ancak, yaşadıkları yer dışında başka bir yere yerleştirilirler ve mülteci sayılmamaktadır.
5	Resmi Olmayan Çadırlarda Yaşayanlar (Informal-Tented-Settlements ITS)	Bu isim Ürdün'e gelen ve çadırlarda yaşayan bir çok Suriyeliye verilmiştir. Formel olarak kurulmuş mülteci kamplarında ikamet edemeyen veya bulunamayan ve ev sahibi topluluklarda düzenli konut çözümleri sağlayamayan Suriyeli mülteciler için, Resmi Olmayan Çadırlı Yerleşimler (ITS), özellikle en savunmasız, fakir ve yerlerinden edilmiş Suriyeli haneler için varsayılan seçenek haline gelmiştir (Reliefweb, 2014). Resmi Olmayan Çadırlar'ın yerleşim yerlerinin, şehir merkezlerinden uzak olması nedeniyle, sakinleri genellikle mültecileri hedef alan yardım kuruluşlarının çoğunluğunun kapsamı dışında kalmaktadır. Sonuç olarak, en büyük ihtiyaçlara sahip olanlar arasında yer almaktadırlar. Yaşam alanlarındaki su eksikliği, hijyen ve sanitasyon altyapı yetersizliği nedeniyle, suya erişim sakinler için kalıcı ve büyük bir zorluktur (Acted, 2018).

Yukarıdaki tablo, uluslararası tanımlara göre en çok iltica ile ilgili dört terimin anlamlarını açıklamaktadır. Ayrıca "Resmi Olmayan Çadırlarda Yaşayanlar" ın beşinci terimini de açıklar. Bu terim, Ürdün'e geldiklerinde mülteci kamplarında yaşamak veya sığınma başvurusu yapmak yerine çadırlarda yaşamaya tercih eden Suriyelileri tanımlamak için konulmuştur.

1.1 Mültecilerle İlgili Uluslararası Kanunlar

1.1.1. 1948 İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi - insan hakları tarihinin en önemli dokümanıdır - dünyanın her yerinden çeşitli yasal ve kültürel kökenlerden gelen temsilciler tarafından hazırlanmış ve 10 Aralık 1948 tarihinde Paris'te toplanan genel kurulda, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi 217 Sayılı Genel Kurul Kararı olarak kabul edilmiştir (Universal Declaration Human Right, 1948).

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 14. Maddesinde, insanların diğer ülkelere sığınma taleplerinin karşılanması kabul etmeleri kabul edilmiştir.

Madde 14: 1. Herkesin zulüm altında başka ülkelere sığınma haklarından yararlanma hakkı vardır. 2. Gerçekten siyasi nitelik taşımayan suçlardan veya Birleşmiş Milletlerin amaç ve ilkelerine aykırı eylemlerden doğan kovuşturma durumunda bu haktan yararlanılamaz.

1.1.2. 1951 Mültecilerin Statüsüne İlişkin Sözleşme

1951 Mülteci Sözleşmesi, bu çalışmanın da temel dayanaklarından birini oluşturan yasal bir belgedir. 145 taraf devlet tarafından onaylanan “mülteci” terimini tanımlar ve yerlerinden edilmiş kişilerin haklarının yanı sıra devletlerin onları koruma konusundaki yasal yükümlülüklerini belirtir. BMMYK (Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Kurulu) 1951 Sözleşmesi ve 1967 Protokolünde ‘vasi’ olarak hizmet vermektedir. Sözleşmeye göre, devletlerden mültecilerin haklarına saygı duyulması ve korunmasını sağlamak için işbirliği yapmaları beklenmektedir.

1.1.3. 1967 Mültecilerin Statüsüne Dair Protokol

Mültecilerin Statüsüne Dair Protokol 4 Ekim 1967 tarihinde yürürlüğe girmiş uluslararası mülteci hukuku açısından önemli bir antlaşmadır. 146 ülke protokole taraf olmuştur. 1951 Birleşmiş Milletler Mültecilerin Statüsüne İlişkin Sözleşmenin "1 Aralık 1951 tarihinden önce gerçekleşen olaylar" ve taraf olan ülkelere, "Avrupa'da Gerçekleşen

Olaylar" veya "Avrupa'da Ve Dünyanın Geri Kalanında Yaşanan Olaylar" başlıklarında mülteci statüsünü kısıtlarken, 1967 Protokolü hem coğrafi hem zamansal kısıtlamaları kaldırmıştır. Bu dönemde gerçekleşen dekolonizasyon nedeniyle kısıtlamaların kaldırılması gerekmiştir. Protokol böylelikle daha önce 1951 Sözleşmesine taraf olup mültecilere coğrafi sınırlama getirmiş ülkelere bunu geri çekme şansı vermiştir (BMMYK).

1.1.4. 1969 Afrika Birliği Örgütü (Afrika'daki Mülteci Sorunlarının Özel Yönlerini Düzenleyen Sözleşmesi)

Bu sözleşme, Devlet ve Hükümet Başkanları Kurulu tarafından örgütün Altıncı Olağan Oturumunda kabul edilmistir (Addis Ababa, 10 Eylül 1969). Afrika'daki mülteci sorunlarının çeşitli yönlerini düzenleyen anlaşmadır. Cezayir, Angora, Benin, Botsvana, Burkina Faso, Burundi, Kamerun, Yeşil Burun Adaları, Orta Afrika Cumhuriyeti, Çad, Kongo, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Fildişi Sahili, Cibuti, Mısır, Ekvator Ginesi, Etiyopya, Gabon, Gambiya, Gana, Gine, Gine Bissau, Kenya, Lesotho, Liberya, Libya Arap Jamahiriya, Madagaskar, Malawi, Mali, Moritanya, Mauritius, Fas, Mozambik, Nijer, Nijerya, Ruanda, Senegal, Seyşeller, Sierra Leone, Somali, Güney Afrika, Sudan, Svaziland, Tanzanya, Togo, Tunus, Uganda, Zambiya ve Zimbabve onaylayarak, bu Sözleşme'yi imzalamış bulunmaktadır (Refworld.org).

Afrika Birliği Örgütü (OAU) tarafından kabul edilen “Mülteci” tanımı, zulmün mülteciliğin temel bir kriteri olduğu yönündeki tek belirgin zorunluluktur. Bu tanım, Birleşmiş Milletler'in zulmüne dayalı anlatım dilini birleştirdikten sonra, şunu söylemektedir (Shacknove, A, 1985):

“Mülteci” terimi, dış saldırganlık, işgal, yabancı hakimiyeti veya menşe veya milliyet ülkesinin bir kısmında veya tamamında kamu düzenini ciddi şekilde rahatsız eden olaylara sahip olan ve onun yerini terk etmeye zorlanan ve vatandaşı olduğu ülke dışında başka bir yere sığınan kişiye uygulanır.”

1.1.5. 1984 Cartagena Mülteciler Bildirisi (Latin Amerika'da)

Cartagena Mülteciler Bildirisi mültecileri korumak için imzalanmış, bağlayıcılığı olmayan, bölgesel bir belge olup 1984 yılında 10 Latin Amerika ülkesinden (Belize, Kolombiya, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras, Meksika, Nikaragua, Panama ve Venezuela) delegelerin katılımıyla kabul edilmiştir.

Bildiri Cartagena, Kolombiya'da 19 ve 22 Kasım 1984 tarihleri arasında gerçekleşen "Orta Amerika, Panama ve Meksika'daki Mülteciler ve Yurtsuz Kişilerin Uluslararası Alanda Korunması" konulu seminerin sonucudur. Bildiri, 1951 Mülteci Sözleşmesi ve 1967 Protokolünü yakından takip eden “Contadora Barış ve İşbirliği Hükümü” Belgesinin devamlılığı niteliğini taşımaktadır. Bildiri sığınma hakkının ve sürekli çözümlerin önemini yeniden belirtmekte olup, mültecilerin ülkesine geri gönderilmesine şiddetle karşı çıkmaktadır (BMMYK, 1984 Cartagena Mülteciler Bildirisi).

1.2 Mültecilerle İlgili Uluslararası Kurumlar

1.2.1 Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK)

Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği Bürosu (United Nations High Commissioner for Refugees-UNHCR), 14 Aralık 1950'de Birleşmiş Milletler Genel Meclisi tarafından kurulmuştur. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK) ofisi, İkinci Dünya Savaşı sonrasında, evlerinden kaçan ya da kaybedilen milyonlarca Avrupalıya yardım etmek amacıyla kurulmuştur.

BMMYK, mültecileri korumak amacıyla yapılan uluslararası hareketleri düzenlemek, onlara liderlik etmek ve dünya çapındaki mülteci sorunlarını çözmekle yetkilendirilmiştir. Asıl amacı, mültecilerin haklarını ve refahını savunmaktır. 1960'larda, Afrika'nın dekolonizasyonu, o kıtanın sayısız mülteci krizinin ilki olmuştur. 21. yüzyılın başlangıcı, BMMYK'nın Afrika, Orta Doğu ve Asya'daki büyük mülteci krizlerine yardımcı olduğunu ortaya koymuştur (UNHCR.org).

1.2.2 Uluslararası Göç Örgütü

Uluslararası Göç Örgütü (International Organization for Migration-IOM) acil durumlarda yardım, mültecilerin yeni bir ülkeye yerleştirilmesi, gönüllü geri dönüşlere yardım, göçmen sağlığı, para gönderme ve yasal göç seçeneklerinin desteklenmesi gibi alanlarda faaliyet gösteren uluslararası bir örgüttür.

Merkezi İsviçre'nin Cenevre şehrinde bulunan, hükümetlerarası bir kuruluş olan IOM, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerden toplam 132 üye devletten oluşmaktadır. 1951 yılında Intergovernmental Committee for European Migration (ICEM) adıyla II. Dünya Savaşı'ndan etkilenerek göç eden insanlara yardım etmek amacıyla kurulan örgüt, daha

sonra isim değiştirerek bugünkü halini almıştır. Örgütün resmi dilleri İngilizce, Fransızca ve İspanyolcadır (IOM.com).

1.3. Dünyada İltica Tarihi

1940 - 2015 arasında, dünya 75 yıl boyunca büyük bir mülteci krizine tanık olmuş ve çok sayıda mülteci ve yerinden edilmiş insan ortaya çıkmıştır.

Aşağıdaki tablolar, II. Dünya Savaşı'ndan Suriyeli mülteci krizine kadar olan krizleri düzenlemiştir (DePillis vd., 2015):

Tablo 3: II. Dünya Savaşı ve yerinden edilmiş kişilerin sayıları üzerine sonuçları 1940-1950

#	Dönem	Yılların Sayısı	Kriz	Ülke İçinde Yerinden Olmuş Kişi Sayısı
1	1940-1945	5 yıl	II. Dünya Savaşı	40 Milyon Avrupalı
2	1945- 1950	5 yıl	II. Dünya Savaşı Sonrası	13 Milyon; Sovyetler Birliğinde, Çekoslovakya ve Polonyada
3	1945- 1950	5 yıl	II. Dünya Savaşı Sonrası	11.3 Milyon,Avrupa ülkelerinden Almanya'ya işçi göçü
4	1948-1950	2 yıl	II. Dünya Savaşı Sonrası	1 Milyon Rus, Ukraynalı ve Belarus
Yerinden edilen kişilerin toplam sayısı: 65,3 Milyon				

Tablo 3: II. Dünya Savaşı ve yerinden edilmiş kişilerin sayıları (1940-1950)
<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/explaining-the-syrian-conflict/>

İltica tarihi yeni bir tarih değildir, ancak İkinci Dünya Savaşı'nın başladığı ve yaklaşık beş yıl sürdüğü 1940'lardan itibaren başladı, bu süre zarfında yaklaşık 40 milyon Avrupalı yerinden edilmiştir ve daha sonra da Çekoslovakya, Polonya ve Sovyetler Birliği'nden 13 milyonu yerinden edilmiştir. 11,3 milyon Avrupalı Almanya'ya sığınmıştır. Ayrıca bir milyon Rus, Ukraynalı ve Belarus'da yerinde edilmiştir.

Tablo 4: Asya Krizleri ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları üzerine sonuçları 1947-1960

#	Dönem	Yılların Sayısı	Kriz	Ülke İçinde Yerinden Olmuş Kişi Sayısı
1	1947	-	Hindistan ve Pakistan'ın Bölünmesi	14 milyon Hintli ve Pakistanlı
2	1948- 1950	2 yıl	İsrail'in kuruluşu	İşgal altındaki Filistin şehirlerinden 750.000 Filistinli, Batı Şeria, Gazze Şeridi, Ürdün, Suriye ve Lübnan'a
3	1950-1954	4 yıl	Çin Kültür Devrimi	Çin'den Hong Kong'a 385.000 siyasi muhalif
4	1954- 1956	2 yıl	Kuzey Vietnam'ın Komünist Hükümetinin Kurulması	Kuzey Vietnam'dan Güney Vietnam'a 1 Milyon Roman Katolik
5	1956	-	Macar Ayaklanması'nın Sovyetlerce Bastırılması	200.000 Macar, Avusturya Yugoslavya'ya
Yerinden edilen kişilerin toplam sayısı: 16.335 Milyon				

Tablo 4: Asya Krizleri ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları (1948-1960)
<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/explaining-the-syrian-conflict/>

1947-1960 yıllarından itibaren Asya'da insanlık tarihinde bir yerinden olma dalgasına neden olan olaylar başlamıştır, bunun başlangıcı milyonlarca Hintlinin ve Pakistan'ın yerinden edilmesi ve daha sonra yerinden edilmeye sonuçlanan İsrail'in kurulması yüz binlerce Filistinlinin Ürdün, Suriye, Lübnan, Gazze ve Batı Şeria'ya gönderilmesinin ardından Çin'den Hong Kong'a ve Kuzey'den Güney Vietnam'a, yüzbinlerce kişi ise Macaristan ve Avusturya'dan Yugoslavya'ya göç etmiştir.

Tablo 5: Krizler ve Yerlerinden Edilmiş Kişilerin Sayılarıyla İlgili Sonuçları
1960-2000

#	Dönem	Yılların Sayısı	Kriz	Ülke İçinde Yerinden Olmuş Kişi Sayısı
1	1960	-	Cezayir Kurtuluş Savaşı	1.2 Milyon Cezayirli hem ülke içinde yerinden olmuş hem de Fas ve Tunus'a
2	1960-1964	4 Yıl	Belçika Destekli Hutu Darbesi	Ruanda'dan Burundi, Kongo ve Uganda'ya 150.000 Tutsi
3	1965-1972	7 Yıl	Vietnam Savaşı	Güney Vietnam'dan Kuzey Vietnam'a 2.7 Milyon Vietnamlı
4	1967	-	Arap İsrail Savaşı	Batı Şeria ve Gazze'den Ürdün, Suriye ve Mısır'a 300.000 Filistinli
5	1967	-	Nijeryalı-Biafran Savaşı	2 Milyon Nijeryalı
6	1971	-	Bangladeş Bağımsızlık Savaşı	Doğu Pakistan'dan Hindistan'a 10 Milyon Bengali
7	1972	-	Uganda Kovma Emri	Uganda'dan İngiltere, Kanada ve Hindistan'a kadar 50.000 Güneyli Asyalı
8	1974	-	Laos İç Savaşı	Laos'tan Tayland'a 120.000 Hmong
9	1975-1995	20 Yıl	Vietnam Savaşı	Vietnam'dan Hong Kong, Malezya, Endonezya ve Tayland'a 800.000 Vietnamlı
10	1976-1985	9 Yıl	Kamboçya İç Savaşı	375.000 Kamboçyalı hem Tayland'a hem de ülke içinde yerinden olmuş
11	1976-1992	6 Yıl	Mozambik'te İç Savaş	5,7 Milyon Mozamb hem Malavi'e hem de ülke içinde yerinden olmuş
12	1977-1979	2 Yıl	Somali'nin Etiyopya işgali	Etiyopya'dan Somali'ye 620.000 kişi
13	1978	-	Birmanyalı Kovma	Burma'dan Bangladeş'e 150.000 -250.000 Rohingya halkı
14	1978-1984	6 Yıl	Eritre'nin Etiyopya İşgali	Etiyopya'dan Sudan'a 500.000 Eritreli
15	1979	-	Rodezya'da beyaz Milliyetçi Egemenliğe Karşı İsyan	Rodezya'dan Mozambik, Botswana ve Zambiya'ya 210.000 insan
16	1979	-	Afganistan'ın Sovyet İstilasası	İran ve Pakistan'a 6.3 Milyon Afgan
17	1980-1988	8 Yıl	İran - Irak savaşı	İran'a 600.000 Iraklı
18	1981-1989	8 Yıl	Orta Amerika'da İç Savaşlar	Nikaragua, El Salvador ve Guatemala'dan Honduras, Belize, Kosta Rika ve Meksika'ya 2 Milyon.
19	1989-1993	4 Yıl	Gürcistan'da Ayrılıkçı Kavga	Abhazya ve Osetya'dan Gürcistan ve Rusya'ya 320.000 Gürcü
20	1989-1998	9 Yıl	Kosova'nın Bağımsız Statüsünü Sırp İptali	Kosova'dan Batı Avrupa'ya 350.000 Kosovalı Arnavut

21	1990	-	Ermenistan ile Azerbaycan arasında Negron-Karabağ ile Savaş	Negron-Karabağ'dan Ermenistan ve Azerbaycan'a 800.000 Ermeni ve Azerbaycanlı
22	1991	-	Irak'ta Isyancı Hareketi Bastırma	1.82 Milyon Iraklı ve Kürt, Irak'tan Irak, Türkiye ve İran'ın diğer bölgelerine
23	1991	-	Çeçenistan Bağımsızlığını İlan Etti	Rusya Federasyonu'nun diğer bölgelerine 150.000 Çeçenistan olmayan
24	1991	-	Bağımsızlık savaşı ve daha sonra Hırvatistan'da etnik temizlik	Hem iç hem de komşu ülkelere 550.000 Sırp ve Hırvat
25	1991-1992	1	Burma hükümeti tarafından zulüm	Burma'dan Bangladeş'e Rohingya'dan 250.000 kişi
26	1992	-	Tacikistan'da İç Savaş	Tacikistan'dan komşu ülkelere 600.000 Tacik, Rus ve Özbek
27	1994	-	Ruanda soykırımı	3,5 Milyon Ruanda; 2 Milyon mülteci ve 1,5 Milyonu Ruanda'dan Zaire, Tanzanya, Burundi ve Uganda'ya
28	1994	-	Rus Çeçen Bağımsızlık Hareketi'nin Önlenmesi	Çeçenistan'dan İnguşetya, Dağıstan ve Kuzey Osetya'ya 250.000 Çeçen
29	1994-1995	1	Bosna-Hersek'te Yugoslavya'nın dağılmasının çatışması	2,5 Milyon Müslüman ve Hırvat Bosna-Hersek'ten Almanya'ya, komşu ülkelere ve Bosna-Hersek'e
30	1998-1999	1	NATO, Sırp Kosovalı Arnavutlara yönelik baskılarına tepki olarak hava saldırıları düzenlemişti	Kosova'dan Arnavutluk, Makedonya, Karadağ ve Batı Avrupa'ya 800.000 Kosovalı Arnavut
31	1999	-	Doğu Timor'un Endonezya'daki baskılanması	540.000: yarısı ülke içinde yerinden olmuş ve yarısı Batı Timor'a
32	1999	-	Çeçenya'da çatışması	Çeçenistan'dan İnguşetya ve Gürcistan'a 200.000 Çeçen
Yerinden edilen kişilerin toplam sayısı: en az 46,5 milyon				

Tablo 5: Krizler ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları (1960-2000)

<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/explaining-the-syrian-conflict/>

Krizler devam etmiştir ve 1960-2000 dönemi yerinden edilme vakalarıyla doluydu. Dünyanın dört bir yanından birçok ülkeden yaklaşık 46,5 milyon insanın yerinden edilmesiyle sonuçlanmıştır.

Tablo 6: Krizler ve Yerlerinden Edilmiş Kişilerin Sayıları 2000'den Günümüze

#	Dönem	Yılların Sayısı	Kriz	Ülke İçinde Yerinden Olmuş Kişi Sayısı
1	2000-2015	15 Yıl	Kolombiya'da sivil çatışma: hükümet ve asi güçler arasında uzun süredir devam eden çatışma	5.841.040 kişi yerinden olmuş
2	2003-2015	12 Yıl	ABD Irak işgali	Irak'tan hem iç hem de komşu ülkelere 1,9 Milyon Iraklı
3	2012-2015	3 Yıl	Burma'da Baskı	891.000 Birman halkı mülteci veya ülke içinde yerlerinden edilmiş, veya tamamen vatandaşlık olmadan askeri rejimin Rohingya da dahil olmak üzere etnik azınlıklara zulmetmesi nedeniyle
4	2013-2015	2 Yıl	Güney Sudan iç savaşı	2.230.000 kişi
5	2011-	Devam ediyor	Suriye'de Savaş	12 Milyon (7,6 milyon insan dahili olarak yerinden olmuş ve Türkiye, Ürdün, Lübnan ve Batı Avrupa'da 4,1 Milyon mülteci).
Yerinden edilen kişilerin toplam sayısı: 22.86204 Milyon				

Tablo 6: Krizler ve Yerlerinden Edilmiş Kişilerin Sayıları 2000'den Günümüze
<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/explaining-the-syrian-conflict/>

2000'den günümüze savaşlar ve krizler 22.86 milyondan fazla insanın yerinden edilmesine ve iltica edilmesine neden olmuştur. En önemlisi Kolombiya'da 5.841 milyon insanın yerinden edilmesine yol açan 15 yıllık iç savaş ve 1.9 milyon Iraklının yerinden edilmesiyle Orta Doğu'yu etkileyen krizlerden biri olan Irak'ın 2003 işgali ve üç yıl olmuştur. Roma'daki baskının binlerce yerinden edilmiş insanla sonuçlanmıştır ve Güney Sudan'daki iç savaş iki milyon insan tarafından yerinden edilmiştir. Arap Baharı'nda başlayan ve bugüne kadar süren Suriyeli mülteci krizine gelince, komşu ülkelere ve Avrupa'ya 12 milyon kişi ve yaklaşık 4 milyon mülteci gelmiştir ve şu ana kadar bu kriz sona ermemiştir.

1.4. Dünyadaki En Büyük 5 Mülteci Krizi

Dünyadaki tüm mültecilerin üçte ikisi sadece beş ülkeden gelmektedir: Suriye, Afganistan, Güney Sudan, Myanmar ve Somalidir (unrefugees, 2019).

Tablo 7: En Büyük 5 Mülteci Krizi

#	Kriz	Sonuçları	Nedeni
1	Suriye	6,7 Milyon mülteci	Mart 2011'de savaştan sonra
2	Afganistan	Yaklaşık 2,7 Milyon insan ülkeyi İran, Pakistan veya Avrupa'ya bırakmak zorunda kalmıştır.	işsizlik, güvensizlik ve siyasi istikrarsızlık
3	Güney Sudan	2,3 Milyon mülteci. Komşu ülkelere geçmek zorunda kalan yaklaşık 2,3 Milyon insan da dahil olmak üzere 4 Milyondan fazla insan evlerinden tahrip edilmiştir.	2013 yılında iç savaş
4	Myanmar	1,1 Milyon mülteci ve yaklaşık 932.000 Rohingya Bangladeş'e sığınmıştır.	Myanmar'ın Kuzey Rakhine Eyaletinde Ağustos 2017'de şiddet ve zulüm
5	Somali	Afrika Boynuzu ve Yemen'deki mülteci kamplarında yaşayan yaklaşık 1 Milyon mülteci ve birkaç ülke içinde yerinden edilmiş kişi.	Kuraklık ve sel gibi yirmi yıllık sürekli doğal afetler

Tablo 7: En Büyük 5 Mülteci Krizi

<https://www.mercycorps.org/articles/worlds-5-biggest-refugee-crises>

Şu anda, insanlığın yaşadığı en önemli beş yerinden etme krizi Suriyeli mülteci krizi, Afganistan savaşının sonuçları, güney Sudan'daki iç savaşın sonuçları, Myanmar'daki Rohingya baskısı ve Somali'deki onlarca yıl süren kuraklık ve doğal afetler iltica ve yer değiştirmeye neden olmaktadır.

Suriye'deki çatışma 12 milyon insanı yerinden etmiş ve II. Dünya Savaşı'ndan bu yana Avrupa'yı vuran en büyük mülteci dalgasını yaratmıştır. Ancak son yarım yüzyılda, dünyadaki diğer olaylar da savaştan ve zulümden kaçmak için milyonlarca insanı zorlamıştır (DePillis vd., 2015).

İKİNCİ BÖLÜM

ARAP DEVRİMLERİ VE SURİYE'YE ETKİLERİ

Bu bölümde Arap Devrimleri ve Suriye'ye Etkileri ele alınmıştır. "Arap Baharı" tanımı, 2011 Arap Devrimleri: Tunus Yasemin Devrimi, Mısır 25 Ocak Devrimi, Libya İç Savaşı, Yemen Gençlik Devrimi bu kapsamda incelenmeye çalışılmıştır.

Ayrıca, Suriye 2011 savaşıdan öncesi için de; Hama katliamı, Şam Baharı 2000-2001, Şam Bildirgesi 2005-2008 dönemleri incelenmiştir. 2011 Suriye savaşının boyutları ve Arap devrimlerinden ayıran unsuru anlamak için, bu iç savaşla ilgili her ayrıntıya yer verilmiştir. Bu iç savaşın sonucu olarak: Ürdün ve Türkiye'ye kaçan çok sayıda Suriyeli mültecinin Ürdün ve Türkiye'deki mülteci kampları değerlendirmeye alınmıştır.

2.1. Arap Baharı

Arap Devrimleri, 2010 sonlarında ve 2011 başlarında bir dizi Arap ülkesinde başlayan ayaklanmalardır. Ayaklanmalar Cumhuriyet rejimindeki ülkelerle sınırlı kalmış ve monarşik rejime sahip Arap ülkelerinde, uygulanan ağır baskılar sorunucu herhangi bir protesto gerçekleşmemiştir.

2011'den beri Arap dünyası, otoriter iktidar yapılarına karşı popüler hareketlerle siyasi bir dönüşüm süreci yaşamaktadır. Arap halkları demokratik ve ekonomik haklar ve özgürlük taleplerini sokak yürüyüşleri ve otoriter iktidar yapılarına itiraz ederek ifade etmeye başlamışlardır. Tek Adam rejiminine karşı, insan haklarını korumak, siyasi özgürlükleri ve gelirlerin adil paylaşımını sağlamak ve işsizliği ortadan kaldırmak için değişim istenmektedir. İdarenin değişmediği Arap ülkelerinde, hükümetler halkın ayaklanmaya kalkışmasını engellemek için siyasi reformlara ve ekonomik desteği artırma seçeneklerine başvurmuşlardır (Sandıklı ve Semin 2012). Ürdün ve Fas gibi monarşik rejime sahip ülkeler, sistemi reforme ederek protestoları kontrol edebilmişlerdir.

Bu devrimlerin ardındaki asıl nedenler, siyasi ve güvenlik kısıtlamalarına ve adil seçim eksikliğine ek olarak, yolsuzluğun yayılması ve kötü yaşam ve kötü ekonomik şartlardır. Köklü rejimlere karşı düzenlenen büyük ölçüde barışçıl gösteriler Mısır ve Tunus'ta hızlı güç aktarımlarına yol açmıştır (Tesch, 2011).

Bu devrimlerin ortak paydası, özgürlük ve reform talepleri olmasına rağmen, vatandaşlık ve devlet arasındaki ilişki, vatandaşlık ve medeni haklara dayanan yeni bir sözleşme temelindeki arayıştır. Öte yandan Bernard Lewis, bazı Arap aydınları ve Thierry Meyssan Arap dünyasının 1916'da imzalanan Sykes-Picot Anlaşmasına benzer bir dönüşüm sürecinde olduğunu iddia etmektedir. Argümanlarını ise "Yapıcı Kaos", "Yeni Orta Doğu" ve "Büyük Orta Doğu" gibi genellikle bazı Amerikalı siyaset bilimcilerin kavramsallaştırmaları oluşturmuştur. Aynı yaklaşımla, Mart 2004'te Bush yönetimi "Büyük Ortadoğu Projesi" terimini kabul etmiştir (Elhousseini, 2014). Bazı medya yazarları da ABD'nin Arap Baharı gösterilerini başlattığını ve bunu beş yıl öncesinden planladığını savunmuştur (Erlich, 2016).

Arap Baharı, ifade özgürlüğünün bastırılması, insan hakları ihlalleri, yanlış ekonomi yönetimi, yolsuzluk ve siyasi muhaliflerin ortadan kaldırılması gibi gerekçelerden ilham almıştır ve bir dizi protesto, ayaklama ve silahlı isyan için kullanılmıştır (Murphy, 2012).

Arap Baharı deyimi 2010 yılı sonlarında Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da hükümet karşıtı protesto ve isyanların bir ifadesiyken, pek çok yorumcu tarafından da asıl nedenin hükümet güçleri tarafından muhalefeti ortadan kaldırmaya yönelik girişimler ya da Ortadoğu'yu bölmek veya petrol fiyatları ile üretimini kontrol altına almak için yapılan girişimler olarak değerlendirilmiştir (Elhousseini, 2014).

Avrupa'daki birçok ülkede bir siyasi karışıklık dalgasının meydana geldiği 1848 Devrimleri'ne gönderme yapılmış (Manfreda, 2019). "Arap Baharı" terimi, Milletlerin Baharı veya Halkların Baharı'ndan esinlenerek dillendirilmiştir. Devrim Avrupa'da 1848'de başlamış ve 23 Şubat 1848'den 1849'un başlarına kadar sürmüştür. Avrupa tarihindeki en bilinen devrimci dalgadır. Bu devrime katılanlar Fransa, Alman devletleri, Avusturya İmparatorluğu, Macaristan Krallığı, İtalyan devletleri, Danimarka, Wallachia/Eflak, Polonya ve diğerleridir (Merriman, 1996).

Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'de de başlayan hareketler benzeri şekilde tetiklenerek sokağa dökülmüştür ve ortak paydayı özgürlük talebi ve vatandaşlar ile devlet arasındaki ilişkinin yeniden biçimlendirilmesi oluşturmuştur. Mutlak Monarşinin sona ermesine yol açan ve temsili demokrasi çağına geçen Avrupa baharın aksine, Arap baharı monarşilerde karşılık bulamamış, Cumhuriyet rejimin olduğu ülkelerde de bir kalkışma olarak tarihe geçmiştir.

Harita 1: Arap Baharı



Harita 1: Arap Baharı: The Economist:
<http://www.islamianaliz.com/ortadogu/>

Yukarıdaki harita Arap Baharını üç düzeyde özetlemektedir (islamianaliz, 2014):

1. Libya, Yemen ve Suriye: Kanlı savaşlar ve çatışmalar olmuştur.
2. Mısır, Tunus: Yönetim değişmiştir.
3. Ürdün, Fas: Rejimler tarafından siyasi reformlar yapılmıştır.

2.1.1 Tunus Yasemin Devrimi

Tunus Yasemin Devrimi, kendisini yakan 26 yaşındaki meyve satıcısı Mohamed Bouazizi'nin etkilediği barışçıl protesto hareketleriyle başlamıştır (Tesch, 2011). Medya tarafından benimsenen hikaye, genç bir seyyar satıcı olan Bouazizi'ye polis tarafından mallarını satmaması gerektiği söylenmiştir (Gire, 2014). Günlük geliri, annesinin ve kardeşlerinin tek geçim kaynağıdır. Rüşvet veremediği için tezgahını teslim etmeyi reddetmiş ve bunun sonucunda bir polis memuru onu tokatlamıştır. Kendini aşağılanmış hissetmenin ardından bir hükümet binası önünde kendisini yakarak intihar etmiştir (NPR, 2011). Bu olaydan sonra, “Yasemin Devrimi” olarak adlandırılan protesto gösterileri ülke geneline yayılmıştır. Devrim, eski Devlet Başkanı Zeynel Abidin bin Ali'nin istifa ederek Tunus'tan ayrılmasıyla sonuçlanmıştır (Tesch, 2011).

Tablo 8: Yasemin Devrimi Zaman Çizelgesi 2010-2011

#	Tarih	Olay
1	17 Aralık 2010	26 yaşındaki meyve satıcısı Muhammed Bouazizi, polis tarafından küçük düşürüldükten sonra kendisini yakmıştır. Hükümete karşı düzenlenen gösteriler, Sidi Bouzid kasabasında yayılmıştır.
2	24 Aralık 2010	Bir hafta sonra Menzel Bouziane kasabasında polis tarafından hükümete karşı gösteri düzenlenmiştir.
3	28 Aralık 2010	Tunus Cumhurbaşkanı Zeynel Abidin Bin Ali, protestoları kınayan televizyonda yaptığı konuşmada göstericilerin aşırılık yanlıları olduğunu söylemiştir.
A	12 Ocak 2011	Bin Ali, İçişleri Bakanı Rafik Belhaj Kacem'i, Tunus'taki huzursuzluğu ele alma konusundaki uluslararası eleştirilere bir yanıt olarak, görevden almıştır, ancak bu da gösterileri kontrol edememiştir.
5	13 Ocak 2011	Bin Ali, televizyonda yaptığı konuşmada 2014 yılında görev süresinin sonunda yeniden seçilmeyeceğini açıkladı ve çeşitli siyasi, ekonomik ve sosyal reformlar yapma sözü vermiştir. Protestocular, bu davranışı, iktidarda kalmak için taktik olarak kabul etmiştir.
6	14 Ocak 2011	Çatışmaların şiddetlenmesi sonucu Bin Ali olağanüstü hal ilan etmiş ve altı ay içinde seçim vaad etmiştir. Bu da etkisiz kalınca Bin Ali ve ailesi Tunus'tan kaçmıştır.

Tablo 8: Yasemin Devrimin Zaman Çizelgesi 2010-2011
<https://www.britannica.com/event/Jasmine-Revolution>

2.1.2 Mısır 25 Ocak Devrimi

Tunus'a benzer şekilde Mısır'daki protestolar 8 Haziran 2010'da başlamıştır. Olaylar, Dubai'deki Google pazarlama yöneticisi Wael Ghonim'in Mısır polisi tarafından vahşi şekilde dövülerek öldürülen 28 yaşında Khaled Mohamed Said'e ait kanlı ve şekilsiz yüzünün görüntüsünü bulması ve Ghonim'in, "Hepimiz Khaled Said" adlı bir Facebook sayfası açması ile başlamıştır. Facebook sayfası açıldıktan iki dakika sonra 300 kişi katılmış ve üç ay sonra bu sayı 250.000'e ulaşmıştır. Bu, insanları Kahire şehir merkezindeki Tahrir Meydanı'nda büyük ve tarihi bir mitingle sonuçlanan bir dizi "Sessiz Duruşlar" başlatmaya yönlendirmiştir (Shearlaw, 2016).

Temmuz 2019'da sayfa 3.567.712 beğenme sayısına ulaşmıştır. (facebook.com/ElShaheed). Mısır hükümeti eylemcilerin internet erişimini engellemeye çalışmıştır (Dainotti vd., 2011).

Mısırlıların eski cumhurbaşkanı Mübarek'e karşı ayaklanmasına neden olan teşvik edici unsurlar Tunus'taki eylemcilerin talepleri ile aynıdır: Yürürlükte olan Anayasa'daki (1) sınırlı ifade özgürlüğü, acil durum yasaları ve polis şiddeti, (2) yaşam standartlarından ve

düşük ücretlerden, pahalı gıda fiyatlarından memnuniyetsizlik, (3) sürekli işsizlik ve kalifiye iş eksikliği ile mutsuzluk, (4) çok çalışanlar için fırsatları sınırlandıran yolsuzluk, suç oranlarından duyulan rahatsızlık (Ianchovichina, 2018). Mısır devrimi 2 hafta 3 gün sürmüş ve Mübarek hükümetinin devrilmesine yol açmıştır.

2.1.3 Libya İç Savaşı ve Rejimin Çöküşü

Yemen ve Libya, son derece istikrarsız siyasi yönetimi olan iki ülkedir. Tunus ve Mısır, fiilen tek partili bir sistemdir. Yemen ve Libya'da ise herhangi bir olası post-rejim geçiş dönemini devralabilecek tek bir birey, grup, kurum ve hatta kabile bile bulunmamaktadır (Fattah, 2011).

Bu durum, bu ülkelerin istikrarsızlığı olan ülkelere göre daha kanlı bir hale gelmesini sağlamıştır. Libya Devrimi, 15 Şubat 2011'de Muammer Kaddafi'ye sadık kuvvetler ile hükümet karşıtı güçler arasında silahlı bir çatışma olarak başlamıştır. 8 ay, 1 hafta ve 1 gün sürmüştür. 15 Şubat - 20 Ekim 2011 tarihleri arasında yaşanan çatışmalar, Kaddafi'nin, memleketi Surt'ta isyancılar tarafından yakalanıp öldürülmesiyle sona ermiştir (Tesch, 2011).

Muammer Kaddafi'nin ölümü ve Libya üzerindeki yönetiminin sona ermesiyle birlikte, Libya Arap Jamahiriya'sı da çöktü. Ulusal Geçiş Konseyi (NTC) 23 Ekim 2011'de Libya'nın "kurtarıldığını" ilan ederek Kaddafi'nin Libya'daki 42 yıllık liderliğinin sona erdirdiğini resmen ilan etti (Aljazeera, 2011).

2.1.4 Yemen Gençlik Devrimi

Mısır ve Tunus'taki çatışmalardan esinlenerek, baskıyla yoksul ülke üzerinde hüküm süren cumhurbaşkanı Ali Abdullah Saleh yönetiminin sona ermesi talebiyle (Durac, 2018) 2011-2012'de Başkentin "Değişim Meydanı" nda bir araya gelen grup, Ali Abdullah Saleh'in 33 yıllık yönetimini sona erdirmek için oturma eylemleri başlatmışlardır (Hendawi, 2014).

Bu devrim, muhalefet partilerinin yanı sıra 33 yıldır ülkeyi yöneten Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Saleh rejiminin, siyasi, ekonomik ve sosyal reformların değiştirilmesi talebiyle Yemenli gençler tarafından yönetilmiştir. Sistemden ayrılma ve zor yaşam koşullarının iyileştirilmesi talebiyle gösteriler yapan binlerce öğrenci, Sana'a Üniversitesi'nde bir araya gelerek, iktidar ve destekçilerine karşı gösteriler yapmışlardır (Aljazeera, 2011).

Protestolar 1 yıl 1 ay sürmüş; 27 Ocak 2011 - 27 Şubat 2012 tarihleri arasında Körfez ülkelerinin aracılığında ve Suudi Arabistan ile ABD'nin desteği ile Salih istifaya zorlanmıştır (Hendawi, 2014).

2.2.Suriye Arap Cumhuriyeti

Suriye Arap Cumhuriyeti durumunda, bu konuda pek çok faktör rol oynadığı için durum basit değildir. Suriye Arap Cumhuriyeti, Ortadoğu'da, Lübnan'ın Batısında, Güneybatı Filistin'e, Güneyde Ürdün'e, Doğuda Irak'a ve Kuzeyinde Türkiye'ye komşu bir ülkedir.

Harita 2: Suriye ve Çevre Ülkeler Haritası



Harita 2: Suriye ve Çevre Ülkeler Haritası

<https://2009yerelsecimleri.wordpress.com/2018/07/30/ortadogu-haritasi-turkiye-iran-arabistan-urdun-lubnan-afganistan-pakistan-umman-yemen-bae-katar-suriye-irak-filistin-israil/>

Suriye'de yaklaşık dört yüzyıl süren Osmanlı yönetimi, Birinci Dünya Savaşı ile 1916'dan sonra sona erdi, ardından Fransız sömürgesi olarak 1920'de Suriye'de, tam olarak Suriye güçlerinin Maysaloun savaşında yenilmesinden sonra 24 Temmuz günü kurulmuştur. Milletler Cemiyeti 1922'de Suriye'ye resmen izin vermiştir ve Fransa Nisan 1946'ya kadar bölgeyi işgal etmeye devam etmiştir (Historyworld.com).

Suriye, 1946'da II.Dünya Savaşı'ndan sonra ve yıllarca süren Fransız yönetiminden sonra bağımsız bir cumhuriyet olmuş, ancak demokratik yönetim Mart 1949'da ABD destekli bir darbe ile sona ermiş, aynı yıl yapılan iki darbe daha bunu izlemiştir (Little, 1990). Şimdi Suriye 14 valilikten oluşmaktadır. Bunlar, Halep, Rakka, Süveyde , Şam, Daraa, Deyrezor, Hama, Haseke, Humus, İdlib, Lazkiye, Kuneytra, Rif Şam, Tartus'tur.

Harita 3: Suriye Haritası



Harita 3: Suriye Haritası (7 Şubat 2018)

<https://www.haberyirmi.net/2018/02/suriye-haritas-son-durum-subat-2018.html>

Suriye, Mezopotamya olarak bilinen bölgenin bir parçasıdır, bölgede Arapça “Resmi”, Kürtçe, Aramice, Süryanice, Ermenice, Türkmence, Çerkesya, İngilizce ve Fransızca ve diğer konuşulan diller olarak da Domari, Çeçen, Turoyo (Surayt)¹, Lomavren ve Afşar bulunmaktadır (Syriahr, 2018).

Suriye Arap Cumhuriyeti Anayasası Suriye'de din özgürlüğünü garanti etmektedir (Sands, 2012). Aleviler, Dürziler, Hristiyanlar, Yahudiler ve Yezidiler gibi birçok din bulunmaktadır (Collelo, 1987).

¹ https://tr.qwe.wiki/wiki/Turoyo_language

<https://www.omniglot.com/writing/turoyo.htm>

Harita 4: Suriye Etnik ve Dini Haritası



Harita 4: Suriye Etnik ve Dini Haritası,

<https://www.haberyirmi.net/2017/09/suriye-etnik-ve-dini-haritas.html>

Tablo 9: Suriye Etnik Yapısı ve Dini Gruplar

DİNİ GRUPLAR		ETNİK YAPISI	
Sünnî (% 74)	Nusayrî (% 12)	% 77-83 Arap	% 2 Ermeni
Hristiyan (% 10)	Dürzî (% 3)	% 7-8 Kürt	% 1 Çerkes
Az sayıda diğer Şîî İslâmî hizipler (İsmailî, Câferî)	çok az sayıda da Yahudî ve Yezidî	% 5-6 Türk	% 1 diğer

Tablo 9: Suriye Etnik Yapısı ve Dini Gruplar

<https://www.haberyirmi.net/2017/09/suriye-etnik-ve-dini-haritas.html>

2.2.1. Suriye'deki Çatışmanın Kökenleri

2.2.1.1 Hama Katliamı

Suriye'de başlayan 2011'deki devrim yeni değildir. Hafız El-Esad Beşar'ın babası Hama'daki Müslüman Kardeşler'e askeri bir baskın emrettiğinde, onbinlerce insanın öldürüldüğü bir katliama tanık olunmuştur (Aljazeera, 2013).

Hama, mevcut Başkan Beşar Esad'ın babası Cumhurbaşkanı Hafız El-Esad'ın 1982 yılında gerçekleştirdiği katliama sahne olurken, Sünni bir isyanı ezmek için şehir yerle bir edilmiş ve yaklaşık 20.000 insan katledilmiştir. 2 Şubat 1982'de başlayan ve 27 gün süren Hama katliamı, bir Arap hükümdarın modern zamanlarda kendi halkına karşı yaptığı en kanlı saldırı olarak kabul edilmiş ve Suriye tarihinin önemli bir katliamı olarak tarihte yer almıştır (Rodrigues, 2011).

2.2.1.2 Şam Baharı

Arap Baharı, Şam'daki ilk bahar değildi; Arap Baharı'ndan önce başlamış ve 2000 yılında bastırılmış “Şam Baharı”, (Damascus Spring, Carnegie) 2000-2001 yıllarında yoğun muhalefet faaliyeti ve Kurtuluş dönemine verilen addı. Şam Baharı, 10 Haziran 2000'de Hafız El-Esad'ın ölümü ve oğlu Beşar Esad'ın yönetiminde olduğu zaman patlak vermiştir.

Hareket, Şam'da bir dizi aydın tarafından başlatılmıştır. Sivil toplum ve reformlar ile ilgili siyasi meseleler hakkında açık tartışmayı teşvik etmek için düzenlenen gayri resmi siyasi forumlar kurulmuştur. Bu forumların en ünlüleri Riad Seif tarafından kurulan Ulusal Diyalog Forumu ve Suhair El-Atassi tarafından kurulan Cemel El-Atassi Forumu idi. Amaçlarına ulaşmak adına Suriye'de sivil toplumu canlandırmak için siyasi reform ve adli işlem talep eden komiteler kurmuşlardır.

Kısa bir dönem sürmüş olmasına rağmen Şam Baharı, Baas'ın iktidara geldiği 1963'ten sonraki en önemli dönemdi. Şam Baharı nedeniyle Suriye, bir dizi aydın tarafından yönetilen kültürel forumların ve toplum örgütlerinin oluşturulduğu benzeri görülmemiş bir tartışma dönemi yaşamıştır.

Şam Baharı, aşağıdan yukarıya doğru değil, tersi şeklinde meydana gelmiştir. Yani, politikacılardan değil, kültürel, ekonomik ve sosyal sektörlerden bireysel ve kolektif girişimlerle gerçekleştirilmiştir. Değişim siyasi partilerden değil kültürel seçkinlerden gelmiştir.

Rejim, forumların varlığını tehdit etmeye yönelik teşvik oluşturacağından korkmaya başlamış, tartışmaların ilerlemesinden, “yolsuzluk, zulüm rejimi” gibi söylemlerden sonra kırmızı çizgilerin aşıldığını düşünerek 2001'de forumları daraltmaya başlamıştır (Bshara, 2013).

Şam Baharı sadece bir yıl sürmüş, bundan sonra Suriye'deki sivil dönüşümlerin seyri tersine dönmüştür. Aralık 2001'de forumların faaliyetlerini kısıtlayan koşullar açıklanmıştır. Forumlarda yapılan seminerler, güvenlik makamlarınca "kırmızı çizgi" olarak görülmüş, düzenleyicilerin 15 gün öncesinden semineri verecek öğretim elemanının adını, metnini ve izleyicilerin adlarını vermeleri zorunlu tutulmuş, daha sonra birçok forumun devam etmesini engelleyen "güvenlik" onayı süreci başlatılmış ve sadece iki forum, Ulusal Diyalog Forumu ve Cemel El-Atassi Forumu bu prosedürlere cevap vermeden çalışmalarına devam etmiştir (Reuters, 2008).

Hükümet daha sonra tüm forumlara Sosyal İşler Bakanlığı'ndan resmi bir lisans verilmesini şart koşmuş ve forumlara lisans başvurusu yaptırılmış, ancak Cemel Al-Atassi Forumu hariç tüm başvurular reddedilmiştir. Cemel El-Atassi Forumu da Suriye'de yasaklanan Müslüman Kardeşler hakkında bir seminer düzenledikten sonra kapatılmıştır ve birkaç üyesi hapsedilmiş, böylece Şam'ın baharı sona ermiştir (Bshara, 2013).

2.2.1.3 Şam Bildirgesi 2005-2008

"Ulusal Demokratik Değişim Şam Bildirgesi" laik bir muhalefet koalisyonudur. Ekim 2005'te çok partili demokrasi talep etmek için birçok muhalif grup ve üye tarafından hazırlanan bir bildirinin adını taşımaktadır. Beşar Esad'ın Cumhurbaşkanlığına gelmesinden sonra 2000 yılında başlayan Şam Baharı topraklarında kurulmuştur. Seküler ve egemen Suriye'deki tüm vatandaşlar arasında demokrasi ve eşitliğe kademeli ve barışçıl bir geçiş çağrısında bulunmaktadır.

Şam Deklarasyonu, 2005 yılında sivil toplumun, İslamcılarının ve liberallerin önde gelen isimlerince imzalanan, Esad ailesi tarafından 41 yıl süren bir yönetimin sona erdirilmesi çağrısında bulunan ve yerini demokratik bir sistemle değiştirmeyi önerene bir belgenin adını almıştır (BBC, 2011).

Şam Bildirgesi üyeleri Suriye rejiminin demokrasi ve siyasi reformun önünde bir engel olduğunu düşünmüştür. Şam Ulusal Konsesi Ulusal Demokratik Değişim Bildirgesi'nin ilk oturumu 1/12/2007 tarihinde yapılmış ve organlar seçilmiştir. Ulusal bir demokratik sistem kurma ve halkın egemenliğine ve iktidarın dolaşımına geri dönme ihtiyacını vurguladığı bir açıklama yapılmış, devlet deklarasyonun çok sayıda kadrosu daha sonra tutuklanmıştır (Damascus Declaration, Carnegie).

2.2.2. Suriye Çatışma Olayları

Suriye olayları, 2011 yılında Suriye'nin bazı bölgelerinde özgürlük arayışındaki spontane barışçıl protestolarla başlamış, yolsuzluk ve diktatörlük karşıtı gösteriler, kısa süre sonra Suriye'nin çoğu bölgesine yayılmıştır. Milyonlarca kişi Suriye içinde yerlerinden edilmiş ve dünyanın çeşitli ülkelerini kaçarak sığınmak zorunda kalmıştır.

Suriye halkı diğer Arap ülkelerindeki devrimlerden etkilenmiş, 17 Şubat 2011'de El-Harika Market başkent Şam'da kapatılmıştır. Tüccarlar ve bölge sakinleri, bir güvenlik görevlisinin bir tüccarın oğluna hakaret etmesinden sonra, toplanmış ve "Suriye halkı aşağılanmayacak!" diye haykırmaya başlamıştır (Aljazera, 2016).

Suriyeli bir vatandaşın trafik polisi tarafından küçük düşürülmesi her zaman karşılaşılan bir durumdur ancak 17 Şubat 2011'de gerçekleşen hakaret daha önce olduğu gibi geçirilmemiştir (Aljazera, 2012). Bunun nedeni, Suriyelilerin, Tunustaki Bouazizi'nin aşağılamayı kabul etmediği ve Bouazizi'nin kendini yakmasıyla başlayan ve diğer Arap ülkelerinde ortaya çıkan devrimlerden etkilenmiş olmalarıdır.

Beş gün sonra onlarca Suriyeli, Libya devrimiyle dayanışma için Şam'daki Libya Büyükelçiliği önünde toplanmıştır. İlk defa, "Halkını Öldüren Bir Haindir!" şeklinde bağırılmış ve bu nedenle de güvenlik güçleri eylemi zorla dağıtmıştır (Aljazera, 2016).

2.2.2.1. Daraa'da "Devrim Kıvılcımı" Hareketi

Devrimin kıvılcımı, Daraa'da Mart 2011 başında, Arap Baharı Hareketi'nden etkilenen bir dizi çocuğun okullarının duvarlarında rejime karşı sloganlar yazmalarıyla ateşlenmiş, çocuklar tutuklanmıştır. Suriye'deki Daraa kenti, Tunus'taki Sidi Bouzid'e benzemektedir, orada başlaya protestolar daha sonra tüm ülkeye yayılmıştır.

Suriyedeki öfke ve sivil itaatsizliğin henüz başında 5 Şubat 2011'de "Öfke Günü" düzenlenmesi konusunda Facebook'ta aktivistlerin bir daveti olmuş, "şiddet ve yolsuzluk" olarak adlandırılan protestolara davet, ilk kamu daveti olarak kabul edilmiştir. Güvenlik gösteri için toplananları engellemiştir (france24, 2011). Protesto gösterilerine davetler Şubat ayı sonuna kadar (kurucularının kimliği özellikle bilinmese de) bir Facebook sayfasından devam etmiştir. Humus, Deraa ve Şam şehirlerinden bir grup aktivist çağırışı yanıtlamıştır. Protestolar, yolsuzluğa, özgürlüğün kısıtlanmasına ve baskıya yöneliktir. Deraa'daki tepkiler, tutuklamalar sonrası şiddetlenmiştir. Bazı aktivistler Facebook'ta Beşar Esad yönetimine bir meydan okuma çağırışı yapmıştır. (facebook.com/Syrian.Revolution).

Tablo 10: Suriye Devrimi'nde Cuma Günü Sembolizmi

#	Tarih	Cuma adı
1	18 Mart 2011	Haysiyet Cuması
2	25 Mart 2011	Süblimasyon Cuması
3	1 Nisan 2011	Şehitler Cuması
4	08 Nisan 2011	İstikrar Cuması
5	15 Nisan 2011	Israr Cuması
6	22 Nisan 2011	En Büyük Cuma
7	29 Nisan 2011	Öfke Cuması
8	06 Mayıs 2011	Mücadele Cuması
9	13 Mayıs 2011	İffetli Suriye Kadınlar Cuması
10	20 Mayıs 2011	Azadi Cuması
11	27 Mayıs 2011	Humat Al-Diyar Cuması

12	03 Haziran 2011	Çocuk Özgürlüğü Cuması
13	10 Haziran 2011	Kabileler Cuması
14	17 Haziran 2011	Şeyh Salih El Ali Cuması
15	24 Haziran 2011	Meşruiyetin Düştüğü Cuması
16	1 Temmuz 2011	Git Cuması!
17	08 Temmuz 2011	"Diyalog için Hayır!" Cuması
18	15 Temmuz 2011	Mahkumların Özgürlüğü Cuması
19	22 Temmuz 2011	Halit Torunlarının Cuması
20	29 Temmuz 2011	"Sessizliğin bizi öldürüyor" Cuması
21	5 Ağustos 2011	"Allah bizimle!" Cuması
22	12 Ağustos 2011	"Allah'a dışında diz çökmeyeceğiz!" Cuması
23	19 Ağustos 2011	Zaferin Haberleri Cuması
24	30 Eylül 2011	Bizim Şam ve Yemen'in Zafer Cuması
25	7 Ekim 2011	"Ulusal Meclis Konseyi beni temsil ediyor" Cuması

Tablo 10: Suriye Devrimi'nde Cuma Günü Sembolizmi

Aktivistler, gösterilere katılım için Facebook çağrısı her Cuma için farklı bir isim kullanmıştır:

Protestolar, 1971'den beri ülkeyi kontrol eden Cumhurbaşkanı Beşar Esad ve ailesine karşıdır ve gençlerin önderliğinde siyasi, ekonomik ve sosyal reformlar talep emektedir. Suriye'de sıklıkla kullanılan "Sadece Allah, Suriye, ve Beşar!" sloganı "Sadece Allah, Suriye, ve Özgürlük!" olarak yer değiştirmeye başlamıştır (BBC, 2011).

Cumhurbaşkanı Beşar Esad liderliğindeki Suriye hükümeti protestolara yüzlerce göstericiyi öldürerek ve daha fazlasını hapsederek yanıt vermiştir. 2011 yılının Temmuz ayında, ordudan kaçanlar, hükümeti devirmeyi amaçlayan isyancı bir grup olan Özgür Suriye Ordusu'nu kurmuşlar ve böylelikle Suriye iç savaşı başlamıştır (Aljazera, 2016).

Facebook'ta aktivist grupları arasında, 4 ve 5 Şubat'ta siyasi ve ekonomik reformlar talep etmek için 'Suriye öfke günü' düzenlenmesi çağrısında bulundukları, elektronik bir savaş yürütülmüştür. Bu çağrı Suriye'de istikrara bir darbe olarak kabul edilmiştir. Sosyal ağ siteleri 2007 yılında Suriye'de engellenmiş, ancak bazı Suriyeli kullanıcılar bu sitelere erişmek için farklı proxy kullanmışlar, bu kullanıcıların sayısının da 400.000 olduğu tahmin edilmiştir. Suriye hükümeti tarafından, resmi bir açıklama yapılmadan, 2011'de YouTube ve Facebook sitelerinde bulunan blok kaldırılmıştır. Ayrıca, onbinlerce Suriyelinin bloğu kırmak için özel programlar aracılığıyla Facebook'a girdiği anlaşılmıştır (BBC, 2011). Birçok rapora göre, bloğun kaldırılması, hükümetin eylemcileri gözlemleme arzusuna ve sosyal medya aracılığıyla neleri ortaya koyup yayınladıklarına bağlanmıştır.

2.2.2.2. Suriye Devriminde Çocuklar

2.2.2.2.1 (2011) Devriminin Kıvılcımı Çocukları

2000 yılında bir grup entelektüelin Şam Bildirgesi ile başlattığı tartışmalarda, 2011'deki Arap Baharı olaylarından çok önce reform ve devrim istedikleri bulunmaktadır. Ancak kıvılcım Tunus ve Mısır'daki devrimlerden etkilenecek 24 Şubat 2011 tarihinde okul duvarına masumca yazılar yazan çocukların yakalanarak işkence ile tırnaklarının sökülmesi sonucu, Daraa'da oluşan büyük infial ile 27 Şubat 2011'de başlamıştır.

Ateşin kıvılcımını başlatan ve tırnakları sökülen çocuklar şunlardır: 1. Muawiya Faisal Sayasnah 2. Yousef Adnan Sweidan 3. Samer Ali Sayasnah 4. Ahmad Jihad Abazid 5. Issa Hassan Abu Al-Sayes 6. Alaa Mansour Arshidat Abazid 7. Mustafa Anwar Abazid 8. Nidal Anwar Abazid 9. Akram Anwar Abazid 10. Bashir Farouk Abazid 11. Nayef Muwafaq Abazid 12. Ahmed Thani Rashedat Abazid 13. Ahmed Shukri Kurds 14. Abdul Rahman Nayef Al-Rashidat 15. Mohammed Ayman Manwar Al-Krad 16. Ahmed Nayef Al-Rashidat Abazid 17. Nabil Imad Al-Rashidat Abazid 18. Mohammad Amin Yasin Al Rashidat Abazid. Çocuklardan biri olan Ahmed Thani Rshidat Abazid, Al-Asadi Hapishanesinde, diğer çocukların serbest bırakılmasından sonra yaklaşık altı ay daha tutulmuştur (vdc-sy.info).

Daraa'da başlayan olaylar sırasında ölen Mahmud Jawabreh ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin eski bir sakini olan Hussam Abdul Wali Ayyash, Suriye devriminin ilk şehitleri olarak kabul edilmiştir. Olaylarda pek çok kişi de gözünü, parmaklarını kaybetmiştir. İkinci gün Daraa'daki erkekler şehitlerin cenazesi için hazırlık yapmaya başlamıştır. Jawabreh ailesinin bir akrabası, Baas Partisi tarafından cenaze alayını kontrol altında tutması için tehdit edilmiş, sakın olmaları tavsiye edilmiş, ancak aile bunu reddetmiştir. Cenazede atılan sloganlar şöyledir: *"Halkını öldüren haindir"*, *"Ah, Maher², korkaksın! Askerlerini Golan'a götür!"*, *"Ölüm ama aşağılama değil"*, *"Onurumuzdan başka bir şey istemiyoruz"* (Hanano, 2012).

² Maher Esad bir asker ve Devlet Başkanı Beşar Esad'ın kardeşidir.

Görsel 1: Muawiya'nın Sloganı: Sıra sende, Doktor!³



Görsel 3: Görselin kaynağı: (AFP)

2.2.2.2.2 Hamza El-Hatib: Devrimin Sembolü

Daraa'nın kırsal kesimindeki Giza kentinden 13 yaşındaki Hamza El-Hatib, kasabasının halkıyla, Daraa halkına kuşatmayı kaldırmak için 29 Nisan'da gösteriye katılmıştır. Gösteri sırasında öldüğü duyurulmuş, önce Daraa Ulusal Hastanesi'ne, oradan da Tishreen Askeri Hastanesi'ne transfer edilmiştir (AlSaeedi, 2011). Hamza'nın cesedi 24 Mayıs Salı günü ailesine teslim edilmiştir (Zamanalwsl, 2015).

Adına "Facebook" da bir sayfa oluşturulmuş, altı saat içinde yedi bin aboneye ulaşmış ve yirmi dört saatten az sürede on altı binden fazla takipçiye ulaşmıştır. Elektronik muhalefet durumundaki web sitelerinin aktivistleri, Hamza'nın intikamını almak için hızlı davranmış, Cumartesi günü bir gösteri yapmak üzere, gece yarısında çağrıda bulunmuşlardır (facebook.com/hamza.alshaheed/).

2.2.2.3 Suriyeli Nüfus

Suriye Ordusu'nun operasyonlarını genişletmesi sonucu Mayıs 2011'den itibaren sınırları aşan binlerce insan Suriye'deki iç savaştan kaçarak Ürdün, Irak, Türkiye ve Lübnan gibi komşu ülkelere sığınmıştır. BMMYK, dünyadaki toplam mülteci sayısının büyük ölçüde Suriyeli mülteci krizi nedeniyle II. Dünya Savaşı'ndan bu yana ilk kez 50 milyondan fazla olduğunu bildirmiştir (Sherwood, 2014).

³ "Doktor" kelimesi Devlet Başkanı Beşar Esad'dan kastedilmektedir.

BMMYK, savaşın başlamasından bir yıl sonra Suriye sınırına yakın Ürdün'de Zaatari Mülteci Kampını açmıştır ve kademeli olarak kamp 80.000 nüfusu kapsayan kalıcı bir yerleşime dönüşmüştür (Schenker, 2015). Kamp açıldığında, 120.000 civarında mültecinin kalması planlanmıştır (BMMYK, 2018).

"Dünya Nüfus Araştırması" na göre, 2012 yılında Suriye nüfusunun 22.530.746 olduğu tahmin edilmektedir ve bu sayı Eylül 2013 itibariyle 22.457.336 nüfusa düşmüştür (WPR, 2019).

2013 yılındaki çatışmalar mülteci sayısını artırdı; 2013 yılı Mart ayından Eylül 2013'e kadar toplam 1 milyondan 2 milyona yükseldi. Suriye içindeki insani durum her geçen gün daha da kötüleşerek ilerledi. 1 milyon mülteci Lübnan'daydı ve Nisan 2014'te Ürdün'deki yeni mülteci kampı (Azrak Kampı) açılmıştı. Haziran 2014 itibariyle Suriye'ye komşu ülkelerde Suriyeli mültecilerin sayısı 3 milyona ulaştı; 100.000 kişi Avrupa'ya geçmeyi başardı. 2015 yılında Suriyeli mülteci akını devam etmiş; her gün binlerce mülteci Yunanistan'a geçmiş ve yaklaşık 1 milyon mülteci Avrupa'ya giriş yapmıştır. Eylül 2015'te Türkiye'nin Ege sahillerinde, yüzü aşağı dönük ve sahile cansız bedeni vurmuş olan 2 yaşındaki Aylan Kurdi dünyayı şok etmiştir (worldvision, 2019).

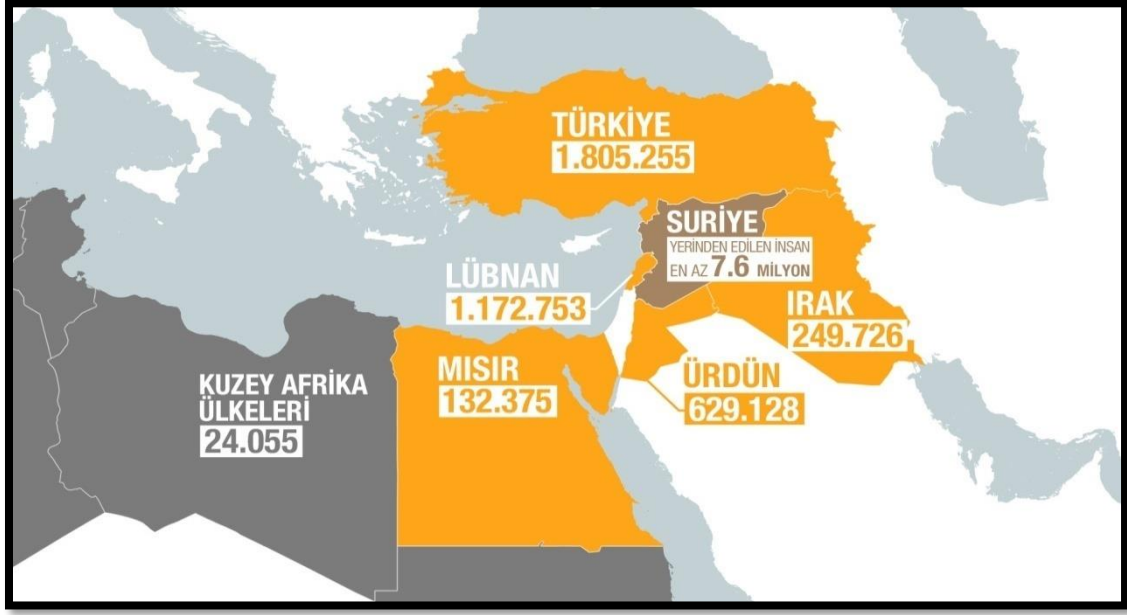
Mart 2011'de başlayan çatışmalardan bu yana 6,5 milyon kişi Suriye içinde yerlerinden edilmiştir (Middle East Star, 2014).

BM Mülteciler Yüksek Komiseri António Guterres, 2014 yılında yaptığı açıklamada durumu " Suriyeli mülteci krizi yüzyılın en büyük insani acil durumu haline gelmiştir, ancak dünya mültecilerin ve onlara ev sahipliği yapan ülkelerin ihtiyaçlarını karşılayamıyor" şeklinde ifade etmiştir.

2015 yılında Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nden (BMMYK) yapılan yazılı açıklamada, 4 milyonu aşan Suriyeli mülteci sayısının, Suriyeli mülteci krizin neredeyse beş yıldır dünyanın en büyük sığınma krizi olduğu doğrulanmış, ülke içinde yerinden edilenlerin sayısının da en az 7,6 milyon olduğu ifade edilmiştir (Aljazeera, 2015). Açıklama şöyledir:

"Türkiye'ye ulaşan yeni sığınmacılar dahil komşu ülkelerdeki Suriyeli sığınmacı sayısı 4 milyon 13 bine ulaşmıştır. 4 milyon Suriyeli sığınmacının 1 milyon 805 bin 255'i Türkiye'de bulunmaktadır. Irak'ta 249 bin 726, Ürdün'de 629 bin 128, Mısır'da 132 bin 375, Lübnan'da 1 milyon 172 bin 753 ve Kuzey Afrika'da farklı ülkelerde 24 bin 55 Suriyeli sığınmacı vardır." Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK, 2015).

Harita 5: Komşu Ülkelerdeki Suriyeli Mülteci Sayısının Haritası



Harita 5: Haritanın kaynağı Anadolu Ajansı

Birleşmiş Milletler (BM) 6 milyondan fazlası Suriye içinde yerinden edilmiş olmak üzere insani yardıma ihtiyaç duyan 13,5 milyon Suriyeli tespit etmiştir, bunların 2,9 milyonu yardımın düzenli olarak sağlanamadığı ulaşılmaz zor alanlarda kalmaktadır ve Suriye dışında yaklaşık 5 milyon mülteci sayısına ulaşılmıştır (UNOCHA, 2016).

Suriye İnsan Hakları Gözlemevi'ne göre, Suriye Devrimi'nin başlamasından sonraki 81 ay boyunca Aralık 2017'ye kadar Suriye'de yaklaşık 500.000 kişi öldürülmüştür (Syriaahr, 2017). BMMYK Temmuz 2015'te 7.600.000'den fazla insanın evlerinden edildiğini tahmin etmektedir. Temmuz 2017'de Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği tarafından kaydedilen Suriye iç savaşından gelen mülteci sayısı 5.116.097'dir (BMMYK, 2017).

2016'ya gelindiğinde 470.000 Suriyeli öldürülmüş, bir milyondan fazla kişi yaralanmış ve ülke nüfusunun yarısı yerlerinden edilmiştir (Barnard, 2016). 15 Mart 2019'da Suriye, iç savaşın dokuzuncu yılına girmektedir (worldvision, 2019).

Bölgesel Mülteci ve Dayanıklılık Planı (3RP) ülkeleri arasında, komşu ülkeleri ve Mısır'ı (İsrail hariç) içeren bir koordinasyon platformu uygulanmıştır. BM Mülteci Ajansı (BMMYK) Temmuz 2019'da 5,625,871 kayıtlı mülteci saymıştır. Son verilere göre Türkiye, 3,6 milyondan fazla mülteciye sahip kayıtlı en büyük mülteci ev sahibi ülke konumundadır (BMMYK, 2019).

ABD Merkezi İstihbarat Ajansı (CIA) web sitelerinde, Suriye nüfusunun Temmuz 2017'de 19.454.263 olarak tahmin edildiğini belirtirken, 2019'da düşüşle, tahmini olarak 17.135.599 milyon nüfusa inmiştir ve iç savaştan kaçmanın neden olduğu istikrarsızlık nedeniyle kesin sayının belirlenmesinin kolay olmadığı belirtilmektedir.

Birleşmiş Milletler her gün 5.000 kişinin Suriye'den kaçtığını ve nüfusunun % 28'inin evlerini terk ettiğini açıklamıştır. Halen iç savaştan kaçan 9 milyon Suriyeli ve yerinden edilmiş ancak ülkede kalmaya devam eden 6,5 milyon Suriyeli vardır (WPR, 2019).

Suriye krizinin uzun süren doğası dramatik olmuştur; hem Suriyeli mültecilerin kendileri hem de mültecilere ev sahipliği yapan ülkeler yüksek bir bedel ödemektedir (Achilli, 2015).

BMMYK'nın 4 Temmuz 2019'daki son güncellemesine göre, Suriyeli mülteci sayısı 5.625.871'dir ve şu şekilde dağılmıştır:

Tablo 11: 4 Temmuz 2019'a kadar Suriyeli Mülteciler'in Dağılımı

Ülke	Tarih	Yüzde	Nüfus
Türkiye	13 Haziran 2019	64.2%	3,614,108
Lübnan	30 Haziran 2019	16.5%	929,624
Ürdün	4 Temmuz 2019	11.8%	662,010
Irak	31 Mayıs 2019	4.5%	252,983
Mısır	30 Haziran 2019	2.3%	131,433
Diğer (Kuzey Afrika)	30 Kasım 2018	0.6%	35,713

Tablo 11: Suriyeli Mülteciler'in Dağılımı: <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria>

2.2.2.4 Türkiye ve Ürdün'deki Suriyeli Mülteciler

Türkiye, 3,594,980'den fazla Suriyeli mülteci ile kayıtlı mültecilerin en büyük ev sahibi ülkesidir (BMMYK, 02 Temmuz, 2020). Ürdün ise 658,028 Suriyeli mülteci ile kayıtlı Suriyeli mültecilere ev sahipliği yapan ikinci ülke konumundadır (BMMYK, 05 Temmuz, 2020).

Harita 6 : Ürdün ve Türkiye Arasındaki Suriye Konum Haritası



Harita 6: Ürdün ve Türkiye Arasındaki Suriye Konum Haritası:
<http://www.aljazeera.com.tr/haber/suriyeli-asker-ve-polisler-urdune-sigindi>

2.2.2.4.1 Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler

BMMYK'nın 13 Haziran 2019'daki son güncellemesine göre, Türkiye'deki toplam Suriyeliler 3.614.108'dir. En fazla Suriyeli mülteci Türkiye'de bulunmaktadır. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'ne göre, geçici korumadan yararlanan Suriyeliler on ilde yoğunlaşmaktadır: İstanbul, Bursa, İzmir, Konya, Adana, Mersin, Hatay, Gaziantep, Kilis ve Şanlıurfa'dır. İstanbul'da 554 bin 655, Şanlıurfa'da 477 bin 161, İzmir'de 135 bin 769, Bursa'da 143 bin 387, Mersin'de 205 bin 784, Konya'da 104 bin 565, Adana'da 192 bin 542, Hatay'da 445 bin 460, Gaziantep'te 377 bin 506, Kilis'te ise 130 bin 57 Suriyeli yaşamaktadır (Elibol, 2018).

Harita 7 : Geçici Koruma Kapsamında Bulunan Suriyelilerin İlk 10 İle göre Dağılımı



Harita 7: Geçici Koruma Kapsamında Bulunan Suriyelilerin İlk 10 İle göre Dağılımı Haritası, Haritanın Kaynağı: <https://www.sozcu.com.tr/2018/gundem/turkiyedeki-suriyeli-multeci-sayisi-aciklandi-2331976/>

Suriyelilerin yaklaşık % 90'ı kentsel veya kırsal alanlarda Türkiye'deki kamplarda yaşamaktadır. Aralık 2016 itibariyle İstanbul, yaklaşık 418.000 kayıtlı Suriyeli ile ülkedeki en büyük Suriyeli nüfusuna ev sahipliği yapmaktadır (GÖÇ, 2016). Mart 2017'de Türkiye'de 22 kamp vardır. Geçici Barınma Merkezleri veya Geçici Koruma Merkezleri (TPC) olarak da bilinen, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) tarafından Birleşmiş Milletler ve STK ortaklarının desteğiyle yönetilmektedir (BMMYK, 2016).

Tablo 12: Türkiye'de Suriyeli Mülteci Kampları

Province	Camp Name	Total	Province	Camp Name	Total
Hatay	Altınözü Container Camp	8,062	Sanliurfa	Ceylanpınar Tent Camp	21,176
	Yayladağı Container Camp	3,746		Akçakale Tent Camp	31,598
	Apaydın Container Camp	5,229		Harran Container Camp	13,761
	Güveççi Tent Camp	2,753		Viranşehir Tent Camp	15,157
Gaziantep	İslahiye 1 Tent Camp	7,372	Kilis	Suruç Tent Camp	31,480
	İslahiye 2 Tent Camp	10,061		Öncüpınar Container Camp	15,735
	Karkamış Tent Camp	6,605	Mardin	Elbeyli Beşiriye Container Camp	20,341
	Nizip 1 Tent Camp	10,033		Midyat Tent Camp	3,373
	Nizip 2 Container Camp	4,472	Kahramanmaraş	Merkez Container Camp	18,214
Adana	Sarıçam Tent Camp	555	Osmaniye	Cevdetiye Tent Camp	7,304
Malatya	Beydağı Container Camp	10,227	Adiyaman	Merkez Tent Camp	9,625

Tablo 12: Türkiye'deki Suriyeli Mülteci Kampları
<https://data2.unhcr.org/en/documents/download/54624>

2.2.2.4.2 Ürdün'deki Suriyeli Mülteciler

Ürdün'deki toplam Suriyeli mülteci 5 Temmuz 2020'de BMMYK'nın son güncellemesi sonucu 658.028'dir (BMMYK, 2020).

Tablo 13: Ürdün'de Suriyeli Mülteciler

Valilik Adı	Nüfus
Amman Valiliği	193,974
Mafrak Valiliği	162,959
İrbid Valiliği	135,072
Zerka Valiliği	95,609
Balqa Valiliği	18,515
Madaba Valiliği	13,095
Jaraş Valiliği	9,300
Karak Valiliği	8,451
Maan Valiliği	8, 374
Ajlun Valiliği	6,548
Akabe Valiliği	3,648
Tafilah Valiliği	1,716

Tablo 13: Ürdün'de Suriyeli Mülteciler

Suriye İç Savaşının bir sonucu olarak Ürdün'de birçok mülteci kampı kurulmuştur. BMMYK'nın Haziran 2018'deki güncellenmiş verilerine göre kamplarda 126.131 mülteci yaşamaktadır ve bunlar şu şekilde dağılmıştır:

Tablo 14: Ürdün'de Suriyeli Mülteci Kampları

Kamp Adı	Nüfus*	Açık tarihi
Zaatari Mülteci Kampı (en büyüğü)	78,545	Temmuz 2012
Mrajeeb Elfhoud Mülteci Kampı (Ürdün Emirati)	6,848	Nisan 2013
Azrak Mülteci Kampı	40,738	Ağustos 2014

Tablo 14: Ürdün'de Suriyeli Mülteci Kampları
(BMMYK- Bilgi Notu: Ürdün, Haziran 2018)

Mültecilerin %20'si garajlar, tavuk kümesi ve çadırlar gibi sıradışı yerlerde yaşamaktadır. Ayrıca, daha az sayıda mülteci ülke geneline yayılmış nizami olmayan (Informel) çadır yerleşimlerinde (ITS) ikamet etmektedir; Ürdün'de ITS hakkında kesin rakamlar yoktur (Achilli, 2015).

"Berm" olarak bilinen bölge olan Suriye sınırının Doğu kısmında, Rukban ve Hadallat'ta gayri resmi kampların varlığı bildirilmiştir. 2016'da Özgür Suriye Ordusu isyancılarına göre, Rus savaş uçakları Hadallat kampını bombalayarak en az 12 kişiyi öldürmüştür (Alkhalidi, 2016). 21 Haziran 2016'da Suriye topraklarında Rukban'dan geçen bir ISIL arabası, mültecilere insani yardım dağıtımı için belirlenen Ürdün Ordusu karakoluna ulaşmayı başarmıştır. Araba patlamış, 6 kişi ölmüş ve 14 Ürdün askeri yaralanmıştır. Olaydan sonra Ürdün, Suriye sınırlarını kapatmıştır. Rukban'ın Suriye tarafındaki mültecileri hedef alan başka olaylar da yaşanmıştır (Ghazal, 2016).

2.2.2.5 Suriye devrimi Arap Baharı ülkelerindeki diğer devrimlerden ayıran nedir?

1- Suriye'de çatışma olayları uzun süren doğası dramatik olmuştur; Suriyeli mültecilerin kendileri ve mültecilere ev sahipliği yapan ülkeler, diğer isyancı Arap ülkelerine kıyasla yıllarca süren yüksek bir bedel ödemektedir (Achilli, 2015).

2- Savaşın derinleşmesi ve Suriye'deki savaşın uzatılmasının başlıca nedeni yabancı güçlerin müdahalesidir. Cumhurbaşkanı Esad başkanlığındaki Suriye Baas Partisi, Suriye muhalefet güçlerini ve askeri birliklerini, Suudi Arabistan, İran, Türkiye, Katar, Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, Lübnan'ın Hizbullah'ı ve farklı Sünni silahlı aşırılık yanlıları gibi bölgesel ve küresel güçleri parçalamış, El-Nusra Cephesi ve Irak ve Şam İslam Devleti (İŞİD) gibi gruplar bu savaşın kilit savaşçı tarafları olmuştur (Kabalan, 2019). Uluslararası ve bölgesel partilerin doğrudan savaşa müdahalesi, bu da onu büyük güçler arasında bir tür çatışma ve rekabet haline getirmiştir.

Devrim Suriye'de, bölgesel ve uluslararası güçler arasında bir çatışma alanına dönüşmüştür (Aljazeera, 2016).

“Suriye Devrimi” muhalefet tarafından kullanılan bir ifade iken “Suriye Krizi ve Suriye Savaşı” hükümet ve hükümet yanlıları tarafından kullanılan ifadelerdir. Ayrıca, literatürdeki araştırmaya ve olayların gözlemlenmesine göre, Suriye'de olanlar protesto ve gösterilerle Arap bahar devrimlerinden etkilenerek rejime karşı bir devrim ile başlamıştır.

Sonra bu devrim çatışma olaylar ve iç savaşa dönüşmüştür ve bu savaş çok sayıda vatandaşı ülkeden kaçmaya zorlamıştır. Dolayısıyla dünyanın en büyük mülteci krizini oluşturan diğer ülkelere sığınma talebinde bulunmuştur. Bölgesel ve uluslararası güçler, çıkarları ve çok sayıda mülteciden etkilenmemek için savaşa katılmıştır. Bu çalışmada "Kriz" terimi, Suriye iç savaşının sonucu olan Suriyeli mülteci krizini ifade etmektedir.

Ayrıca, "Kriz" ifadesi Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK) tarafından kullanılmaktadır.

Şekil 1: Suriye Devrimindeki Olayların Gelişimi



3- Avrupa, sığınmacı ve mülteci sayısında eşi görülmemiş bir artışla karşı karşıyadır. Bu akışlar, birkaç üye devletteki kamu makamları üzerinde önemli ölçüde gerginlik yaratmıştır. AB'ye gelen sığınmacı sayısı eşi görülmemiş seviyelere ulaşmış olup, 2015 yılında 2014 yılına göre iki katına çıkmıştır. Yaklaşık 1.26 milyon insan ilk kez iltica başvurusu yapmıştır. Bu sayı dünyanın diğer yerlerinden daha düşüktür. Dolayısıyla, bu bireylerin beklenmedik girişlerinin AB ekonomileri üzerinde etkileri vardır (European Union, 2016). Suriyeli mültecilerin sığınma arayışı, halen daha bölgesel ve Batı ülkelerini etkilemektedir.

4- "İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yüz binlerce kişinin yaralandığı ve milyonlarının yerinden edildiği en büyük küresel felaket düzeyindedir. Suriyeli mülteci krizi BM Mülteciler Yüksek Komiseri António Guterres'e göre "yakın tarihte acı ve yerinden edilme ile utanç verici bir insani felakettir".

5- Birçok dini grubun varlığı, savaşı bir çok ittifakın oluşumunu etkilemiştir. Beşar'ın mezhepçilik yaklaşımı yalnızca Fransız işgalinin kalıntıları olduğundan, işgal, çatışma çemberini genişleterek Suriye'nin kontrolünü kolaylaştırmak ve daha sonra bu kaosu yönetmek isteyen bir kurtarıcı olarak görünmek için mezhep çatışmasını sömürmek yönündedir.

6- Suriye o sırada Fransız işgali ile dört parçaya, yani Dürziler, Aleviler, Şam ve Halep'e bölünmüştür. Ayrıca paradoksal olarak, Suriye'nin baskıcı mekanizmalar tarafından korunan ciddi ekonomik durumu ve Alevi azınlık kuralı, muhalif güçlerin yakın gelecekte kritik bir kitle kazanmasını engelleyecektir (Bröning, 2011).

7- Hem Suriye hükümeti hem de isyancı gruplar nihayetinde kendi lehlerine uluslararası tartışmayı etkilemek için sosyal medyadan geniş ölçüde yararlanmaktadırlar (Salvadoretti, 2013). Suriye iç savaşı, sosyal medya kullanımında bir değişim göstermektedir. İnternet ve Facebook yasaklandıktan sonra, devrime katkıda bulunan güçlü bir faktör haline gelmiştir. Facebook'ta yayınlanan bir gösteri davetiyesine farklı bölgelerden siyasi figürler ve kabileler, ayrıca çok sayıda aktivist cevap vermiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

OLUMLU VE OLUMSUZ ETKİLERİYLE SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİLER

Bu bölümde; sosyal medyanın tanımı, sosyal ağlar, Arap ülkelerindeki en popüler sosyal medya siteleri, sosyal medyanın yapısal özellikleri, devrimlerde sosyal medyanın rolü, sosyal medyanın Arap devrimleri ve Suriye savaşındaki rolü ve sosyal medyada Suriyeli mültecilerin sorunlarında sosyal medyanın olumlu ve olumsuz katkıları ele alınacaktır.

Olumlu katkı olarak, vatandaş gazeteciliğinin fenomen haline gelmesi, mültecilere sempatiyi teşvik etme, Suriyeli halkın kolektif hafızasına katkısı, eğitim, kitle fonlamada iletişim ve bilgi alanlarında sosyal medyanın rolü kapsamında ele alınacaktır.

Sosyal medyanın olumlu rolü olduğu gibi olumsuz bir rolü ve etkisi de olduğu düşüncesiyle, sahte haber sunumu, mültecilere karşı merhamet yorgunluğu oluşturmaları, sığınmacılara karşı yabancı düşmanlığının artırılması, kadın mültecilerin damgalanması, cinsel ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddet, bu kapsamda tartışılacaktır. Bibliyografik taramada Türkçe ve yabancı kaynaklar öncelikli ele alınmıştır. Okumalar sırasında karşılaşılan ve konuyla doğrudan ilişkili olan eski tarihli kaynaklardan da önemli ölçüde yararlanılmıştır.

3.1. Sosyal Medya Nedir?

Sosyal medya; girdi, etkileşim ve içerik paylaşımına dayalı bir dizi iletişim kanalıdır. Bu kanallar birçok formda web siteleri ve uygulamaları olan (Rouse, 2019):

- Tartışma Panoları veya Grupları: kullanıcıların mesaj bırakabileceği ve yanıt alabileceği çevrimiçi bülten tahtasıdır.
- Sosyal Ağlar: çok sayıda site üzerinden bağlantı kurma ve ticari reklamlar yayınlama hizmeti sunar; en ünlüsü Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram ve Google+’dır.

Sosyal medya, kullanıcıların sanal topluluklar kurarak fikirlerini ve bilgilerini paylaşabilecekleri, kullanıcı tarafından oluşturulmuş bir elektronik iletişim içeriğine sahip olan bilgisayar tabanlı bir Web 2.0 teknolojisidir. İçerik videolar, fotoğraflar, metinler, belgeler olabilir ve bu teknoloji web tabanlı yazılımla pgoner, bilgisayar ve akıllı telefonlar tarafından kullanılabilir.

Sosyal medya dünyanın farklı yerlerinden insanları birbirine bağlayabilir (Dollarihde, 2019). Başlangıçta sosyal medya yalnızca birbirini tanıyan arkadaşların bağlantı kurmaları için kullanılmış, ancak daha sonra, insanlarla etkileşimde bulunmak için ticari ve politik amaçlar için de büyük rol oynamıştır.

Global Digital 2019 raporlarına göre 2019'da 3,48 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır ve Ocak 2019'da 3,26 milyar kişi mobil cihazlarda sosyal medya kullanmakta ve 297 Milyon yeni kullanıcı, yıllık % 10'dan fazla artış göstermektedir (Kemp, 2019).

Sosyal ağ, Whatsapp, Facebook, Twitter, LinkedIn ve Instagram gibi internet tabanlı sosyal medya sitelerinin kullanılmasıdır. Sosyal ağlar, arkadaşlar, aile, iş arkadaşları, müşteriler ve insanlarla bağlantıda kalmak için sosyal, politik ve iş amaçlı çeşitli önerilere sahiptir (Kenton, 2019).

1960 yılında kurulan PLATO (Otomatik Öğretim İşlemleri için Programlı Mantık), Bitzer'in ilk genel bilgisayar destekli öğretim sistemidir ve Illinois Üniversitesi'nde elektrik mühendisliği profesörü olarak görev yapmaktadır (Jones, 2015).

Aşağıdaki tablo sosyal paylaşım sitesinin zaman çizelgesini göstermektedir:

Tablo 15: Sosyal Ağ ve Sosyal Medya Sitelerinin Görünümünün Zaman Çizelgesi

#	Yıl	Ad	Açıklama
1	1973	Talkomatic	Çok kullanıcıli sohbet odası uygulaması
2	1973	TERM-Talk	Anlık mesajlaşma uygulaması
3	1973	PLATO Notes	Kullanıcı topluluğuyla iletişim kurmak için bir konferans ve bülten tahtası forum sistemi olarak
4	1980	Bulletin Board System (BBS)	Bilinen en eski sosyal medya biçimlerinden biri
5	1984	FidoNet	BBS'ler e-posta alışverişine başladığında
6	1988	mIRC	Popüler IRC istemcisi
7	1996	ICQ	İsrail şirketi Mirabilis tarafından piyasaya sürüldü
8	1996	Bolt.com	İlk sosyal ağ ve video web sitesi
9	1997	SixDegrees.com	İlk sosyal medya sitesi
10	1997	AOL	Anlık mesajlaşma
11	1998	Open Diary	İlk sosyal blog ağı, okuyucu yorumlarını icat etme ve yalnızca arkadaşlara yönelik içerik
12	1999	Yahoo! Messenger	Popüler anlık mesajlaşma servisi
13	1999	MSN Messenger	Windows Live Messenger), popüler bir mesajlaşma, görüntülü ve sesli arama hizmeti
14	1999	LiveJournal	Erken blog platformu ve sosyal ağ
15	2000	Habbo	Oyun tabanlı sosyal ağ sitesi
16	2001	Windows	MSN Messenger'in tümleşik sürümü

		Messenger	
17	2002	Friendster	Sosyal ağ ve oyun sitesi
18	2002	LinkedIn	İş odaklı sosyal ağ hizmeti
19	2003	Hi5	Sosyal paylaşım sitesi
20	2003	XING	İş odaklı sosyal ağ sitesi
21	2003	Myspace	En popüler sosyal ağ sitelerinden biri
22	2003	Skype	Anlık mesajlaşma ve görüntülü / sesli arama hizmeti
23	2004	Facebook	Bugüne kadarki en popüler sosyal ağ hizmeti
24	2004	Flickr	Resim ve video barındırma web sitesi
25	2004	Orkut	Sosyal paylaşım sitesi
26	2004	Tagged	Sosyal keşif web sitesi
27	2005	Bebo	Sosyal paylaşım sitesi
28	2005	Qzone	Çin sosyal ağ sitesi
29	2005	Reddit	Amerikan sosyal haber toplama, web içeriği derecelendirme ve tartışma web sitesi
30	2005	Renren	Çin sosyal ağ sitesi
31	2005	YouTube	Bir video paylaşım servisi
32	2005	Twitter	Dünya çapında en popüler sosyal ağ sitelerinden biri
33	2006	VK (VKontakte)	Facebook'a benzeyen son derece popüler bir Rus merkezli sosyal ağ hizmeti
34	2007	Tumblr	Popüler bir mikroblog ve sosyal ağ sitesi
35	2007	FriendFeed	Gerçek zamanlı bir sosyal medya özet akışı toplayıcısı
36	2007	Justin.tv	Herkesin çevrimiçi video yayınlamasına olanak tanıyan canlı akış
37	2009	Sina Weibo	Çinli bir mikroblog sitesi
38	2010	Pinterest	Fotoğraf paylaşım sitesi
39	2010	Instagram	Fotoğraf / video paylaşımı ve sosyal medya hizmeti
40	2010	Path	Mobil cihazlar için sosyal ağ özellikli fotoğraf paylaşım ve mesajlaşma servisi
41	2010	Quora	Popüler bir soru-cevap platformu
42	2011	Snapchat	Fotoğraf/ video paylaşımı ve sosyal medya hizmeti
43	2011	Google+	Sosyal ağ hizmeti
44	2011	Keek	Video paylaşımı ve sosyal medya hizmeti
45	2011	Twitch.tv	Dünya çapında popüler bir canlı akış hizmeti
46	2012	Tinder	Çok popüler bir arkadaşlık odaklı sosyal ağ hizmeti
47	2013	Vine	Yaygın olarak kullanılan bir video paylaşım ve sosyal medya hizmeti
48	2013	Google Hangouts	Yaygın olarak kullanılan bir video paylaşım ve sosyal medya hizmeti
49	2015	Periscope	Canlı bir video paylaşım uygulaması, Twitter tarafından alındıktan kısa bir süre sonra başlatılır
50	2015	Beme	Kısa bir video paylaşım uygulaması
51	2015	Discord	Oyun topluluğu için tasarlanmış ücretsiz anlık mesajlaşma ve görüntülü / sesli arama hizmeti (VoIP)
52	2015	Meerkat	Periscope benzeri bir uygulama
53	2017	TikTok	Kısa bir video paylaşımı ve sosyal medya hizmeti

Tablo 15: Sosyal Ağ ve Sosyal Medya Siteleri

Yetmişli yılların başında, e-posta ve sohbet programları ortaya çıkmıştır, başka hiçbir program ortaya çıkmadı ve 1979'da Duke Üniversitesi ile Kuzey Carolina Üniversitesi arasında mesajlaşmak için kullanılan bir sistem olan USENET sistemi kuruldu. Daha sonra üniversiteler ve diğer devlet kurumları tarafından kullanılmıştır. USENET, kullanıcıların "haber grupları" adı verilen gruplar içinde mesaj yayınlamasına ve almasına izin vermiştir ve bu gruplar seksenli yıllarda büyüdü ve bu grupları adlandırmak için sayıları arttığı için karışıklığa neden olan standart bir anlaşma olmamıştır. 1987'de Birçok USENET geliştiricisi bu grupları, haberleri, konuşmaları ve çeşitli şovları içerecek şekilde geniş hiyerarşilere dönüştürmek için değişiklikler yapmıştır (Ray, 2009). En Popüler 15 Sosyal Ağ Sitesinin son güncellemesi aşağıdaki gibidir (Kallas, 2019):

Tablo 16: En Popüler 15 Sosyal Ağ Sitesi 2019'de

Sosyal Ağ	Aylık Aktif Kullanıcılar
Facebook	2,230,000,000
YouTube	1,900,000,000
Instagram	1,000,000,000
Qzone	563,000,000
Weibo	376,000,000
Twitter	336,000,000
Reddit	330,000,000
Pinterest	200,000,000
Ask.fm	160,000,000
Tumblr	115,000,000
Flickr	112,000,000
Google+ ⁴	111,000,000
LinkedIn	106,000,000
VK	97,000,000
Odnoklassniki	71,000,000
Meetup	35,300,000

Tablo 16: En Popüler 15 Sosyal Ağ Sitesi

⁴ 2 Nisan 2019'da, Google'ın sosyal ağı olan Google+'nın tüketici (kişisel) sürümünü kullanımdan kaldırılmıştır. <https://support.google.com/googlecurrents/answer/9217723?hl=tr>

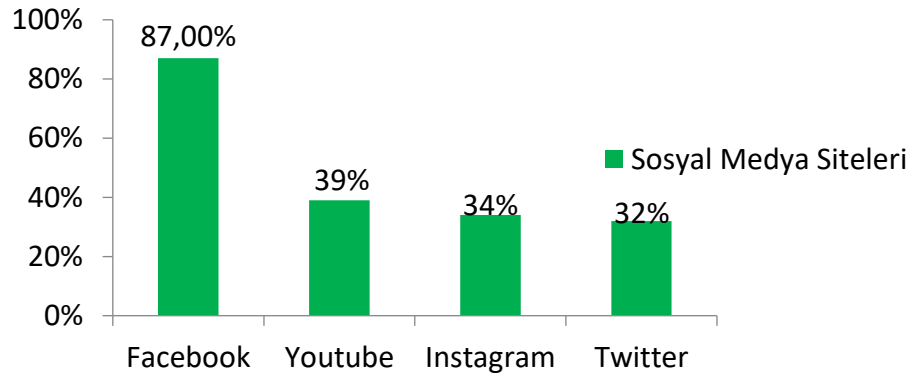
Önceki tabloda, listede bulunan en önemli 16 sosyal medya sitesi gösterilmektedir. 2004 yılında kuruluşundan bu yana bir site olarak kabul edilen Facebook, milyonlarca kullanıcıyla (MySpace) yerine tüm üniversite ve lise öğrencilerine açık bir ağ olarak hizmet vermektedir. Bunu sırasıyla listede YouTube, Instagram ve Qzone izlemektedir.

2002 yılında, benzer ilgi alanlarına sahip kişiler için yüz yüze etkinlik düzenleyen çevrimiçi gruplar düzenlemek için kullanılan bir hizmet olarak kurulan Meetup tarafından 16. sıraya yerleşmiştir.

3.2 Arap Ülkelerindeki En Popüler Sosyal Medya Siteleri

Statista'ya göre, Kasım 2014'te Arap ülkelerindeki en popüler sosyal medya siteleri şöyledir (Statista, 2018):

Grafik 1: Arap Ülkelerinde Sosyal Medya Siteleri



Grafik 1: Kasım 2014'te Arap ülkelerindeki en popüler sosyal medya siteleri:
<https://www.statista.com/statistics/319806/reach-social-media-sites-arab-countries/>

3.2.1 Facebook:

4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi'nde okuyan Mark Zuckerberg isimli öğrenci tarafından "The Facebook" kurulmuştur. Facebook ilk zamanlar Harvard Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin kendi aralarındaki iletişimin sağlanması ve birbirleriyle bağlantı kurmaları amacıyla kurgulanmış ücretsiz bir web sitesidir. Ancak kullanıcıların beğenisini toplamıştır ve bu da siteyi, Harvard Üniversitesi dışında da popüler hale getirmiştir (Koçoğlu, 2018). Eylül 2019'daki 169.76 milyon mobil kullanıcıyla Amerika Birleşik Devletleri'nin en iyi sosyal ağında yer almıştır (Clement, 2019). Denetim ve gözetim, video, resim, fotoğraf, müzik, fikir paylaşımı, oyun oynama, öğretilme, E-ticaret, siyasal ihbar gibi işlevleri nedeniyle tercih edilmektedir (Toprak vd., 2014).

Facebook'ın kişisel dosya oluşturma ve profil fotoğrafı koyma, arkadaşlarla ilişki kurma, mesaj gönderme, fotoğraf ve albüm paylaşma, grup oluşturma ve sayfa oluşturma özelliği bulunmaktadır.

3.2.2. Twitter:

Kullanıcıların "tweet" olarak bilinen iletileri paylaştığı ve bunlarla etkileşime girdiği bir Amerikan mikroblog ve sosyal ağ hizmetidir. Tweetler başlangıçta 140 karakterle sınırlıydı, ancak 7 Kasım 2017'de bu sınır Çince, Japonca ve Korece hariç tüm diller için 280'e çıkarılmıştır (Rosen, 2017). Jack Dorsey, 2006 yılında sosyal paylaşım sitesi Twitter'ın kurucusu olarak bilinen Amerikalı bir iş adamıdır (Biography, 2015). Hashtag (Etiket) bir başlık bağlantısıdır, Hashtagın altında ne kadar fazla tweet yazılıyorsa, o konular Trend Olan Konular haline dönüşmektedir (Yeşilyurt, 2014).

3.2.3. YouTube:

Kullanıcılarının ücretsiz video kayıtları yüklemelerine, canlı yayın yoluyla (indirmek yerine) izlemelerine, paylaşımlarına ve bunlara yorum yapmalarına olanak tanıyan bir web sitesidir. 14 Şubat 2005'te üç eski PayPal çalışanı olan San Bruno'daki Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından kurulmuştur. Animasyonlu klipleri göstermek için Adobe Flash teknolojisi kullanılmış ancak artık HTML 5 teknolojisi benimsenmiştir (McCormick, 2015). Sitenin içeriği, film klipleri, TV ve müzik, amatörler ve diğerleri tarafından üretilen videolar arasında değişmektedir. En son 18 Eylül 2018'de güncellenen aylık aktif YouTube kullanıcılarının toplam sayısı 1.9 milyar kullanıcıdır (Omnicoagency, 2019).

3.2.4 Instagram:

2010 yılı sonunda Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimci tarafından birbirleriyle fotoğraf paylaşımını sağlamak için kurulmuştur (Gürel, 2011). Ücretsiz bir fotoğraf ve video paylaşım sosyal ağ uygulamasıdır. Ekim 2010'da hayata geçirilmiştir. Fotoğraf veya video yüklenebilmekte ve bunlar takipçilerle veya belirli bir arkadaş grubuyla paylaşabilmektedir. Ayrıca, arkadaşların Instagram'da paylaştığı yayınlar görüntülenebilmekte, yorumlanabilmekte, beğenilebilmekte ve çeşitli sosyal ağlarda paylaşılabilir. Instagram'da, her gün 70 Milyon fotoğraf paylaşılırken, bir milyar üç yüz elli milyon kullanıcıya sahip olan Facebook'a ise bir günde yüklenen ortalama fotoğraf sayısı 300 milyon olarak kaydedilmiştir (Kaya, 2015).

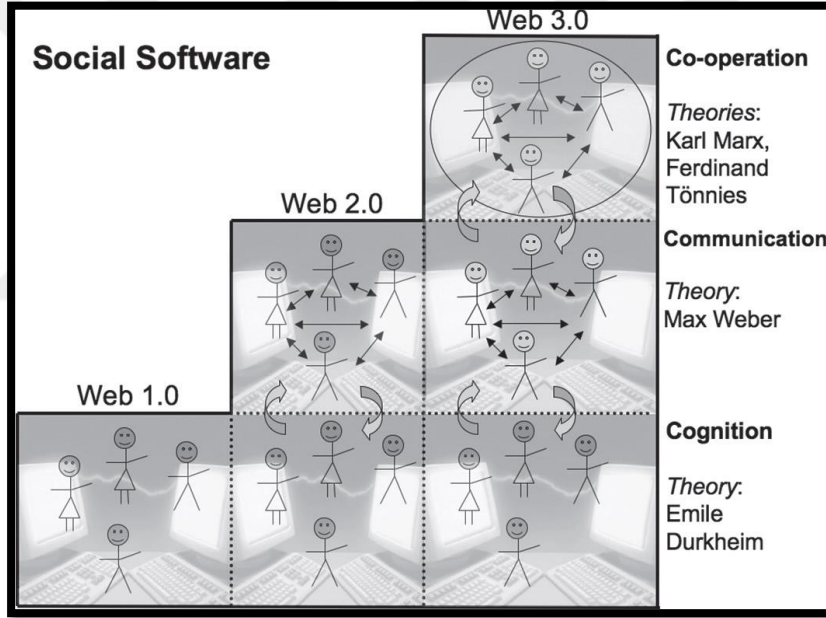
3.3. Sosyal Medyanın Yapısal Özellikleri

Sosyal medyanın bazı yapısal özellikleri vardır. Bunlar: Bütünleşik Sosyallik, Birleşik Roller ve Bütünleşik ve Yakınsak İletişimdir (Fuchs, 2014).

3.3.1 Bütünleşik Sosyallik:

Üç sosyalite tarzı vardır: biliş, iletişim, işbirliği. Örneğin Facebook'ta bunlar şunlardır: Biliş: Videolu multimedya içeriği. İletişim: Diğerleri yorum yapabilir. İşbirliği: Başkalarının içeriği işlemesine ve yeniden düzenlemesine izin verdiğinizde birden fazla geliştirme gerçekleştirilebilir. Facebook, varsayılan olarak aynı sosyal alanda sosyalitenin bir aşamasından diğerine geçişi teşvik etmektedir.

Görsel 2: Web'in Sosyallığının Üç Boyutu



Görsel 4: Web'in Sosyallığının Üç Boyutu (Fuchs, 2014)

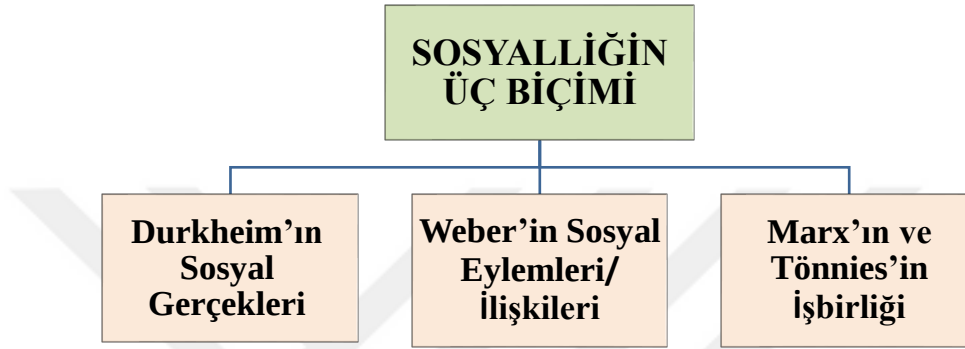
Sosyallığın üç biçimi (biliş, iletişim, işbirliği) birbirine kapsüllenmiştir. Her katman yeni niteliklere sahip bir sonrakinin temelini oluşturmaktadır. Fuchs, bunu şöyle aktarmaktadır:

1- **Emile Durkheim'in Sosyal Gerçekleri:** Dışsal toplumsal olguların koşullandırılması nedeniyle sosyal olarak biliş kitap okumak, haberleri veya bir filmi televizyonda izlemek ve radyo dinlemek (insan biliş sistemi olarak Web 1.0).

2- **Max Weber'in Sosyal Eylemleri/ İlişkileri):** İletişimsel eylem. Ray Tomlinson ilk İnternet e-postasını 1971'de bir bilgisayardan diğerine göndermiştir (insan iletişimi sistemi olarak Web 2.0).

3- **Karl Marx ve Ferdinand Tönnies'in İşbirliği:** İşbirliği biçimleri olarak topluluk oluşturma ve işbirlikçi üretim. Bilgisayar destekli kooperatif çalışması (CSCW), 1980'lerde işbirlikçi çalışmalarda bilgisayarın rolünü (insan işbirliği sistemi olarak Web 3.0) yansıtan akademik bir çalışma alanı haline gelmiştir (Fuchs, 2014).

Şekil 2: Sosyallığın Üç Biçimi



3.3.2 Birleşik Roller:

Facebook gibi sosyal medya, bir insanın hayatının çeşitli rollerini tanımlayan kişisel profillerin oluşturulmasına dayanmaktadır. Farklı sosyal roller, çeşitli sosyal alanlarda birleşme eğilimindedir. Facebook gibi sosyal medyada çeşitli roller oynanır, ancak bu rollerin tümü farklı sosyal rollerle ilişkili farklı insanlar tarafından gözlemlenen tek profillere eşlenmektedir. Bu, sosyal medyanın, sosyal rollerin tek tek profillerle yaklaşma ve bütünleşme eğiliminde olduğu sosyal alanlar olduğu anlamına gelmektedir (Fuchs, 2014).

3.3.3. Bütünleşik ve Yakınsak İletişim:

Farklı sosyal roller ve faaliyetler, örneğin işyerinin aynı zamanda arkadaşlıkların ve yakın ilişkilerin kurulduğu ve çözüldüğü ve boş zaman faaliyetlerinin yürütüldüğü bir oyun alanı olduğu durumlarda, dönüşüm eğilimi göstermektedir. Bu, sosyal medya gözetiminin, insanlar hakkında karmaşık bir ağa bağlı çok sayıda veri barındıran profiller yardımıyla farklı kısmen birbirine yaklaşan sosyal rollerdeki farklı (kısmen yakınsak) faaliyetlerin gözetimini bulduğu entegre bir gözetim biçimi olduğu anlamına gelmektedir (Fuchs, 2014).

3.4. Yeni Medya ve Devrimler

İnternet, protestocuların ve aktivistlerin ses getirmek ve haber yayınlamak için internet ve sosyal medyayı kullandığı, krizlerde bilgiye ulaşması için önemli bir araç haline gelirken, hükümetler protestocuların sosyal medya aracılığıyla örgütlemek için medya aktivizmini kullanma yeteneğini engellemeye çalışmaktadır. Birçok ülkede devrimlerde ve protestolarda sosyal medya kullanılmıştır:

3.4.1 Sırp Devrimi: Ekim 1998'de Belgrad'da bir grup üniversite öğrencisi, Sırp'ta “direniş” anlamına gelen Otpor'u kurdu: Miloseviç'in kuralından arınmış ve Avrupa'nın geri kalanına entegre olabilecek demokratik bir Sırbistan vizyonu olan bir muhalefet hareketidir. Cumhurbaşkanı Slobodan Milošević'e karşı gerçek bir devrim yapmışlardır (Kurtz, 2010). 2000 yılında eylemciler elektronik medya aracılığıyla Milošević'in politikalarını protesto etmek için blogları kullanmayı başardılar ve Miloseviç rejimine karşı savaşta başarılı oldular ve 2000'de değiştirebildiler (Rifat, 2018).

3.4.2 Gürcistan'daki Gül Devrimi: Kasım 2003'te Gürcistan'da bir devrim gerçekleşti. Değişim sürecinde yeni yöntemlerin kullanılmasıyla barışçıl bir sistem değişikliği oldu; hiç kimse yaralanmadı ya da öldürülmedi, göstericiler de askerlere kırmızı gül verdi. Binlerce gösterici parlamento seçimlerinin kusurlu sonuçlarını protesto etmek için sokaklara çıktı ve 30 yıldan fazla bir süredir Gürcistan'ı yöneten Cumhurbaşkanı Eduard Shevardnadze'nin istifasını istedi (BBC, 2005). Protestolar, halkı harekete geçirmeyi ve üniversitelerde rüşveti protesto etmeyi başaran elektronik bir kamuoyu yoklaması olarak başladı, daha sonra endişelerin yayılması için siyasi forumlar ve bloglar kullanılmaya başlandı. Tbilisi Devlet Üniversitesi öğrencileri tarafından kurulan bu sanal Gürcistan gençlik hareketi KMARA üç yıl sürdü. (Kmara:Yeter) T(Rifat, 2018).

Görsel 3: Otpor Hareketi Logosu



Görsel 3: Sırp'ta “Direniş” anlamına gelen Otpor Hareketi

Görsel 4: Kmara Hareketi Logosu



Görse 4: Gürcistan'da "Yeter" anlamına gelen Kmara Hareketi

3.4.3 Ukrayna'da Turuncu Devrim: Kasım 2004 ile Ocak 2005 arasında Ukrayna'da bir dizi protesto ve siyasi olay yaşanmıştır, seçmenlerin sindirilmesi ve doğrudan seçim yolsuzluğu nedeniyle öne sürüldüğü iddia edilen 2004 Ukrayna Cumhurbaşkanlığı seçimleri için yeniden oylama turuna neden olmuştur (Wilson, 2009). 2004 yılında Kiev'de sosyal medya bulunmamaktadır ancak elektronik medya önemli bir rol oynamıştır. Çevrimiçi sohbet panolarına evlerden ve ofislerden erişilmiştir, cep telefonları ve kısa mesajlar yeni medya için önemli bir rol oynamıştır (Satell, 2014). Sonuçta, Ukrayna Yüksek Mahkemesi Viktor Yuşçenko'yu Cumhurbaşkanlığı seçiminde kazanan olarak ilan etmiştir.

3.4.4 Wall Street'i İşgal Et (Occupy Wall Street): 2011 yılında New York, ABD'de Wall Street'in sosyal ve ekonomik eşitsizliğe, açgözlülüğe, yolsuzluğa ve şirketlerin aşırı müdahalesine karşı işgal edilmesine yönelik bir protesto hareketidir (Occupywallst.org). Temmuz ayında bir anti-tüketim dergisi Adbusters'ın Lower Manhattan'da 17 Eylül yürüyüşü için öneri olarak sunduğu bir Twitter denemesi olarak başlamış, protestocular iki ay boyunca Twitter, Facebook ve YouTube gibi sosyal siteleri kullanarak mesajlarını dünyaya yaymışlardır (Preston, 2011). 450.000'den fazla Facebook kullanıcısı Occupy Wall Street sayfalarına katılmış; Twitter'da #ow hashtag'i altında on binlerce takipçisi olan 100'den fazla hesap biraraya gelmiştir. Ana hesap olan @occupywallstnyc'nin 94.000'den fazla takipçiye ulaşmıştır. Facebook ve Twitter ağları ile sokaklar harekete geçmiştir. Protestocular her türlü sosyal medyayı kullanarak hareketi canlı tutmuştur. Ülke çapındaki büyük şehirler için Facebook sayfaları açılmış, iletişim için Twitter hashtag'leri oluşturulmuş, YouTube, Vimeo ve Livestream'de sayısız video yayınlanmıştır (Ngak, 2011).

3.4.5 Taksim Gezi Parkı Protestoları: Ekim 2012'de hükümetin “Taksim Yayalaştırma Projesi” olarak bilinen tartışmalı yenileme planı, şehrin kalbine giden yolların kapanmasıyla başlamış ve ardından bir sivil grup olan Taksim Dayanışma'dan bir grup aktivist yenileme planlarının eleştirisi ve buldozerlerin parktaki ağaçları kesmek için bölgeye gelmesi nedeniyle Gezi Parkı'nda toplanmıştır (Hürriyet, 2013). Aktivistler, parkta büyük bir toplantı için sosyal medya aracılığıyla çağrıda bulunmuşlar, hükümete karşı elektronik kampanya başlatmışlar, protestolar sırasında sosyal medyanın popüleritesi kısmen Türk medyasının başarısızlığından kaynaklanmıştır. Twitter bilgi arayan dijital okuryazar insanlar için fark edilir bir çıkış noktası olmuştur (Tunç, 2014).

#Direngeziparkı (950.000 tweet), #occupygezi (170.000 tweet) veya #geziparkı (50.000 tweet), # BugünTelevizyonlarıKapat (50.000 tweet) gibi protesto ile ilgili hashtag'lerden bahseden milyonlarca tweet gönderilmiştir (Tucker, 2013).

Son on yılda sosyal medyanın etkilerine buraya kadar aktarılan pek çok aktivist harekette olduğu gibi fazlasıyla tanık olunmuştur. En önemli etkileri, rejimlerin değiştirilmesi ve hükümetlere karşı durulması alanında görülmüştür. Sosyal medya milyonlarca kullanıcının fikirlerini ifade etmesine, neler olduğunu ve olayların arkasındaki boşlukları açıklığa kavuşturmaya yardımcı olan haber ve olayların paylaşılmasına yardımcı olmuştur.

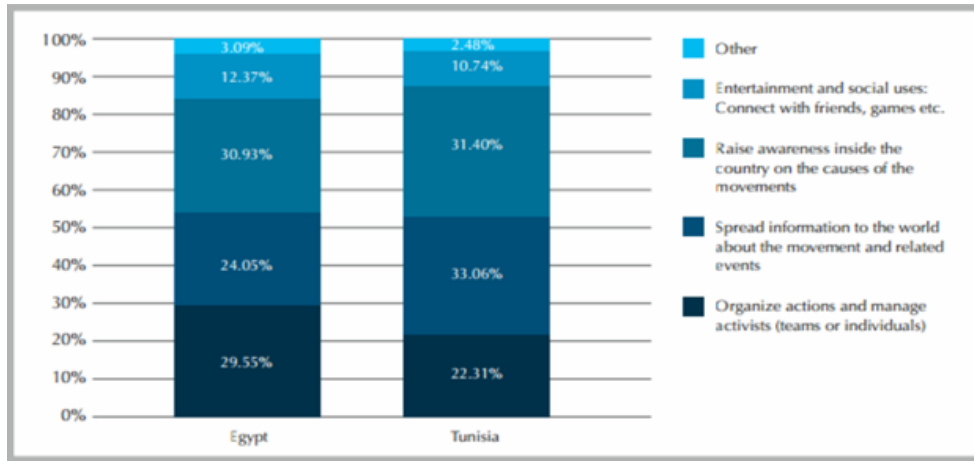
3.5 Krizlerde Sosyal Medyanın Etkisi ve Rolü

Sosyal medya, kamuoyunun bilgilendirilmesi, paylaşılması ve bazen de etkilenmesi açısından birincil medya haline gelmiştir. Kriz ve olaylardan muzdarip bazı ülkelerde bulunan insanlar ve gazeteciler krizleri gören, olayları aktaran ve analiz eden göze dönüşmüştür. Sosyal medyanın kullanılması Arap ülkeleri için yeni bir sayfa açmıştır. Arap dünyasında çeşitli alanlarda değişim için sesler yükselmiştir. Hükümeti değiştirmek veya yenilenme isteyen gençler aralarında iletişim ve koordinasyonla modern yöntemler kullanmıştır. Arap bölgesinde protestolar, oturma eylemleri ve gösteriler sosyal medya araçlarının kullanılması aktif ve etkili bir faktör olmuş, umutlarını, değişim arzularını ve isteklerini ifade etmek için, bu yöntemi çıkış yolu olarak görmüşlerdir.

Sosyal medya krizlerde ve savaşlarda, özellikle krizlerin başında unutulmaz bir rol oynamış; Arap baharı boyunca Tunus'taki hareketin, onları yenmek için zulümcülere karşı teknoloji kullanan gençlerin hareketi olmuştur. Herkesin aynı safta olmasını ve aynı hedef doğrultusunda çalışmasını sağlamak ve organize etmek için Facebook, Twitter ve YouTube gibi sosyal medya siteleri kullanılmıştır.

Mesajlar sadece kendi aralarında değil, tüm dünyadaki insanlara yayılmıştır. Bir araştırmaya göre, Mısırlıların yaklaşık %85'i ve Tunusluların % 86'sı bir ankette, aşağıda Grafik 2'de gösterildiği gibi farkındalığı yaymak, bilgi yaymak veya eylemler düzenlemek için sosyal medya kullandıklarını söylemiştir (Gire, 2014).

Grafik 2: 2011'in Başında Olaylar Sırasında Sosyal Medya Kullanımı



Arap Baharı'ndan önce Twitter, Tunus ve Mısır'daki kullanıcıların en büyük şehirlerde yaşayan sadık bir takipçisine sahipti. Devrimlerden önce her iki ülkede Twitter konuşmalarının kayıtları mevcut olmasa da, dünyanın birçok yerinde Twitter, aile ve arkadaş ağları tarafından günlük yaşam için kullanılmıştır. Facebook politik bir araç haline gelmiştir çünkü insanlar bunu içerik toplamak ve benzer düşünen bireylerle bağlantı kurmak için yararlı bulmuştur. Tunus hükümeti, sosyal medyayı kısıtlama konusunda Mısır rejiminden daha aktifti. 2007'de uzun bir süre YouTube ve DailyMotion'ı ve 2008'de bir ay boyunca Facebook'u engellemiştir (Howard ve Hussain, 2013).

Mısır'daki protestoculardan biri protestoları planlamak için Facebook, koordinasyonu sağlamak için Twitter ve dünyaya anlatmak için YouTube kullandıklarını belirtmiştir (Shearlaw, 2016).

Görsel 5: Mısır'da protestoculardan biri Twitter'da yer alan yazısı (Mısır Devrimi 25 Ocak 2011)



Fawaz Rashed
@FawazRashed



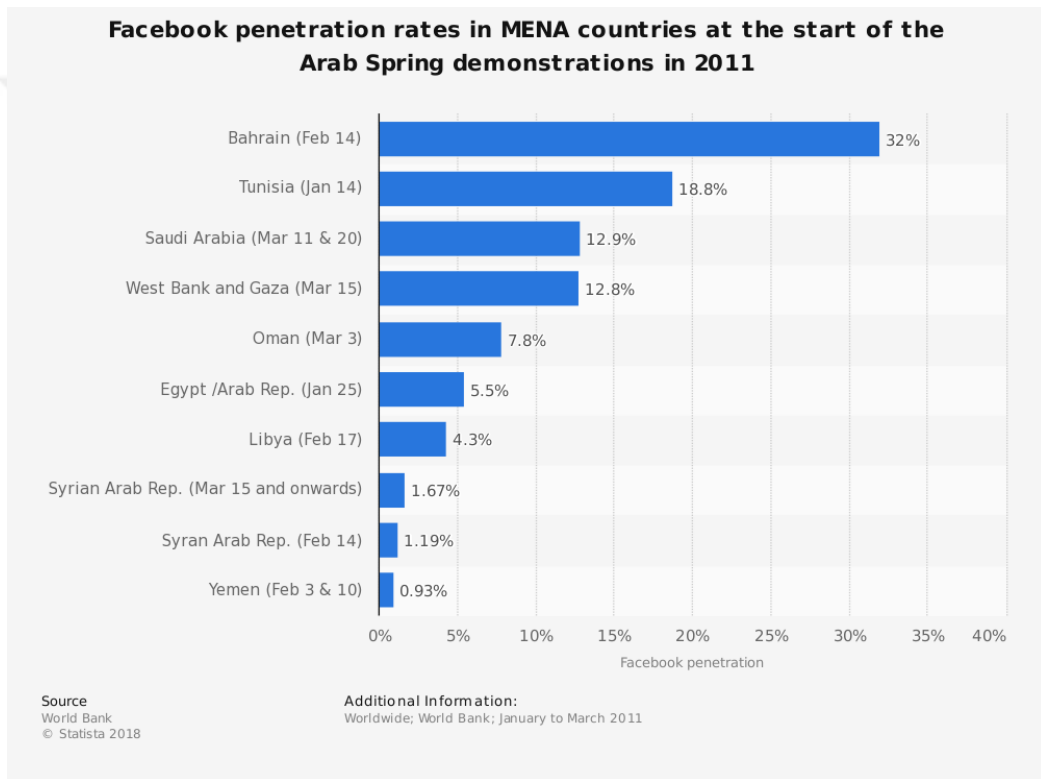
"We use Facebook to schedule the protests, Twitter to coordinate, and YouTube to tell the world." #egypt #jan25

2:04 AM · Mar 19, 2011 · Twitter Web Client

Libya'da Facebook ve Twitter'ın ülke içinde engellendiği bildirilse de kullanıcılar proxy sunucularını ve diğer araçları kullanarak kısıtlamaları aşmayı başarmışlardır (BBC, 2011).

Grafik 3'teki istatistikler, 14 Ocak 2011'de Facebook kullanımının %14 arttığını göstermektedir.

Grafik 3: Ocak-Mart 2011 döneminde Arap Baharı gösterilerinde örgütlenme ve protestoların başlamasında Facebook sosyal ağ platformunun rolü



Mart 2011'de Facebook, protestocular için harika bir platform olmuştur. Facebook sayfası olarak açılan "Suriye Devrimi sadece bir tık ötede", hızla 100.000'in üzerinde takipçiye ulaşmıştır (Alkousaa, 2016). Kökeni tanımlanamayan sayfa, Arap dünyasındaki en baskıcı diktatörlüklerden ikisini deviren Tunus ve Mısır devrimleri gibi, bir devrim çağrısında bulunmuştur.

2000 yılında iktidara geldiğinden bu yana Cumhurbaşkanı Beşar Esad'ın Hükümeti, kullanıcıların Suriye dışındaki diğer üyelerle etkileşime girebileceği Facebook gibi web sitelerini yasaklayarak muhalefeti bastırmaya çalışmıştır. Şam'daki birçok İnternet kafe, bloğu atlamak ve Facebook'a erişmek için web proxy'leri kullanmaya başlamış, ancak daha

sonra aniden siteye girilebildiği keşfedilmiş, ancak bunun hükümetin bir hilesi olduğu düşünülmüştür (Reuters, 2011).

Twitter'da, 18 Nisan 2011'de oluşturulan @SyRevoSlogans5 hesabı, ülke çapında gösteriler sırasında insanların kullanması için birçok slogan üretmiştir. Benzer şekilde, @syrianjasmine kullanıcıları da "haydut" haberlerini Daraa kasabasına yaymıştır (Ahmad, ve Hamasaeed., 2015).

2011'in ilk üç ayına baktığımızda, Arap Baharı'nda dijital medya kullanmanın beş aşaması olduğu açıktır (Howard ve Hussain, 2013):

- 1- Hazırlık aşaması: aktivistler birbirlerini bulmak, ortak şikâyetler etrafında dayanışma kurmak ve kolektif politik hedefleri belirlemek için dijital medyayı kullanmıştır.
- 2- Ateşleme aşaması: ana akım devlet kontrollü medya tarafından göz ardı edilen, dijital olarak dolaşan ve halkı öfkeliendiren bazı kışkırtıcı olayları içermektedir.
- 3- Dijital olarak koordine edilen sokak protestoları aşamasıdır.
- 4- Dijital medyanın uluslararası hükümetlerde, küresel diasporalarda ve özellikle denizaşırı haber ajanslarında çizim yapmak için kullanıldığı uluslararası katılım sürecidir.
- 5- Devletin yalldığı ve protestocuların eve gitmek zorunda kaldıkları (Bahreyn, İran), yöneticilerin kabul ettiğı ve kamu taleplerini (Mısır, Tunus) veya grupların uzun bir çıkmaza (Libya, Suriye) ulaştığı ve kazananlar ve kaybedenler arasındaki ideolojik bir savaşta protesto sonrası bilginin son ifadesidir.

Sosyal medya, haberleri siteden hızlı ve derinlemesine iletmede krizlerde büyük rol oynamıştır. Bu da kitlenin neler olup bittiğini anlama, yorumlama, analiz etme ve bunlarla etkileşimde bulunmalarını sağlamıştır.

Sosyal medya, Suriyeli mültecilere başkalarıyla iletişim kurma, yolculukları hakkında bilgi toplama, finansal konularda yardımcı olmak için kitle fonlaması gibi birçok avantaj sağlamaktadır. Buna rağmen, Suriyelilerin tüm tasvirleri olumlu olmamıştır. Sosyal medya, ayrıca bu mültecileri olumsuz olarak yansıtan sahte haberlerin çlgınca yayıldığı bir ortam da yaratmaktadır. Sosyal medya iki yönlü olumlu ve olumsuz etkileri vardır:

⁵ <https://twitter.com/syrevoslogans>

3.5.1 Olumlu Etkiler:

3.5.1.1. Krizlerde Sosyal Medya ve Vatandaş Gazeteciliği

Son yıllarda sosyal medyanın özellikle ortalama vatandaşların haberlerin toplanmasına, yayılmasına ve analizine katılmasını sağlama krizlerinde oynadığı olumlu rol hakkında çok fazla tartışma olmuştur. Geleneksel gazetecilik, haberleri yakalamak için Twitter, Facebook, YouTube ve bloglar gibi ağlara bağımlı hale gelmiştir. Yunan Amerikalı köşe yazarı Arianna Huffington, konuya ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *“Vatandaş Gazeteciliği, haberleri iletmenin paha biçilmez bir parçası olarak hızla ortaya çıkıyor. Web'in genişlemesi ve kameralı telefonların ve video kameraların giderek azalan boyutu ve maliyeti ile gazetecilik eylemlerini yerine getirme kabiliyeti herkese yayılıyor.”* (Murphy, 2019)

Araştırmacılar ve uygulayıcılar arasında ortaya çıktıklarında üzerinde mutabık kalınan hiçbir eleştirel görüş olmadığından, vatandaş gazeteciliğinin ne zaman ortaya çıktığı konusunda farklı görüşler vardır. Başkan John Kennedy'nin suikastını kendi kamerasıyla kaydeden Abraham Zapruder, bazen vatandaş gazeteciliğinin atası olarak sunulmaktadır (Satürn, 2013), ancak birçoğu vatandaş gazeteciliğinin gerçek görünümünün Aralık 2004'teki Tsunami olaylarının takibi sırasında ortaya çıktığını kabul etmektedir. Sıradan vatandaşlar fotoğraf ve video çekerek medya kuruluşlarına göndermişler ve medya, acı dolu anları kaydeden tanıklara dayandırmıştır haberlerini (Dameron, 2007). Krizlerde sosyal medyanın kullanımı artmaktadır çünkü vatandaş gazeteciliği olaylara karşı hızlı hareket ederen yeni bakış açıları kazanmıştır.

Kriz zamanlarında sosyal medya bilgi edinmeye yardımcı olmaktadır (Sutton vd., 2008) Sosyal medya, dünyanın farklı yerlerindeki cinsiyetler tarafından mülteci krizi hakkında daha fazla bilgi ve algı oluşturmak için kullanılmakta, insanların hikayeleri paylaşımlarını ve göçmenlerin durumuyla daha iyi ilişki kurmalarını sağlamaktadır (Agyemang, 2016) Avrupa'daki mültecilerin durumunun takibi ve direnişlerin uzun vadede daha da güçlenmesi de sosyal medya platformları sayesinde mümkün olmuştur.

3.5.1.2. Mültecilere Sempatiyi Teşvik Etmede Sosyal Medya Rolü

Sosyal medya, mültecilere ilişkin sempati oluşması, onlara karşı insani davranışların geliştirilmesinde bir teşvik unsuru olarak işlev görmüştür (Slovic vd., 2017). Örneğin Macaristan'daki sosyal medya görüntülerinin, Macarlar arasında Suriyelilerin içine düştüğü kötü koşullara ilişkin güçlü duygusal tepkilerin oluşmasında etkisi olmuştur (Kallius vd., 2016).

Ayrıca, sosyal medyanın akran baskısına yol açtığı ve Suriye'nin durumuna ilişkin ilginin viral bir şekilde artmasına neden olduğu da sıklıkla dile getirilmiştir (Gustafsson, 2016).

Görsel 6: Biz Kardeşiz Hashtagi



#BizKardeşiz

<https://twitter.com/hashtag/bizkarde%C5%9Fiz>

Görsel 7: Kardeşime Dokuma Hashtagi



#KardesimeDokunma

<https://twitter.com/hashtag/kardesimedokunma>

Türkiye’de de Twitter’da çoğunlukla daha çok İslamî ve muhafazakar kesimin desteklediği #BizKardeşiz⁶, #KardesimeDokunma⁷, #AylanKurdi⁸ ve #KıyıyaVuranİnsanlık⁹ gibi bazı hashtagler, mültecilere ilişkin sempati oluşması amacıyla kullanılmış, mültecilere yardım etmek için çalışan birkaç İslami ve muhafazakar kesimin öncülük ettiği birkaç sivil toplum kuruluşu kuruluşmuştur.

Sosyal medya aracılığıyla mültecilerin gönderdiği fotoğraflar, bu sempatinin oluşmasında etkili olmakta, mültecilere yardımı teşvik etmekte ve içinde yaşanan zor koşulları tüm dünyanın görmesini sağlamaktadır.

Bunlardan bazıları şöyledir:

Madaya Ablukası: Suriye hükümeti tarafından Temmuz 2015'ten bu yana Suriye İç Savaşı nedeniyle şehrin sınırlarına yoğun şekilde yerleştirilen mayınlar, Şam kırsalındaki Madaya kasabasına yapılan kuşatmayı göstermektedir. Filistinli aktivistler tarafından sosyal paylaşım sitesi Facebook ve 6 Ocak 2016'da Twitter'da Arapçada

⁶ <https://twitter.com/hashtag/bizkarde%C5%9Fiz>

⁷ <https://twitter.com/hashtag/kardesimedokunma>

⁸ - <https://twitter.com/hashtag/AylanKurdi>

⁹ - <https://twitter.com/hashtag/KiyiyaVuranInsanlik>

¹⁰"مضايا_أخت_اليرموك" Madaya_Yermuk_Kardeşliği haştagi ile başlatılan kampanya özellikle Gazzeliler tarafından büyük ilgi görmüştür.

Görsel 8: Madaya Yermuk Kardeşliği Haştagi



https://twitter.com/hashtag/مضايا_أخت_اليرموك

Humans of New York Facebook Sayfası¹¹: Facebook'ta mültecilerin hikayelerini anlatan bir sayfadır. Sayfa, milyonlarca takipçiyi kendine çeken, mültecilerin kendine özgü tarzda öykülerini anlatmaktadır. Sayfanın 2010 yılında başlatıldığı ve 15 milyondan fazla Facebook ve yaklaşık 4 milyon Instagram takipçiye sahip olması dikkat çekicidir. Sayfanın kurucusu Brandon Stanton, çatışmalar nedeniyle mültecilerin neler yaşadığına ve kısıtlayıcı g yasaları nedeniyle içine düştükleri zor koşulların öyküleriyle, insanların dikkatini çekmeyi amaçladığını belirtmektedir (Aljazeera, 2015).

¹⁰ https://twitter.com/hashtag/مضايا_أخت_اليرموك

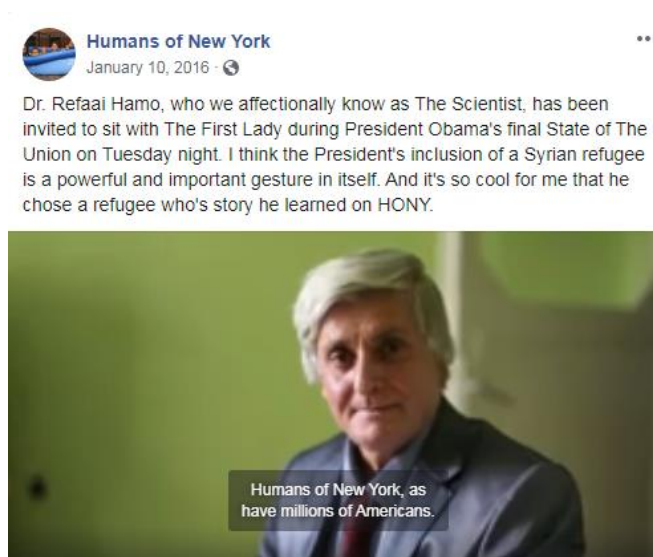
¹¹ <https://facebook.com/humansofnewyork>

Görsel 9: Humans of New York Twitter Sayfası



Refaai Hamo da Aralık 2015'te New York İnsanları sayfasında yer alan mültecilerden biri ve çok başarılı bir mühendis ve profesör olarak, hikayesi ile tüm dünyadaki insanların dikkatini çekmiştir. Suriye'deki evine atılan roket ile karısını, kızını ve diğer aile üyelerini kaybetmiş, hayatta kalan bir oğlu ve üç kızı ile Suriye'den kaçmış ve 2015'in sonunda Detroit'e gelmiştir. Başkan Barack Obama, Hamo'nun hikayesini okuduktan sonra, Michelle Obama'nın konğu olarak Amerikaya davet edilmiştir (Michiganradio, 2017).

Görsel 10: Facebookta Refaai Hamo'nun Hikayesi



<https://facebook.com/humansofnewyork>

Aktör Edward Norton, Hamo'nun New York İnsanları aracılığıyla hikayesini öğrendiğinde, crowdfunding web sitesi Crowdrise aracılığıyla Hamo'nun bir ev bulması ve Hamo'nun kanser tedavisi için 450.000 dolardan fazla bağışta bulunmuştur (Bennett, 2016).

3.5.1.3. Sosyal Medyanın Suriyeli Halkın Kolektif Hafızasına Olumlu Katkısı

Sadece savaşlarda veya devrimlerde değil, aynı zamanda savaşlar sırasında mültecilerin acılarını ve seslerini hızlı ve ulaşılabilir şekilde dünyaya aktarmaları için de sosyal medya büyük avantajlar sağlamış, birçok ülkede algıyı ve çerçeveyi olumsuzdan olumluya çevirmek için kullanılmıştır (Greussing ve Boomgaarden, 2017).

Sosyal medya, dünyayı, mültecilerin sadece öyküleri ve acıları hakkında bilgilendirmekle kalmayıp aynı zamanda maruz kaldıkları durumları da hafızada tutma ve gelecek nesiller için tarihe not düşme konusunda da birçok avantaj sağlamıştır (Kirişçi, 2016). Suriyeli mültecilerin kolektif hafızasının oluşumunda en önemli faktörlerden biri olan sosyal medya, mültecilerin algılarını da şekillendirmiştir. Zira, sadece mültecilerin yaşadıkları acılara ve sorunlara ilişkin görüntü ve bilginin paylaşılması değil, aynı zamanda diğer insanların mültecileri nasıl görüp algıladıkları hakkında da mültecilerin bakış açısını şekillendirmektedir.

Sosyal medya, ülkelerinde kalan Suriyelilerle daha fazla bağlantı kurulmasına da izin vermiştir (Bashour, 2015). Sosyal medya ayrıca, mültecilerin ülkelerinde geride kalan Suriyelilerle daha fazla bağlantı kurmasını da sağlamıştır.

Özellikle YouTube'un, savaştan sonra Suriye halkının kolektif hafızasında önemli bir rol oynadığını, bu tür sosyal medya sitelerinin kullanımının ücretsiz olması nedeniyle, aktivistlerin Suriye'deki olaylarla ilgili daha fazla video yükleme şansına sahip olduklarını, böylelikle anılarını koruyabildiklerini ve nihayet aralarında konuşmalarına olanak sağladığını söylemek mümkündür (Smit vd., 2016).

Hafıza gününün imgelerine dayanılarak inşa edildiği için bu özellikle önemlidir (Halbwachs ve Coser, 1992). Sosyal medya, bu görüntülerin geleceğe yönelik olarak korunmasına yardımcı olmakta, böylece halk Suriye'de, krizden sonra neler olup bittiğini anlama ve konuşma fırsatı bulabilecektir. Şurası açıktır ki bir grubun kolektif hafızası onların kriz karşısında dirençli olmalarını ve kayıplarından sonra topluluklarını yeniden inşa edebilmelerini sağlamak açısından önemlidir. Bu, dışarıdan gelen farklı anıların saldırısı nedeniyle kendi anlatılarını doğru bir şekilde tasvir edemeyen Suriyeli mülteciler için özellikle önemlidir.

Sosyal medya yoluyla bir hafıza bankası oluşturmak, Suriye halkının kolektif hafızasının korunmasına ve geliştirilmesine izin vermekte ve esnekliklerini artırabilmekte ve böylece içine düşülen krizin olumsuz etkilerinden bazılarını önleyebilmektedir. Ayrıca Suriye'de olup bitenleri, mülteci krizinin neden olduğunu ve kimlerin etkilendiğini daha iyi anlamak için bu kolektif hafızayı genel halka yayabileceklerdir.

3.5.1.4. Mültecilerin Eğitim, İletişim ve Bilgi Alanlarında Sosyal Medya Rolü

Mültecilerin sadece misafirperverliğe, yemeğe ya da barınmaya değil, aynı zamanda bilgi sahibi olmaya, öğrenmeye ve tüm dünyadaki diğer vatandaşları ile bağlantı kurmaya ihtiyaçları bulunmaktadır.

Sosyal medya, mültecilerin hikayelerini birbirlerine ve başka insanlara yaymaya ve yerleştikleri ülkedeki insanlarla bağlantı kurmalarına yardımcı olmakta, böylece ihtiyaç duydukları sosyal desteğe de daha rahat ulaşmaktadırlar.

Mülteciler yolculukları hakkında bilgi toplamak ve göç hakkında bir karar almak için sosyal medyadan faydalanmışlardır. Suriyeli sığınmacı göçmenler göç öncesinde ve sırasında sosyal medya bilgilerine, genellikle akıllı telefonlarla erişebilmişlerdir ve kurdukları sosyal bağlarla buradan ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmışlardır (Dekker vd., 2018).

Sosyal medya ağ siteleri, mültecilerin dil ve kültürel yeterlilikleri edinmeleri ve hem sosyal sermayeyi hem de birbirine bağlanıp köprü kurmalarını sağlamıştır. Bütünleşme politikaları ve ev sahibi toplumun mültecilere karşı olumlu tutumları, mültecilerin sosyal medya üzerinden dil öğrenmelerini ve böylelikle diğerleriyle bağ kurmalarını da sağlamıştır (Alencar, 2017).

Mülteciler çeşitli hizmetlere ihtiyaç duymaktadırlar, bu da sosyal medyayı onların ihtiyaçları olan hizmetlerle ilişkilendirmede değerli bir araç haline getirmektedir (Kirişçi, 2014). Artan fenomenlerden biri de mültecilerin özel eğitimi olmuştur, bu konuda yardımcı almak için sosyal medyaya başvurmuşlardır (Menashy ve Zakharia, 2018).

Mülteci krizi konusunda geleneksel medyadaki boşlukları sosyal medya doldurmuş, doğru haberlerin yayılmasını sağlamıştır.

3.5.1.5. Suriyeli Mülteciler İçin Kitle Fonlamada Sosyal Medyanın Olumlu Rolü

Sosyal medya, mültecilere acı hikayelerini yayınlayarak yardım ve para toplamada da olumlu bir etkiye sahiptir. Suriye'deki durumun büyüklüğünün gün ışığına çıkmasının yanı sıra, mültecilere ilişkin sempatinin ve farkındalığın oluşmasına da katkı sağlamaktadır. Mülteciler için finansal kaynaklara erişim ve başarılı bir şekilde kitle fonlamasından yararlanılmasını da sağlamıştır. Bu anlamda Beyrut sokaklarında 4 yaşındaki kızını kucağında taşıyan ve kalem satan Suriyeli mülteci Abdul Halim Attar'ın hikayesi Facebook ve Twitter'daki birkaç aktivist tarafından paylaşılnca konuya ilişkin büyük bir farkındalığın oluşması sağlanmıştır (The Associated Press, 2015).

Norveç'te yaşayan Gissur Simonarson adında bir İzlandalı aktivist, 15 gün içinde Suriyeli mülteciye bağış toplama amaçlı bir kampanya başlatmış ve bu fotoğraftan sonra #BuyPens¹² (Kalem Al) hashtagi yayılmıştır (İndiegogo, 2015).

Görsel 11: Abdul Halim Al-Attar'ın Twitter'da yayınlanan fotoğrafı



Twitter'da @Buy_Pens

Simonarson Ağustos 2015'te Twitter'da @Buy_Pens adıyla açtığı hesap, 24 saat içinde yaklaşık 2.600 kişinin katılımı ile 75.000 Dolara ulaşmıştır. Kampanya çerçevesinde 190.000 Doların üzerinde para da “Indiegogo” web sitesinde toplanmış ve Attar'a teslim edilmiştir. Bu parayla, Attar Lübnan'da üç mağaza açıp 16 Suriyeli mülteciye iş imkanı sağlamıştır.

CNN olayla ilgili olarak sosyal medyanın gücüne ve yalnızca bir görüntünün bir insanın hayatını nasıl değiştirebileceğine odaklanan bir haber yayınlamıştır (Alarab, 2015).

¹² https://twitter.com/buy_pens

Kitle fonlaması kampanyaları genellikle öngörülemeyen krizler, tıbbi maliyetler, yeni bir yere taşınma, eğitim gibi temel ihtiyaçlar için para toplamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, bu tür kampanyalara yapılan bağışlar, kampanyanın konusuyla empati veya duygusal bir bağlantı tarafından motive edilmekte ve bu tür bağışlar karşılıksız yapılmaktadır (Gerber ve Hui, 2013).

Sosyal medyanın Suriyeli mültecilere yardım ettiği en büyük alan kitle fonlamasıdır. Mülteciler, yaşamsal masraflar ve yolculuk sırasında ihtiyaçları olan mali yardımı bu şekilde de bulmaya çalışmışlardır.

3.5.1.6. Suriyeli Mülteci Krizinin Kitlelere Taşınmasında Sosyal Medya Yoluyla Paylaşılan Canlı Videoların Etkisi

Suriye'deki mülteci krizin daha geniş kitlelere aktarılmasında canlı videolar da önemli bir rol oynamıştır. Suriyeli mültecilerin olup bitenlerin paylaşımında kontrolü sağlamalarına ve kitlelerin dikkatini konunun üzerine çekmelerine yardımcı olmuştur. YouTube ve diğer sosyal medya web siteleri, olayların görüntülerini yayınlatabilmeleri için alan açmıştır.

Ayrıca krizin kim tarafından tetiklendiğine ve yapılanların gerekçelerine dair halkın algısının değişiminde de sosyal medyanın katkılarını görmek mümkündür (Parater, 2015).

Canlı videolar, mültecilere yolculuktan sonra neler yaşandığı ve yeni evlerine nasıl yerleştikleri hakkında da bilgiler vermektedir. Bu paylaşım yararlıdır çünkü mültecilerin yaşadıklarını zorluklar da paylaşılmaktadır (DWNNews, 2019).

Sosyal medya aracılığıyla paylaşılan canlı videolar, mültecilerin yerleştikleri yerlerde çevrelerindeki birçok insan gibi benzeri şekilde yaşadıklarını göstermektedir (Parker, 2015).

3.5.1.7. STK'larda Sosyal Medya ve Suriyeli Mültecilerle Sosyal Dayanıklılığın Geliştirilmesi

Sosyal medya, sivil toplum kuruluşları (STK'lar) gibi sosyal dayanıklılığın, (*esnekliği arttırmak ve koşullara uyum sağlamak anlamına gelen*), teşvik edilmesinde yararlı bir araçtır. Avustralya ve Yeni Zelanda'yı etkileyen bir dizi doğal afet sırasında sosyal medyayı kamusal olarak kullanan sivil toplum kuruluşları, halkın resmi / gayri resmi bilgi kaynağı olmuşlardır. Ayrıca, bir tür psikolojik ilk yardım kaynağı olarak da toplumun direncini destekleyen birer kaynak olarak hareket etmişlerdir (Taylor vd., 2012).

Bu kuruluşlar, felaketlerden etkilenenleri yardım alabilecekleri doğru adreslere yönlendirmişler, bu arada sosyal medyayı, insanları bir araya getirme ve kaynakları paylaşmaya teşvik etme, böylelikle felaketlerden etkilenen kişiler arasındaki işbirliğini teşvik etme işlevini de görmüşlerdir. Çevrimiçi sosyal desteğin, sağlık açısından bireylerin, felaketlere karşı dayanıklılığını arttırdığı ve psikolojik iyileşmeye katkıda bulunduğu kabul gören bir gerçektir (Lee ve Kvasny, 2014). Bu durum, iç savaşın bir sonucu olarak yaşanan travma sonrası stres bozukluğu veya diğer akıl sağlığı sorunlarından muzdarip Suriyeli mülteciler için, aynı ızdırapları yaşamış başkalarıyla konuşabilmeleri açısından da geçerlidir ve işe yaramıştır.

Sosyal medya, mültecilere ilişkin olumsuz algı ile mücadelede, onların kişisel anılarını kamusal bir alanda koruyabilmelerinde ve böylelikle sosyal dayanıklılığı geliştirebilmelerinde sivil toplum kuruluşları için bir araç olmaktadır. Ayrıca STK'lar mültecileri bir araya getirmek, sorunları ve ihtiyaçları hakkında konuşabilmelerini sağlamak için de sosyal medyayı kullanmaktadırlar (Jdaitawi vd., 2018).

3.5.2. Olumsuz Etkiler

3.5.2.1. Sosyal Medya ve Sahte Haber Sunumu

İnternet üzerinden yayılan ve yanlış kaynaklardan gelen bilgileri tanımlamak için kullanılan “sahte haber” in yayılımında son zamanlarda bir büyüme olmuştur (Steensen, 2018). Bunun Suriye mülteci krizinin algısı ve diğer olaylara ilişkin doğru bilginin edinilmezi üzerinde de olumsuz etkisi olmuştur. Medya, insanların küresel olayları algılama biçimini sıklıkla şekillendirmektedir. Örneğin, Suriye savaşıyla ilgili YouTube videolarının incelenmesi durumunda, izleyicilerin Suriyeli mültecileri nasıl gördükleri ve çatışmayı bir iç savaş mı yoksa bir kriz olarak mı ifade ettikleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülecektir (Meis, 2016). Videoların içerikleri, izleyicilerin sorunu tartışma biçimini şekillendirmekte ve olumsuz propaganda yaymak için bir araç da olabilmektedir.

Başka bir araştırma, zaman geçtikçe Amerikan halkının Suriyeli mültecilere savaşın başlangıcındaki aşamaya göre daha az sempati duyduğunu göstermiştir. Bunu, sahte haberlerin bireyleri çevreleyen anlatıyı değiştirdiği gerçeğine büyük ölçüde atfetmek mümkündür. Birçok kaynak Avrupa'ya giren mülteci sayısını yüksek göstermiştir, diğerleri ise şiddet olaylarına odaklanarak mültecileri şiddet üreten unsurlar olarak göstermişlerdir (Adida vd., 2017). Almanya'daki kimi medya kuruluşları kültürel ve dini farklılıklara vurgu yapan görüntülere yer vererek endişe duygusu yaratmış ve mültecilerin bununla başa çıkmasını neredeyse imkansız hale getirmiştir (Holmes ve Castaneda, 2016).

Sahte haberlerin sosyal medya üzerinden yayılması, kamuoyunun Suriye iç savaşı konusunda olumsuz algıya sahip olmasında belirleyici olmuştur.

3.5.2.2. Mültecilere Yönelik Sosyal Medya ve Merhamet Yorgunluğu

Sosyal medya üzerinden bilgi ve paylaşım yapan bireylerin, Suriye iç savaşı hakkındaki manşetlere, imgelere ve statülere bir süre sonra alıştıklarını ve bunun da mültecilere şefkat gösterme refleksinde zayıflama yarattığını söylemek mümkündür. Sosyal medya içerikleri, tartışılan konulara ilişkin genellikle sansasyonelleştirme eğilimindedir ve bu da son derece önemli konuların sağlıklı tartışılabilmesi açısından bile sorun yaratmaktadır.

Travmatik haberlere tekrar tekrar maruz kalmanın merhamet yorgunluğuna yol açtığını söylemek mümkündür. Sosyal medya paylaşımlarının yarattığı merhamet yorgunluğunun (Vasterman, 2018) varlığı ve düzeyini anlamak bu çalışmanın da bir alt amacını oluşturmaktadır. Suriyeli mültecilere ilişkin sosyal medyadaki artan ve tekrarlanan haberlerinin merhamette yorgunluğa nasıl neden olduğunu anlamak, esasen mülteci konusunu bir bütün içinde anlamak açısından da anlamlıdır.

2 Eylül 2015'te ailesi ile birlikte Muğla'nın Bodrum ilçesinden Yunanistan'ın İstanköy adasına şişme botla geçmeye çalışırken annesi ve kardeşi ile birlikte boğularak hayatını kaybeden üç yaşındaki (Clarke ve Shoichet, 2015). Aylan Kurdi'nin görüntüsü haberlerde ve daha sonra sosyal medyada geniş çapta paylaşıldığında, görüntünün yayılmasından hemen sonra mültecilerle dayanışma girişimleri hızla artarak zirveye çıkmış, bir tek fotoğraf bile mülteci sorunlarının algılanmasına önemli katkıda bulunmuştur. Ancak aradan geçen bir yıl sonra, mülteci sorununa ilişkin bağlılık azalmıştır (Thomas vd., 2018). Bunun nedenini, insanların görüntüye tekrar tekrar maruz kalması ve bu nedenle aşırı uyum sağlaması olarak görmek mümkündür. Ayrıca artan merhamet seviyelerini zaman içinde geldiği düzeyde tutamama da bunda etkili olmuştur (Sorenson vd., 2017). Bir bireyin bir mülteciye ilişkin görüntüyü izlerken yaşadığı sıkıntı, o mültecilerle ne kadar ilgilendiğinin en iyi göstergesi olarak kabul edilmektedir (Thomas vd., 2018).

Suriyeli mültecilerle ilgili haberlerin sosyal medyada aşırı düzeyde tekrarlanması merhamet yorgunluğuna yol açmış, aynı hikayelerle sürekli karşılaşmaya rağmen, herhangi bir değişikliğe dahil olamama ve yardım edememe hali, yılgınlıkla yaratmıştır. Aynı haberlerin sürekli tekrarlanması, bir alışkanlık yaratmış, bu da merhamette azalmaya neden olmuştur.

Vasterman, konuyu, “sosyal medya doğası gereği haberleri nasıl tüketmemize izin vererek, bir konunun birkaç saat boyunca sıcak bir konu haline gelmesini sağlamakta ve bunu yaygınlaştırmaktadır, daha sonra o konuya ilgi, kamu bilincinin ön plana çıkmasıyla azalmaktadır” şeklinde açıklamaktadır (Vasterman, 2018).

Sosyal medya hızlı bir şekilde hareket etme ve haberler yayınlandıkça, bir sorundan diğerine geçme alışkanlığına sahiptir (Slovic vd., 2017). Bu, merhamet yorgunluğuna iki şekilde katkıda bulunmaktadır. Birincisi, her yeni krizin daha az etkisi olduğu için diğer krizlerin sürekliliğinin bir parçası olarak görülmekte ve böylece yukarıda belirtilen alışkanlık ortaya çıkmaktadır (Pascasio, 2017). İkincisi, medya sansasyonel öyküler içeren tıklamalarla gelir elde etmesinden sonra konuyla ilgilenmeye başlamaktadır (Sacco ve Gorin, 2018). Bu sansasyonel paylaşımlar, gerçek hikayeler paylaşıldıklarında, genellikle aynı şok değerine sahip olmadıkları için, genellikle hızla kaybolmakta ve halk üzerinde de gittikçe daha az etkili olmaya başlamaktadır (Mast ve Hanegreefs, 2015).

Bu anlamda toplum, zaten sorunlu bir hayat ile mücadele ederken, gittikçe daha sık karşılaştıkları görüntü ve hikayelerden sonra, merhamet duygularında da çözülme, düşüş ve ilgisizleşme başlamaktadır. Ortaya çıkan merhamet yorgunluğunu da bu anlamda değerlendirmek doğru olacaktır.

3.5.2.3. Sosyal Medya Suriyeli Sığınmacılara karşı yabancı düşmanlığını artırmak için kullanılmaktadır

Suriyeli mülteci krizi; ırksal ayrımcılık, müslüman karşıtı eğilimler ve yükselen yabancı düşmanlığı da dahil olmak üzere şu anda karşılaşılan diğer birçok sorunun kaynağı haline gelmiştir (Altay, 2017). Suriyeli mültecilerin Türk medyasındaki temsiliyetlerinde ise zaman zaman “Suriye’de suç işleyenler, katiller, tecavüzcüler, hırsızlar, uyuşturucu kaçakçıları” olarak yer aldığı ve insani yönünün unutulup, örneğin mültecilerin bir ismi olduğu gözardı edilerek, yalnızca bir rakam olarak olarak kendilerinden söz edildiği görülmüştür.

Ana akım medya, bazı köşe yazarları ve muhalefet, kentlerde yaşayan Suriyeli mültecilere yönelik endişe dil ve söylemini kullanmışlardır. Muhafazakar medya ve sosyal medya kanalları, mültecileri daha çok Türkiye’den elde ettikleri kazanımlar ve haklar üzerinden, Türklerin vergi ödemesine rağmen yerleşik mültecilerin Türklerden daha fazla yarar elde etmesi üzerinden konumlayarak içerik geliştirmişlerdir.

Ayrıca, nefret söylemi, ırkçılık ve göçmenlere karşı ayrımcılık da karakterize bir hal almıştır (Nas, 2015).

Bu tür bir temsil, Suriyeli mültecileri istemeyen ve bunu yansıtmak için sosyal medya platformlarını kullanan Türk halkı arasında gerginlik oluşması ve büyümesine de sebep olmuştur. Bazı hashtag'ler, Türklerin Suriyeli mültecilerden kurtulma arzusunun ifade etmek için kullanılmıştır: *#Suriyelileriistemiyoruz*¹³, *#SuriyelilerDefoluyor*¹⁴, *#suriyelilerdefolsun*¹⁵, *#ülkemdesuriyeliistemiyorum*¹⁶,_ve *#SuriyelilerSuriyeye*¹⁷ gibi Bu Twitter hashtaglerinden ilki 30 Ekim 2016'da kullanılan *#Suriyelileriistemiyoruz*, hashtagidir. Yabancı düşmanlığı söylemine ve mülteci karşıtlarından destek almıştır. Bu hashtag, genellikle şu ifadelerin eklenmesi ile paylaşılmıştır:

#Suriyelileriistemiyoruz “Suriyeliler ülkeye cahillik, suç ve huzursuzluktan başka hiç birşey getirmedi”.

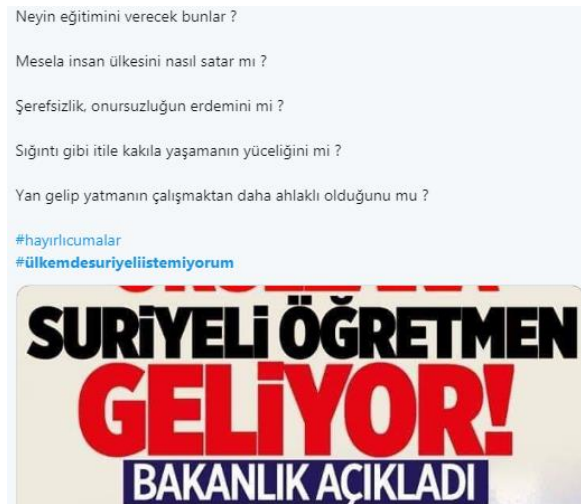
#Suriyelileriistemiyoruz “Siz hiç kaçtığı ülkeye bayram tatiline giden mülteci gördünüz mü?”

#Suriyelileriistemiyoruz “Ülkemde Suriyelileri istemiyorum diye ırkçı oluyorsam ırkçıyım. Allah'a şükür milliyetçiyim”.

#Suriyelileriistemiyoruz “bir an önce defolup gitsinler. Yeter ulan ülkemizde yabancı olduk”.

#ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum trendiyle sosyal medyada yürütülen yabancı düşmanlığı kampanyası, Suriyeli mültecileri finansal ve sosyal bir yük olarak gören ve onları iş gücünü çalmakla suçlayan insanlar tarafından desteklenmiştir (Tokyay, 2016).

Görsel 12: #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 1



¹ <https://twitter.com/hashtag/Suriyelileriistemiyoruz>

¹⁴ <https://twitter.com/hashtag/suriyelilerDefoluyor>

¹⁵ <https://twitter.com/hashtag/suriyelilerdefolsun>

¹⁶ <https://twitter.com/hashtag/ülkemdesuriyeliistemiyorum>

¹⁷ <https://twitter.com/hashtag/SuriyelilerSuriyeye>

Görsel 13: #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 2

Bayramda Suriye'ye giden Suriyeliler bayram sonrası ülkeye alınmasın. Bayramda Suriye'ye gidebiliyorsa can güvenliği tehlikede değil bize sığınmasına gerek yok.

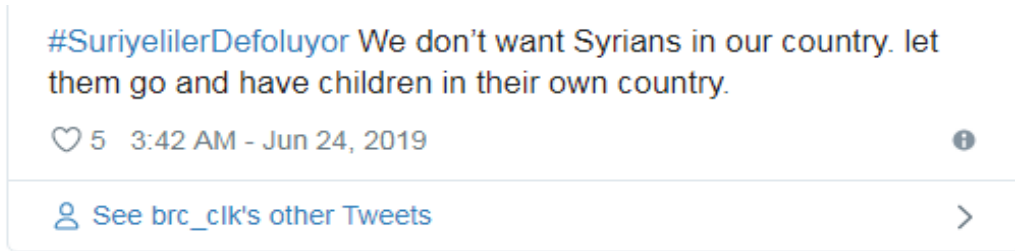
#ülkemdesuriyeliistemiyorum

1 9

Medya mültecileri aynı zamanda toplumlarındaki tüm hastalıklar için de suçlamak amacıyla kullanmaktadır. Hükümet politikaları, Suriyeli mültecilere yönelik nefretten ve onları günah keçisi yapmaktan sorumludur (Tremblay, 2014). Bu nedenle, sosyal medya, saldırgan hashtag'ler kullanarak mültecilere karşı nefret söylemi ve yabancı düşmanlığının teşvik edilmesinde de kullanılmaktadır. Özellikle ekonominin dar boğaza girdiği dönemlerde, sosyal medyada yabancı düşmanlığını harekete geçiren ve mültecileri var olan kaynakları ya da imkanları 'çalmak' için günah keçisi olarak görme ve suçlayıcı, aşağılayıcı ifadeler kullanma eğilimi artmaktadır. İnsanlar mültecileri 'diğerleri' ve mevcut sosyal sistem için potansiyel tehditler olarak algılanmaktadır (Danilova, 2014).

Haziran 2019'da yapılan Yerel Seçimlerde, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayının seçimin ikinci turundan zaferle çıkması sonucu, sosyal medyada Suriyelilerin ülkeyi terk etmesini isteyen bir mesaj dalgası oluşmuştur. O gün Twitter'da en çok öne çıkan konulardan biri haline gelen #SuriyelilerDefoluyor hashtaginin altına hızla binlerce yorum toplanmıştır (Middleeastmonitor, 2019).

Görsel 14: #SuriyelilerDefoluyor Hashtag



<https://twitter.com/hashtag/suriyelilerDefoluyor>

Aydınlık Gazetesi'nde "**Sınırdışı Edin Bunları**" başlıklı bir makale yayımlanmış ve sosyal medya aracılığıyla da bu yazı paylaşılmıştır (Aydinlikgazete, 2012). Yangını körükleyen makale daha fazla ayrımcılık yaratmakta ve şiddeti de normalleştirmektedir (Tremblay, 2014).

Görsel 15: “Sınırdışı Edin Bunları” Makalesi



Sosyal medya aracılığıyla yayınlanan bir başka mülteci aleyhtarı kampanya da "**Suriyeli Mültecilerin Vatandaşlığa Alınmasına Hayır**"dır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan bazı Suriyeliler için vatandaşlık önerdiğinde yoğun bir eleştiri ve medya kampanyası oluşmuştur. “Suriyeli Mültecilerin Vatandaşlığa Alınmasına Hayır!” sloganlı kampanya, mültecilerin aldıkları sosyal yardımlarla rahat koşullarda yaşarken, Türk askerlerinin IŞİD ile savaşta, Suriye topraklarında öldüğünden şikayet eden birçok kişi tarafından kullanılmıştır (Asik, 2017).

Görsel 16: "Suriyeli Mültecilerin Vatandaşlığa Alınmasına Hayır" kampanyası



Türkiye’de özellikle sosyal medya sıklıkla Suriyeli mültecilerin sayısını gündeme taşımış, onları ülke için bir tehdit ve güçsüz insanlar olarak konumlamaya çalışmıştır. Mültecileri güvenilirmez kişiler ve ülke ekonomisi için de bir yük olarak göstermiştir.

Sosyal medya böylelikle mültecilerin kötü temsiller yoluyla şeytanlaştırılmasına katkıda bulunmuştur.

Ürdün'deki sosyal medyada ise Türkiye'deki sosyal medya gibi agresif ve hakaret içeren hashtag'ler yer alması da, hemen hemen aynı yaklaşımla, mültecilerin olumsuz temsili öne çıkmış, mülteci programlarının büyük maliyetlerine vurgu yapılan ve iş piyasasında rekabetin artmasına neden oldukları yönünde içeriklerle, vatandaşların rahatsızlığına gönderme yapılan içeriklere yer verilmiştir.

Ürdün sosyal medyasının Suriyeli mülteciler konusunu üç olumsuz noktadan ele aldığı görülmektedir. Dikkat çeken ilk nokta, Suriyeli mültecilerin istihdamının yarattığı sorunlar ve iş piyasasında artan rekabetin yarattığı tehditler, dolayısıyla Ürdün toplumu ile entegrasyonlarının imkansızlığına ilişkin tartışmalardır (Ammon, 2017). Elbette, bu tür haberlerin yayınlanması, sosyal medya takipçilerinin, mültecilerin istihdam üzerinde potansiyel bir tehdit oluşturduğu fikrini benimsemelerine neden olmaktadır.

İkinci nokta, artan mülteci akışları nedeniyle yerli halkın yaşadığı duygusal rahatsızlık olmuştur. Amman, Ürdünlülerin bunu Suriyelilerin Ürdün'de yaşadığı güvenlik ve rahatlık hissini zıttı olarak “daha yüksek bir endişe hissini varlığı” olarak değerlendirmektedir (Ammon, 2017). Bir başka deyişle, Suriyeli mültecilerin ayrımcılığa uğramasından daha çok, onların kendilerini rahat hissedebilmeleri pahasına ev sahibi ülkenin çok daha fazla endişeyle yaşadığını ileri sürmek yanlış olmayacaktır.

Üçüncü nokta ise, Ürdün'ün mülteciler nedeniyle üstlendiği maliyetlerin sürekli tartışılması olmuştur.

Yerel halk, Ürdün'nün mülteci programını karşılamak için ödediği yaklaşık On Milyar Dolardan haberdar olunca mültecilere karşı olumsuz bir tutum geliştirmişlerdir (Ammon, 2017).

Kleist, medyanın yabancı düşmanlığını artırmada oynadığı role ilişkin olarak, içeriklerde kullanılan aşağılayıcı nitelermelere, mültecilerin suçlarla ilişkilendirilmesine ve karışıklık klişelerinin güçlenmesine yönelik teşvik edici bir işlev gördüğüne dikkat çekmektedir (Kleist, 2017).

Suriyeli mültecilerin medyadaki temsili gerek Ürdün ve gerekse Türkiye’de “kötü” olarak gerçekleşmiş, mülteciler rakamsal verilere dönüşmüş, çaresiz kurbanlar ve ekonomik sorunların oluşmasındaki temel unsurlar olarak gösterilmiştir.

3.5.2.4. Kadın Mültecilerin Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddete Maruz Kalmasında Sosyal Medyanın Rolü

Suriyeli kadın mültecilere karşı toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin, en yaygın uygulanma biçimleri zorla evlendirme, erken evlilik, çeyiz ve çok eşliliğin bir parçası olmak şeklinde ortaya çıkmıştır.

Ebeveynler, genç kızlarının tecavüze uğramasından ve böylelikle bir utanç içine girmekten korktukları için, kızlarını evlenmeye zorlamışlardır. Esasen bu durum kadınlar için hep geçerli olmuş, kadınlar ataeril toplum ve erkeklik hegemonyasından hep muzdarip olmuştur. Oysa Özdemir'in de belirttiği gibi, medyanın, kadınların ve kız çocuklarının herhangi bir istismardan korunmasında ve mağdurların normal yaşama dönüşlerinde onlara yardımcı olmaları, bu yönde önemli roller üstlenmeleri beklenmektedir (Özdemir, 2015).

Medyanın buradaki rolü, bir bütün olarak mültecilere yönelik cinsel ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddete odaklanmaktır (UNHCR, 2003). Oysa, kaç mülteci kadının cinsiyet ya da toplumsal cinsiyete dayalı istismara uğradığı konusunda herhangi bir veri bulunmamaktadır. Suriyeli kadın mültecilere yönelik işlenmiş suçların niteliğini ve kapsamını bilmek hala çok zordur ve bu büyük oranda sosyal damgalanma, utanç, namus cinayeti ve cezalandırılma korkusundan kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak, profesyonel tıbbi yardıma ve psiko-sosyal desteğe ihtiyaç duyan mağdurların, ilgili konularda alabilecekleri destek hizmetlerine erişimi bulunmamaktadır (FIDH, 2012).

Medya, tam tersine, Suriyeli mültecilere yönelik şiddet ve diğer suçları daha en baştan onları “kötü insanlar” olarak etiketleyerek, cinsel ve toplumsal cinsiyet kaynaklı şiddetin normalleştirilmesinde rol oynamıştır. Bilindiği gibi, mağdurlar suçlandıklarında damgalanırlar. Bu sebeple özsaygı ve saygınlık konusunda kendilerini yetersiz hissederler (Nooran 2017).

İhtiyaç duyulan tek şey yardım olduğunda yaşanabilecek en kötü acı sosyal damgalanma ve utançtır. Medyada, toplumsal cinsiyete dayalı şiddet mağdurlarına ilişkin, onların yaşadıklarından giyimlerine kadar pek çok konu içerik konusu yapılmış, geniş halk kitleleri bu konuda kendi içlerinde oldukça yanlış algılar, söylenceler üretmiş, düşmanlaşma yükselmiş ancak medya bunu durdurmak için hiçbir şey yapmamıştır. Oysa gazetecilerin, toplumsal cinsiyete bağlı şiddete maruz kalanların yanında yer alarak bu söylenceleri, damgalamaları, algıları değiştirme gücü bulunmaktadır.

Cinsel şiddet yaşayan kadınlar genellikle mağduriyetlerini bildirmekten utanırlar, dini liderlere ve gazetecilere de güvenemezler, bu da onların sessizlik içinde acı çekmesine neden olur (MacTavish 2016).

Ana akım gazeteciliğin yanı sıra, sosyal medya da toplumsal cinsiyete bağlı şiddet sorununu ele almada çok güçlü bir araç, milyonlarca kullanıcıya ulaşma yeteneğine sahip küresel bir ağıdır. Bu nedenle cinsel şiddet ve tacizin anında raporlanması ve paylaşılması, mağdurların kendileri, tanıkları veya iyi niyetli muhabirler tarafından son derece kolay ve mümkündür. Üstelik, sosyal medyada, diğer medya türlerinde bulunmayan, daha yardımcı bazı özelliklerin varlığı da söz konusudur. Örneğin, herkesin düşüncelerini paylaşabileceği, yorumlayabileceği, katılıma açık bir ortamın varlığı söz konusudur ve özellikle kimi konulara odaklanılmış sayfaların açılması, grupların oluşturulması, diğer kaynaklara ve referanslara erişim mümkündür (Mishra, 2016).

Tüm bu özellikler mağdurlar için damgalanma, kötüye kullanılma, sorunları çözebilme ve destek alabilme açısından önemli fırsatları da beraberinde sunmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN ÜRDÜN VE TÜRKİYE’DE YAŞAYAN SURİYELİ MÜLTECİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE İŞLEVSELLİĞİ ÜZERİNE NİTEL VE NİCEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNE DAYALI BİR SAHA ÇALIŞMASI

Bu bölümde çalışmanın öncelikle temel problemi, amaç ve önemi, varsayımları ve araştırma modeli, sınırlılıkları, ve bu çalışmanın en önemli dayanağını oluşturan nitel ve nicel araştırma yöntemleri ile araştırmanın süreci ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

4.1 Problem

Çalışma temel olarak; sosyal medya kullanımının, 2011 yılında patlak veren ve halen tüm dünyanın ve medyanın ilgisini çeken Suriye savaşının odağında yer alan mülteciler üzerindeki etkisi, diğer deyişle tüm yönleriyle ortaya çıkan yansımalarının neler olduğunu sorusu üzerine oturmaktadır.

Suriye'deki iç savaşın başlamasından önce Suriye halkı, rejimin sıkı sansürü ve ifade özgürlüğünün bastırılması nedeniyle, internet ve dolayısıyla sosyal medya platformlarını çok az kullanabilmiştir. Ancak iç savaşın patlak vermesinden sonra durum değişmiştir. İç savaşla birlikte komşu ülkelere sığınma talep eden Suriyeli mülteciler için sosyal medya ortam ve platformları hayati önem taşımış, kendi aralarında, sığındıkları ülkelerin toplumlarıyla ya da mağduriyetlerini tüm dünyaya anlatabilmelerine ilişkin iletişim süreçlerinde tek araç haline dönüşmüştür.

Bu anlamda, sosyal medyanın mültecilerin yaşamları üzerinde olumlu ya da olumsuz nasıl bir etkiye ve işlevselliğe sahip olduğu, çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Bu problem çerçevesinde, konunun derinlikli olarak anlaşılabilmesine yönelik olarak, Suriye’den kaçarak Ürdün ve Türkiye’ye sığınan mültecilerin sosyal medyayı öncelikli kullanma gerekçeleri ve sosyal medyadan yararlanma, etkilenme düzeyleri ile kullanım amaçlarındaki çeşitlilik ve oranın ne olduğu yönündeki sorular, çalışmanın birer alt problem sorularını oluşturmuştur.

4.2 Önem ve Amaç

Bu çalışma, sosyal medyanın başta Suriyeliler olmak üzere tüm mülteciler üzerindeki işlevsel kullanım biçim ve oranları ile etkilenme düzeylerini görebilmek açısından özel bir öneme sahip bulunmaktadır. Böylelikle mülteciler merkezli yapılacak çalışmalarda, oldukça önemli bir iletişim platformunun kullanım biçim ve düzeyleri ile işlevselliği, mültecilere ev sahipliği yapan ülkelerin de bu platformlardan nasıl yararlanabileceklerini, toplumlararası ve kültürlerarası iletişimin nasıl inşa edilebileceğini, sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkilerini görebilmelerini de mümkün olacaktır ki bu da çalışmanın önem düzeyini belirleyen bir diğer unsur oluşturmaktadır. Ayrıca böylelikle benzeri araştırmalar için de bu çalışmanın bir yol gösterici, teşvik edici olması beklenmektedir.

Çalışma bu kapsamda Türkiye’de ve Arap dünyasında ilk kez yapılmış bir bilimsel araştırma olması açısından da özel bir önem taşımaktadır.

Çalışmanın temel amacı ise; Suriyeli mülteciler örnekleminden hareketle, ülkelerinden kaçarak bir başka ülkeye sığınmış mültecilerin sosyal medyayı öncelikli kullanım nedenlerini, oranlarını, sosyal medya paylaşımlarının hayatlarındaki olumlu ya da olumsuz etki ve işlevinin neler olduğunu öğrenmektir.

Bir mülteci için, onun günlük hayatında sosyal medyanın kapladığı yer ve kendisi için taşıdığı anlamı görmek, mültecilerin sosyo-psikolojik durumlarını ve iç iletişim süreçlerini anlamak da çalışmanın alt amaçlarından birini oluşturmaktadır. Bu çerçevede diğer alt amaçları şöyle sıralamak mümkündür:

1. Mültecilere yönelik sığındıkları ülke kamuoyunda ve yöneticiler düzeyinde, onları anlamaya ve onlarla empati oluşturmaya yönelik bir bakış açısının oluşmasını sağlamak.
2. Karşılıklı anlaşılmanın sağlanmasında bir tür rehber işlevi görececek bir bilimsel çalışmanın üretilmesini sağlamak
3. Alan literatürüne ve bundan sonraki araştırmacılara bakış açısı yaratabilecek bir katkı sunmak.

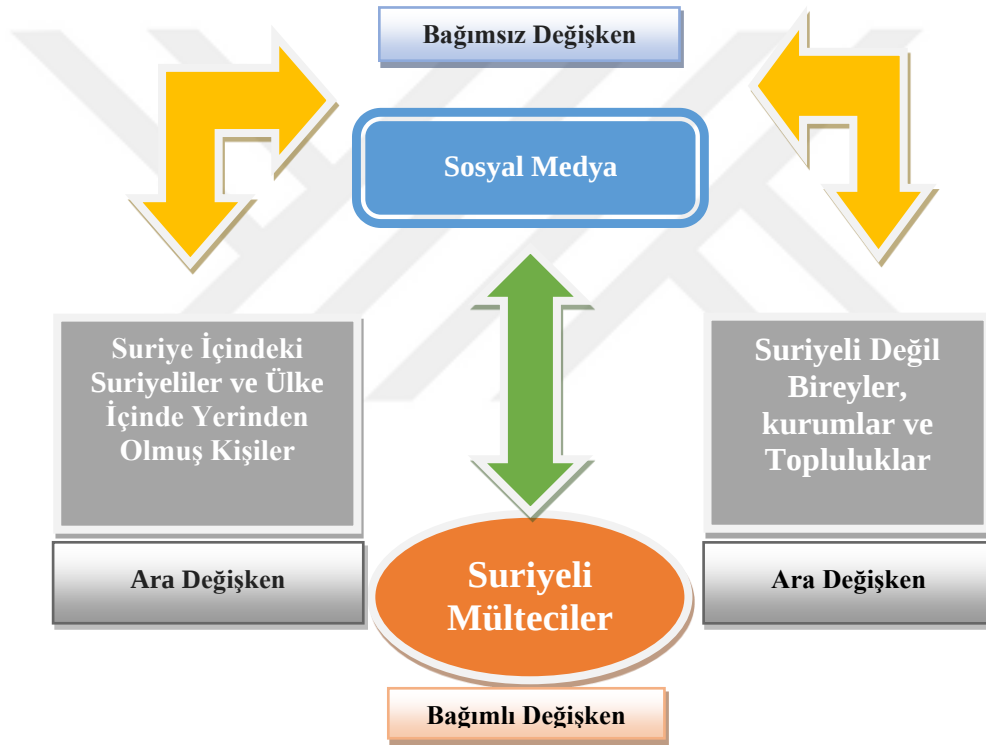
4.3 Hipotez

Çalışmanın problemine dayanarak, çalışmanın amaçlarına ulaşması için aşağıdaki hipotez formüle edilmiştir:

Ürdün ve Türkiye gibi komşu ülkelere sığınan Suriyeli mülteciler sosyal medyadan olumlu ve olumsuz etkilenmiştir. Diğer bir deyişle, mülteci sosyal medyanın olumsuz ve olumlu etkilerinin nedeni ya da alıcısı olsa da.

Hipotezlerin açıklanabilmesinde, ara değişkenler yardımıyla bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkisi olup olmadığını açıklamak için şu model tasarlanmıştır:

Şekil 3 : Araştırmanın Hipotez Modeli



Bu hipotez modelini şu şekilde açıklamak mümkündür:

1. Bağımsız Değişken sosyal medyadır ve sosyal medya gösteren, tartışan ve sunan konumundadır. Bu nedenle etkilidir.
2. Bağımlı Değişken Suriyeli mültecilerdir ve bağımsız değişkenin etkisi bağımlı değişkene yansımaktadır.
3. Ara Değişken, hala Suriye'de bulunan ve bir şekilde sosyal medyayı ve Suriyeli mültecileri etkileyebilen Suriye halkıdır.
4. Ayrıca, Ürdün ve Türkiye'deki kamuoyu ile diğer ülkeler ve uluslararası toplumlar ile kurumlar da ara değişken durumundadır.

5. Ara değişken, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında aracılık görevi görmektedir. Bağımlı değişkenler üzerindeki etkiler geçicidir ve bağımlı değişkenler ile ara değişkenler arasındaki etkiler ve ilişkiler izleme sürecine katılır.
6. Ara değişkenler aktörün değil, etkinin nedenidir.

4.4 Çalışmayı Diğer Çalışmalardan Ayırıcı Unsurlar

Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran unsurları şöyle sıralamak mümkündür:

Sosyal medyanın Türkiye ve Ürdün'de yaşayan Suriyeli mülteciler üzerindeki etkisi konusunda daha önce yapılan araştırmaların veri tabanlarında yapılan araştırmaya göre, bu çalışma şu koşeleri inceleyen ilk çalışma oldu:

1. Konunun hem nicel hem de nitel araştırma yöntemleri ile incelendiği ilk çalışmadır.
2. "Mülteci Gazeteci" fenomenini oluşturma sürecinde sosyal medya kullanımının etkisini incelemeye dönük ilk çalışmadır.
3. Sürekli acı çeken mültecilerin savaş resimleri ve ölüm haberleri ile gündeme gelmesi ve bunun sosyal medya aracılığıyla sürekli tekrarlanması nedeniyle halklarda ortaya çıkan "Merhamet Yorgunluğu"nu tartışan ilk çalışmadır.
4. Sosyal medya kullanımının mülteciler üzerindeki olumsuz, olumlu, manevi, maddi, kısa vadeli ve uzun vadeli etkilerini gösteren ilk çalışmadır.
5. Suriyeli mültecilerin sosyal medya aracılığıyla olumsuz temsil edilmesinin yabancı düşmanlığı oluşumundaki rolünü tartışan ilk çalışmadır.
6. Sosyal medyanın mülteciler üzerindeki etkilerini dört açıdan; 1. Sosyal medya kullanıcısı mültecilerin kendileri, 2. Suriye'de yaşayan mülteciler, 3. Diğer Suriyeliler ve 4. Suriyeli olmayanlar toplulukları ve örgütlerin sosyal medya kullanımının mülteciler üzerindeki etkilerini tartışan ilk çalışmadır.

4.5 Sınırlılıklar

Bu çalışma;

1. 2011 yılında başlayan iç savaş sonrası Ürdün ve Türkiye'ye sığınan Suriyeli mülteciler ile,
2. Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mülteci kampları ve kent merkezleri ile ve
3. 18 yaş üstü Suriyeli erkekler ve kadınlar ile sınırlıdır.

BMMYK'ya göre, Ekim 2018'de gerçekleştirilen saha çalışmaları sırasında, Ürdün'deki kayıtlı Suriyeli mülteci sayısı 672.438, Türkiye'deki kayıtlı Suriyeli mülteci sayısı 04.10.2018 itibariyle 3.577.752'dir (BMMYK, Ekim 2018).

4.6 Tanımlar

Sosyal Medya: Bireylerin ve toplumların, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriği paylaştığı, birlikte oluşturduğu, tartıştığı ve değiştirdiği etkileşimli mobil ve web tabanlı teknolojilere dayalı iletişim platformları (Kietzmann vd., 2011). Web'in ikinci nesli veya Web 2 olarak bilinen teknoloji ile ortaya çıkan ağlar (Obar ve Wildman, 2015).

Prosedür olarak bu çalışmada, İnternet'teki etkileşim ve iletişim siteleri, ilgi grupları veya üyelik ağlarına (ülke, üniversite, okul, şirket vb.) göre gruplandırılmış sanal bir topluluk ortamındaki kişiler arasında iletişime izin vermektedir ve bilgi veya haber göndereninden alıcıya bilgi, fotoğraf ve video iletilmesine veya başkalarının profillerini görüntülemeye ve Facebook, Twitter, Youtube, Instagram gibi haber ve bilgilerini bilmelerine yardımcı olmaktadır. Bu çalışma Line, Imo, Viber, WhatsApp vb. Sosyal medya telefonu uygulamalarını kapsamamaktadır.

Etki: Collins dictionary'ya göre bir şeyin diğeri üzerindeki etkisi, ilk şeyin ikinci şeyde neden olduğu değişikliktir. Medya etkisi, medyada yayınlanan belirli öykülerin mevcut durumu veya opinionleri nasıl etkileyebileceğini ve artırabileceğini açıklamaktadır (Chen, 2018).

Prosedür olarak bu çalışmada Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mülteciler üzerinde sosyal medya kullanımının kullanıcı ya da başkaları olsun olumlu ya da olumsuz etkisi olarak tanımlanmıştır.

Suriyeli Mülteci: Mart 2011'de Suriye hükümeti, Arap Baharı'nı desteklemek üzere grafiti yazmaktan tutuklanan bir grup genci desteklemek amacıyla halka açık gösterilere şiddetle tepki vermiştir. O zamandan beri, tüm Suriyelilerin yarısından fazlası savaş nedeniyle evlerinden kaçmak zorunda kaldı - 6.6 milyon Lübnan, Türkiye, Ürdün ve ötesinde güvenlik arayan ülkeden kaçmıştır (BMMYK, 2019).

Prosedür olarak, bu çalışmada 2011'de Suriye'deki savaşın başlamasından sonra Ürdün ve Türkiye'ye sığınan Suriyeliler olarak tanımlanmıştır.

4.7 Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri

Bu çalışma, belirli bir fenomen veya durumun özelliklerini belirlemeyi amaçlayan tanımlayıcı çalışmalar türlerine aittir.

Bu çalışma, araştırma problemini daha iyi anlamak ve her iki yöntemin bulgularını ve sonuçlarını desteklemek amacıyla nicel ve nitel bir yaklaşım izlemiştir (Creswell, 2008).

İletişim kuramını değerlendirme kriterlerine göre nicel araştırma bilimsel kuramı değerlendirirken, nitel araştırma yorumlayıcı kuramı değerlendirmek için kullanılmaktadır (Griffin, 2006).

Betimsel Yöntem (Tanımlayıcı çalışmalar), metodolojinin incelenen fenomeni tanımlamaya yardımcı olduğu ve odak grup görüşmelerinin yöntemi ve ilgili konular hakkında daha geniş ve daha derin kavrayışlara izin veren anket de dahil olmak üzere bilimsel araştırma araç ve yöntemlerine dayanmaktadır.

Çalışmada konu ile ilgili literatür, Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilere dağıtılan anket bilgilerinin analizi incelenmiştir. Araştırmanın bulgularının daha fazla analiz edilmesini sağlayan odak grubunun sonuçları destekleyecektir

4.8 Veri Toplamak İçin Kullanılan Kaynaklar

- **İkincil Kaynaklar:** Bilimsel kitap ve çalışmalara ve çalışmanın konusu ile ilgili yerli ve yabancı önceki araştırmalara, süreli yayınlara, bilimsel dergilere, istatistiklere ve yetkililere ait web sitelerine atıfta bulunularak çalışma konusu (teorik çerçeve) ile ilgili veriler toplanmıştır.

- **Ön Kaynaklar:** Çalışma değişkenlerinin hipotez testi ve tanımlayıcı analizi ile ilgili gerekli veriler veri toplama araçlarıyla toplanmıştır: Ankete gönüllü olarak katılmayı kabul eden Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin rastgele bir örneğini ve odak grup tartışmalarına katılan İstanbul ve Amman'daki mültecilerin bir örneğini oluşturmaktadır.

4.9 Veri Toplama Araçları

4.9.1 Anket

Araştırmanın amaçlarına ulaşmak ve sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerindeki etkisini örneklem açısından belirlemek amacıyla bir anket tasarlanmıştır.

Filozof David Hume nicel yöntemlerin nitel yöntemlere üstünlüğü olduğunu düşünmektedir çünkü sayılar bilimsel yönleriyle derinlemesine çalıştıkları kelimelerden daha güvenilmektedir. Nesnel teorisyenler tahminlerini test etmek için deneyler ve anketler kullanmaktadır (Griffin, 2006).

Sorular çoklu seçeneklerle, açık, kapalı sorularla ve Likert ölçeği gibi seviyelere göre tasarlanmıştır. Anketin bazı paragrafları bir, iki, üç veya beş yanıtla sınırlandırılırken, diğerlerinin birden fazla cevap seçmesine izin verilmiştir. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmıştır. Ankette beş bölüm ele alınmıştır:

Tablo 17: Anketin Bölümleri

#	Bölüm	Konu
1	Birinci Bölüm	Demografik Veriler
2	İkinci Bölüm	Sosyal Medya Kullanımı ve Kullanımının Etkisi ve Rolü
3	Üçüncü Bölüm	Sosyal medya kanalları aracılığıyla mültecilere yönelik nefret söylemi ve Suriyeli Mültecinin İmajı
4	Dördüncü Bölüm	Mülteci Gazeteci
5	Beşinci Bölüm	Etkili Mülteci

Anketin Evreni, hem Ürdün hem de Türkiye'deki kampların içindeki ve dışındaki tüm Suriyeli mültecilerden oluşmaktadır. Tüm katılımcıların 18 yaşından büyük olması ve sosyal medya kullanıcılarının olması gerekmiştir ve Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmıştır.

4.9.1.1 Anketin Geçerliliği

Anket içeriğinin geçerliliği, ölçek içeriğinin mantıksal analizi yoluyla belirli bir içerikte ölçmek için ölçek ölçülerinin ne derece hazırlandığını göstermektedir. Anket ek bölümünde yer almaktadır.

Araştırmanın içeriğinin geçerliliğini doğrulmuştur. Tüm gözlemleri alınmış ve anket nihai formuna ulaşıncaya kadar anket bu gözlemlere dayanarak değiştirilmiştir.

Sorular birden fazla seçenek, kapalı tabanlı sorular ile tasarlanmıştır. Soruların bazıları bir veya iki cevapla sınırlandırılırken, diğerlerinin birden fazla seçim yapmasına izin verilmiştir. Ölçüm maddeleri, 1 ile 5 arasında değişen beş noktalı bir ölçekle demirlemiş Likert tipi ifadeler olarak da formüle edilmiştir. Her bir sorunun önemini belirlemek için beş boyutlu Likert ölçeği¹⁸, görüş ve yanıtların en yaygın kullanılan ölçüsü olarak seçilmiştir.

18 Likert ölçeği katılımcıların görüşleri içine nüans ve kavrayış sağlar veri toplamak için araştırmacılar sağlar. Genellikle 1 ile 5 ölçekte yanıt kategorileri sunan, ancak bir dizi seçenek 1-7-ve 0 ile 4 ölçekler ya da tipik olarak 1 ile 4 arasında değişir çift sayılı ölçekleri de dahil olmak üzere, mümkün ya da 1-için-6.

4.9.1.2 Anketin Güvenirliliği

Anketin güvenirlilik için kullanılan yöntem Test Tekrar Test. Bir test ya da ölçeğin tutarlılığı faklı zamanlarda yapılan ölçüm sonuçlarının benzerliliği ile belli olmuştur. Anketin güvenirliliğini doğrulamanın yollarından biri, anketi tekrar uygulamak ve benzer sonuçlara ulaşmaktır.

Anketin güvenirliliği, anketin arka arkaya birkaç kez tekrarlanması durumunda aynı sonuçları vermesidir ve stabilite sonuçların tutarlılığını gösterir, yani araştırmacı ölçümü tekrarlar ve aynı sonuçları alırsa, bu stabiledir (Khader, 2013).

Anket formu iki farklı zamanda aynı denekler üzerinde aynı şartlar altında uygulanır. Her iki durumda da ankete katılanların anket sorularına aynı cevabı, anketin istikrarı ve sorularının kabul edildiğini göstermektedir

Anket, çalışma örneğinin dışından (%10) keşif örneği üzerinde rastgele dağıtılarak, birinci uygulama 33 anket anlamına gelen bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Ayrıca ölçek 7 gün ara ile (ikinci uygulama) aynı gruba uygulanmıştır. Birinci uygulama ile ikinci uygulama puanları arasındaki korelasyon hesaplanmıştır. İlk uygulama ile ikinci uygulama arasındaki korelasyon hesaplandığında, Korelasyon Katsayısı (Pearson Moment Korelasyon Katsayısı “R”) 0,906 değerini göstermiştir. Bu değer 1.00'a yakın olduğu için anketin güvenirliliği için katsayı göstermiştir.

Aşağıdaki yöntemler kullanılarak toplanan anket verileri:

- 1- Telefon görüşmeler.
- 2- Yüz yüze görüşmeler.
- 3- Google formu üzerinden tasarlanmış standart çevrimiçi anket. Anketin bağlantısı, katılımcıların bağlantıda oturum açıp ankete cevap verebileceği akıllı telefonlar aracılığıyla e-posta, WhatsApp veya Facebook kullanılarak dağıtılmıştır.

Katılımcıların yanıt oranını artırmak ve diğer özel Suriye gruplarına ve kişisel hesaplara ek olarak, Facebook sayfalarında anket bağlantısı yayınlanmıştır.

Bununla birlikte, tarafsızlığı sağlamak için Tablo 18'deki gibi 10 Suriyeli Facebook grubu, farklı coğrafi alanlardan ve çeşitli sosyal ve eğitim geçmişlerinden gelen Suriye topluluğunu temsil etmektedir.

Katılımı teşvik etmek için Kartopu Tekniği¹⁹ krizin bir sonucu olarak istismar edilmekten korkan Suriyelilerin amacının farkında olmadıkları etkinliklere katılmaya güvenmemeleri nedeniyle seçilmiştir. Sistematik bombardıman, keyfi gözaltı, cinayet, hırsızlık ve kaçırma olaylarının yaygın bir güvensizlik duygusuna katkıda bulunan önemli faktörler olduğuna katkıda bulunmuştur. Kriz ayrıca bireyler arasındaki karşılıklı güveni %31 azaltmıştır (Social watch, 2017).

Bu nedenle, bu teknik, katılımcıların Facebook gruplarının üyesi oldukları güven boyutunu sağlamıştır. Arkadaşlarından ve aile üyelerinden duvarlarına bağlantı göndermelerini istemek için gönüllü olan katılımcılar arasında bir kartopu tekniği kullanıldı ve anketin bağlantısını diğer ailelere ve arkadaşlarına gönüllü olarak iletmiştir.

Kartopu örneklemeyi seçilmiştir çünkü yerini bulmak biraz zor olan katılımcıların ve bazı olağandışı nedenlerin tanımlanmasında bu teknik yardımcı olmuştur (Lewis-Beck vd., 2004). Geçirdikleri olumsuz savaş hatıralarıyla alakalı röportaj yapmaktan hoşlanmamaktadır.

Tablo 18: Anketin Dağıtıldığı Facebook Grupları

#	Arapça Adı	Adı	Grup
1	تجمع السوريين في تركيا	Türkiye'deki Suriyeliler Topluluğu	https://www.facebook.com/syrian.tr/
2	اتحاد طلبة جامعة مرعش	Kahramanmaraş Sütçüimam Üniversitesi Birliği	https://www.facebook.com/KSU.Birligi/
3	تجمع السوريين في كركخان - هاتاي	Karıkhan Suriyeliler Topluluğu	https://www.facebook.com/syria.kirikhan/
4	Bu Ne? خاص فقط للسيدات	Bu Ne?	https://www.facebook.com/groups/452659511553316/
5	تجمع الطلبة السوريين في الجامعات الأردنية	Tagamo Syria	https://www.facebook.com/groups/tagamo3syria/
6	العون السوري- مبادرة الأردن تطوعية	Syrian Jordanian Aid	https://www.facebook.com/groups/348669608913195/
7	تجمع السوريين في الأردن	Syrians gathered in Jordan	https://www.facebook.com/Syrians.gathered.in.Jordan/
8	مخيم الزعتري	Zaa'tari Refugee Camp	https://www.facebook.com/ZaatariCamp/

¹⁹ Kartopu örneği, araştırmanın örneklemesine ulaşmak zor olduğunda kullanılır, çünkü araştırmanın topluluğundan araştırmaya katılmak istememekte veya korkmaktadır. Araştırmacı, orijinal topluluktan onu başka bir bireye götüren yalnızca bir kişiyi tanyorsa, o zaman daha çok kişiye yönlendiip sanki kar boncukları tek tek yuvarlanmaktadır.

9	تجمع الطلبة في تركيا /	Türkiyedeki Öğrenci Topluluğu	https://www.facebook.com/groups/turkiyedekiogrencitoplulugu/
10	تجمع الطلاب الأجانب في كهرمان مرعش	Kahramanmaraş'taki Uluslararası öğrenciler Topluluğu	https://www.facebook.com/groups/1429901697319612/

Dört ay süren anketin (Ürdün'de 8/10/2018 - 7/12/2018 ve Türkiye'de 12/10/2018 - 31/1/2019) veri toplama döneminin sonunda Türkiye'den 305, Ürdün'den 307 anket vardır. İncelendikten ve kontrol ettikten sonra, istatistiksel analiz için uygun olmayan anketlerin çıkarılmasına karar verilmiştir. Analiz için kabul edilen sayı, Türkiye ve Amman'da 303 kullanılabilir cevaptır.

İstatistiksel İşleme

Tarihsel ve Saha çalışması verilerinin toplanmasını tamamladıktan sonra, veriler incelenmiş ve denetlenmiş, kodlanmış ve Excel programından aktarılmış ve daha sonra SPSS istatistiksel yöntem kullanılarak sonuçlar işlenmiş ve analiz edilmiş ve sonuçlar çıkarılmıştır. Gerekli istatistiksel sonuçları elde etmek, çalışma sorularını cevaplamak ve hipotezleri test etmek için çalışma verilerinin analizinde basit frekanslar ve yüzdeler kullanılmıştır.

4.9.2 Odak Grup Tartışmaları

Çalışma ayrıca odak grup tartışmaları kullanılarak nitel bir yaklaşıma dayandırılmıştır ve bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak açıklanacaktır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde, nicel ve nitel araştırma yöntemlerinden elde edilen sonuçlar tartışılacaktır. İlk olarak, nicel araştırma yöntemi çerçevesinde kullanılan anket tekniğine dayalı elde edilen veriler, Türkiye ve Ürdün saha çalışmalarına dayalı olarak karşılaştırmalı ele alınmış tablolar ortaya konulmaya çalışılacaktır. Grafikler Ek Bölümünde yer almaktadır.

İkinci olarak, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde kullanılan Odak Grup Tartışmanın Tekniğine dayalı olarak elde edilen verilerden hareketle, konu daha derinlikli olarak değerlendirmeye sunulmuş olacaktır. Amman'da 15 ve İstanbul'da 15 katılımcıdan oluşan Odak Grup Tartışmalarında yöneltilen toplam 10 soruya alınan cevaplar, bu bölümde değerlendirilmeye çalışılacaktır.

5.1. Nicel Araştırma Bulguları

5.1.1 Demografik Veriler

5.1.1.1 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Tablo 19: Katılımcıların Cinsiyeti

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Erkek	182	60.10%	157	51.80%
Kadın	121	39.90%	146	48.20%
Toplam	303	100%	303	100%

Daha önce açıklandığı gibi örneklem, Türkiye'den 303 ve Ürdün'den 303 mülteciden oluşmaktadır.

Her iki örneklemdeki katılımcıların çoğu erkektir. Ürdün'de erkekler örneklem yarısından fazlasıdır (%60.1), kadınlar Ürdün örneğinin %39.9'unu temsil etmektedir. Türkiye örneklemindeki erkek sayısı örneklem yarısından fazlası olan %51,8'e ulaşırken, kadınlar örneklem % 48,2'sini temsil etmektedir. Türkiye ve Ürdün'deki her iki örneklem de ankete cevap veren erkek sayısının, her iki ülkedeki ankete katılan kadın sayısından daha fazla olduğunu göstermektedir.

5.1.1.2. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı

Tablo 20: Katılımcıların Medeni Durumu

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Bekar	80	26.4%	149	49.2%
Evli	193	63.7%	138	45.5%
Dul	18	5.9%	11	3.6%
Boşanmış	12	4.0%	5	1.7%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün'de örneklemin en yüksek oranı %63,7 ile “evli” iken Türkiye'de örneklemin %45,5'i yer almaktadır. Türkiye'deki sosyal statünün en büyük grubu örneklemin % 49.2'si ile "bekar" iken Ürdün'de örneklemin %26.4'ü olmuştur. “Dul” yüzdesi Ürdün'deki örneklemin %5,9'u ve Türkiye'deki örneklemin %3,6'sı olmuştur. "Boşanmış" yüzdesi Ürdün'de %4.0, Türkiye örnekleminde ise %1.7 idi.

5.1.1.3 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

Tablo 21: Katılımcıların Yaşı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
18-22	42	13.9%	89	29.4%
23-29	90	29.7%	106	35.0%
30-39	86	28.4%	76	25.1%
40-49	59	19.5%	18	5.9%
50-59	21	6.9%	11	3.6%
60-69	5	1.7%	3	1.0%
Toplam	303	100%	303	100%

Ankete katılan yaş grubu için 23-29 yaş grubu iki ülkede anket örnekleminde en büyük yaş grubuydu: Ürdün örneğinden %29,7 ve Türkiye'deki örneklemin %35,0'ı. 30-39 yaş grubunda Ürdün örnekleminde %28,4 ve Türkiye örnekleminde %25,1dir.

Ürdün'deki örneklemin %13,9'unu, 18-22 yaş grubunu ise %29,4'ünü temsil etmektedir. Ürdün'deki 40-49 yaş grubu sayısı Türkiye örnekleminin %19,5 ve %5,9'udur. Ürdün'de 50-59 yaş arası kişilerin oranı Türkiye örnekleminin %6,9'u ve %3,6'sıdır. 60-69 yaş grubu ankete katılan en az yaş grubu iken; Ürdün örnekleminin %1,7'sinden fazlası ve Türkiye'deki örneklemin %1,0'ından fazlası yoktur.

5.1.1.4. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Tablo 22: Katılımcıların Eğitim Durumu

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Liseden Az	94	31%	32	10,6%
Lise	66	21.8%	80	26,4%
* Mesleki Diploma	37	12.2%	32	10,6%
Lisans	94	31%	121	39.9%
* Yüksek Diploma	3	1%	6	2.0%
Yüksek lisans	5	1.7%	12	4.0%
Doktora	4	1.3%	20	6,6%
Toplam	303	100%	303	100%

* Mesleki Diploma (Orta Enstitü Diploması): Lisanstan önce

* Yüksek Diploma: Lisanstan sonra

Ürdün ve Türkiye'deki örneklem üyelerinin eğitim düzeyi Liseden Az, Lise, Mesleki Diploma, Lisans, Yüksek Diploma, Yüksek Lisans, Doktora'dır. Ürdün'den ortaokul sahibi olmayan katılımcıların sayısı Türkiye örnekleminin %31'si, Türkiye örnekleminin %10.6'sı. Ürdün'de yaşayan Lise sahiplerinin sayısı örneklemin %21,8'ini oluştururken, Lise sahiplerinden Türkiye'de yaşayanların örneklemindeki katılımcılar %26,4'tür.

Ürdün'de Mesleki Diploma (Ara Enstitü Sertifikası: 2-3 yıl, lisans derecesinden az) sahiplerinin sayısı örneklemin %12.2'si ve Türkiye örnekleminin %10.6'sıdır. Lisans sahipleri Ürdün örnekleminin %31'si ve Türkiye örnekleminin %39.9'u idi. Yüksek diplomaya sahip olanlar Ürdün örnekleminin %1'si ve Türkiye örnekleminin %2.0'sıdır. Yüksek lisans sahiplerine gelince, Ürdün örneklemindeki sayıları Türkiye örnekleminin %1.7 ve %4.0'ü idi. Ürdün'de ankete katılan doktora sahiplerinin sayısı Ürdün örnekleminin %1,3'ü iken, Türkiye örneklemindeki sayıları %6,6'dır.

5.1.1.5. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşam Durumuna Göre Dağılımı

Tablo 23: Katılımcıların Yaşam Durumu

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Aile ile Beraber	279	92.1%	230	75.9%
Arkadaşlarıyla	5	1.7%	42	13.9%
Yalnız	19	6.3%	31	10.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün ve Türkiye'de ankete katılanların en yüksek oranı aileleriyle yaşıyordu. Ürdün'deki yüzdeleri Ürdün örnekleminin %92,1'i Türkiye örnekleminin %75,9'u idi. Arkadaşlarıyla yaşayanlar Ürdün örneklemin %1,7'si ve Türkiye örnekleminin %13,9'u iken, ev sahibi ülkelerde yalnız yaşayanlar Ürdün örneklemin %6,3'ü ve Türkiye'deki örneklemin %10,2'si.

5.1.1.6. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Konaklama Yerinin Türüne Göre Dağılımı

Tablo 24: Katılımcıların Konaklama Yerinin Türü

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Ev sahibi	7 2.3%	15 5.0%
Kira	154 50.8%	242 79.9%
Kampta karavan	142 46.9%	46 15.2%
Toplam	303 100%	303 100%

İkamet yerinin niteliğine gelince, kendi evleri olan katılımcılar Ürdün'deki örneklemin %2.3'ü ve Türkiye'deki örneklemin %5.0'ı idi. Ev kiralayanlar Ürdün örnekleminin %50,8'i ve Türkiye örnekleminin %79,9'u idi. Kamplarda yaşayanların oranı Ürdün örnekleminin %46,9'u ve Türkiye örnekleminin %15,2'sidir.

5.1.1.7. 11: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Dağılımı

Tablo 25: Katılımcıların Çalışma Durumu

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Evet	174 57.4%	127 41.9%
Hayır	129 42.6%	176 58.1%
Toplam	303 100%	303 100%

Ürdün'deki örneklemin %57,4'ü ve Türkiye örnekleminin %41,9'u çalıştıklarını; Ürdün örneklemin %42,6'sı ve Türkiye'deki örneklemin %58,1'i çalışmadığını söylemiştir.

5.1.1.8. Ürdün ve Türkiye'de Çalışan Katılımcıların Aylık Maaşına Göre Dağılımı

Tablo 26: Çalışan Katılımcıların Aylık Maaşı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Cevap	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
150 Ürdün Dinarından az	9 3.0%	500 TL'den az	11 3.6%
150-199 Ürdün Dinarı	31 10.2%	500-999 TL	17 5.6%
200-299 Ürdün Dinarı	66 21.8%	1000-1499 TL	13 4.3%
300-399 Ürdün Dinarı	28 9.2%	1500-1999 TL	43 14.2%
400- 499 Ürdün Dinarı	9 3.0%	2000-2499 TL	20 6.6%
500- 599 Ürdün Dinarı	1 0.3%	2500-2999 TL	4 1.3%
600-699 Ürdün Dinarı	2 0.7%	3000 -4999 TL	7 2.3%
900-999 Ürdün Dinarı	1 0.3%	5000-9999 TL	1 0.3%
1000 Ürdün Dinarından fazla	4 1.3%	10000 TL'den fazla	1 0.3%
Bahsedilmemiştir	152 (129 Çalışmayan kişi dahildir) 50.2%	Bahsedilmemiştir	186 (176 Çalışmayan kişi dahildir) 61.4%
Toplam	303 100%	303	100%

1 TRY = 0.168362 USD

1 JOD = 1.41044 USD

Ürdün örnekleminin %50,2'si ve Türkiye örnekleminin %61,4'ü maaş tutarından bahsetmemiştir. Ürdün'de en büyük yüzde Ürdün örnekleminin %21,8'i ayda 200-299 Ürdün Dinarı maaş alırken, Türkiye'de en büyük yüzde Türkiye örnekleminin %14,2'si 1500-1999 TL maaş almaktadır. Örnekleminin geri kalanı yukarıdaki tabloda gösterildiği gibi maaş almaktadır.

5.1.1.9. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşadığı İllere Göre Dağılımı

Tablo 27: Katılımcıların yaşadığı iller

İL	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		İL	Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Mafrak	117	38.6%	İstanbul	117	38.6%
Amman	65	21.5%	Hatay	53	17.5%
İrbid	65	21.5%	Kilis	38	12.5%
Zarka	54	17.8%	Gaziantep	26	8.6%
Diğer	2	0.7%	Konya	9	3.0%
-	-	-	Adana	7	2.3%
-	-	-	Şanlıurfa	7	2.3%
-	-	-	Bursa	6	2.0%
-	-	-	Mersin	5	1.7%
-	-	-	Karabük	5	1.7%
-	-	-	Antalya	5	1.7%
-	-	-	Diğer	25	8.3%
Toplam	303	100%	Toplam	303	100%

Ürdün'deki örneklemin en büyük yüzdesi Ürdün'ün kuzeyinde Mafrak ili idi. Bunun gerekçesi Ürdün'deki en büyük mülteci kampının, BMMYK Ekim 2018 istatistiklerine göre 78.410 Suriyeli mülteciyi içeren Za'tari mülteci kampının varlığından kaynaklanmaktadır (BMMYK , 2018).

Ürdün örneklemin (%38,6) Mafrak ili idi. Amman ve İrbid ili her bir örnekle aynı oranda (%21.5) idi. Zarqa ili, örneklemin %17.8'i ile üçüncü olmuştur. Örneklemin %0.7'si diğer illerden Madaba ve Ma'an'dan alınmıştır.

Türkiye örnekleminde, İstanbul %38,6 sonra Hatay %17,5, Kilis %12,5, Gaziantep %8,6, Konya %3,0 ve Adana ve Şanlıurfa da her biri %2,3, Bursa %2.0, Mersin, Karabük, Antalya her biri %1.7.

Türkiye'deki örneklemin %8,3'ü farklı valiliklerden (Eskişehir, Kastamonu, Van, Kayseri, Malatya, Kahramanmaraş, Kocaeli, Denizli, Isparta, Siirt, Sakarya, Düzce, Elâzığ, Ankara, Aydın ve Çorum) alınmıştır.

5.1.1.10. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kampın İçinde veya Dışında Kalmasına Göre Dağılımı

Tablo 28: Katılımcıların Kampın içinde veya Dışında Yaşmaktadır

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Kampın içi	142 46.9%	46 15.2%
Kampın dışı	161 53.1%	257 84.8%
Toplam	100%	Toplam 303 100%

Ürdün'deki kamplarda yaşayan katılımcıların sayısı Ürdün'deki örneklemin %46.9'u ve Türkiye'deki örneklemin %15.2'si idi. Ürdün'de örneklemin %53,1'i ve Türkiye örnekleminin %84,8'i kamp dışında yaşamaktadır.

5.1.1.11. Ürdün ve Türkiye'de Kampta Yaşayanların Hangi Kampta kalmasına göre Dağılımı

Tablo 29: Kampın Adı

Kampın Adı	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Kampın Adı	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Zaatari	105 73.9%	Boynuyoğun (Hatay Mülteci Kampı)	27 8.9%
Azraq	37 26.1%	Öncüpınar (Kilis Mülteci Kampı)	10 3.3%
-	-	Sarıçam Çadır kenti (Adana Mülteci Kampı)	5 1.7%
-	-	Suruç Çadır kenti (Şanlıurfa Mülteci Kampı)	3 1.0%
-	-	İslâhiye Çadır kenti (Gaziantep Mülteci Kampı)	1 0.3%
Toplam	142 46.9%	Toplam	46 15.2%

Ürdün örnekleminde, kamplarda yaşayanların %73,9'u Zaatari Kampı'nda ve %26,1'i Azrak mülteci kampında yaşarlarken Türkiye örnekleminde (%8,9) Boynuyoğun Mülteci Kampı'nda (%3,3) Kilis Öncüpınar kampında, (%1,7) Sarıçam Çadırkenti/ Adana kampında ve (%0,3) Gaziantep kampında İslâhiye 1 Çadırkenti ve (%1.0) Şanlıurfa Mülteci Kampı'ndaki Suruç Çadırkenti'de yaşamaktadır.

5.1.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Kullanımının Etkisi ve Rolü

5.1.2.1 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Bilgisayar için İnternet bağlanmasına dair cevaplarına Göre Dağılımı

Tablo 30: Katılımcıların Bilgisayar için İnternet bağlanmasına dair cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Kablosuz	37	12.2%	94	31.0%
İnternet Aboneliği	55	18.2%	24	7.9%
Her ikisi	21	6.9%	53	17.5%
Evde Bilgisayar Yok	190	62.7%	132	43.6%
Toplam	303	100%	303	100%

Katılımcıların bilgisayarları için nereden internet aldıkları ile ilgili olarak Ürdün örnekleminin (%12,2) ve Türkiye örnekleminin (%31,0) Wi-Fi kullandıklarını belirtmiştir. Ürdün örnekleminin (%18,2) ve Türkiye örnekleminin (%7,9) internet aboneliği (paketler) yoluyla internet aldıklarını söylerken, Ürdün örneklemini (%6,9) ve (% 17,5) Türkiye örneklemini, interneti her ikisinden (Wi-Fi ve internet aboneliği) de aldıklarını söylemiştir. Ürdün örnekleminin (%62,7) ve Türkiye örnekleminin (%43,6) evlerinde bilgisayar olmadığını yanıtlamıştır.

5.1.2.2 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların nereden Akıllı Telefonları İçin İnternet bağlanmasına dair cevaplarına Göre Dağılımı

Tablo 31: Akıllı Telefonları İçin İnternet bağlanmasına dair cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Kablosuz	30	9.9%	116	38.3%
İnternet Aboneliği	223	73.6%	67	22.1%
Her ikisi	45	14.9%	119	39.3%
Akıllı bir mobil cihazı yok	5	1.7%	1	0.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Katılımcıların akıllı telefonları için internet aldıkları yöntemine göre Ürdün örnekleminin %9,9'u ve Türkiye örnekleminin %38,3'ü Wi-Fi kullandığını, Ürdün'deki örnekleminin %73,6'sını ve örneklemin %22,1'ini Türkiye internet aboneliği ile internete erişimlerinin olduğunu söylemiştir. Ürdün örnekleminin (%14,9) Türkiye örnekleminin (%39,3) her ikisinden de internet aldıklarını söylemiştir (Wi-Fi ve İnternet Aboneliği). Ürdün örnekleminin (%1,7) ve Türkiye örnekleminin (%0,3) akıllı telefonlarının olmadığını söylemiştir.

5.1.2.3 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Ailelerinde 18 Yaş Üzerinde Sosyal Medyayı Kullanan Kişi Sayısına dair cevaplarına Göre Dağılımı

Tablo 32: Katılımcıların ailelerinde 18 yaşın üzerindeki sosyal medyayı kullanan kişi sayısına dair cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Evet	184 60.7%	235 77.6%
Hayır	32 10.6%	12 4.0%
Ailede 18 yaşın üstünde bir üye yok	87 28.7%	56 18.5%
Toplam	303 100%	303 100%

Katılımcılara ailelerinde 18 yaşından büyük ve sosyal medya sitelerini kullanan bir kişi olup olmadığı sorulmuştur. Ürdün örnekleminin (%60,7) evet yanıtı var ve sosyal medya kullanmayı söylemiştir. Türkiye'de ise örneklemini (%77,6) ve Ürdün'de (%10,6) "Hayır, sosyal medya kullanmıyorlar" yüzdesi örnekleminin %4.0'ı idi. Ailelerinde (18) yaşından büyük hiçbir üye bulunmadığını söyleyenlerin oranı Türkiye'de Ürdün (%28.7) ve örneklemin (%18.5) Türkiye'dedir.

5.1.2.4 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevaplarına Göre Dağılımı

Tablo 33: Katılımcıların Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı	Türkiye'de Sayı
Facebook	279	292
Youtube	101	139
Instagram	93	181
Twitter	95	80
Diğer: Quora, 9GAG, Flickr, InterPals, ASKfm, Telegram, LinkedIn,	45	29
Birden fazla cevap kabul edilmiştir, toplam 303'ten fazladır, dolayısıyla yüzdelik bu soruda geçerli değil		

Katılımcılara yukarıda belirtilen sosyal medyada bir hesabı olup olmadığı soruldu ve her bir kişiden birden fazla cevap kabul edilmiştir. Ürdün'den 279, Türkiye'den 292 kişi bir Facebook hesabı olduğunu söylemiştir.

Ürdün'den 95 kişi ve Türkiye'den 80 kişi Twitter kullandıklarını, Ürdün'den 93 kişi ve Türkiye'den 181 kişi de Instagram'da hesabı olduğunu, Ürdün'den 101'i, Türkiye'den 139'u YouTube'da, Ürdün'den 45'i ve Türkiye'den 29'u olduğunu söylemiştir. Quora, 9GAG, Flickr, InterPals, ASKfm, Telegram ve LinkedIn gibi diğer sosyal medya platformlarında hesaplarının olduğunu söylemiştir.

5.1.2.5 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların en Çok Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevaplarına Göre Dağılımı (Sadece En Çok Araç)

Tablo 34: En Çok Kullanılan Sosyal Medyanın Aracına dair cevapları (Sadece bir cevap)

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Facebook	262	86.5%	192	63.4%
Instagram	8	2.6%	54	17.8%
Youtube	6	2.0%	26	8.6%
Twitter	2	0.7%	8	2.6%
Diğer: Quora, 9GAG, Flickr, InterPals, ASKfm, Telegram, LinkedIn	25	8.3%	22	7.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Facebook, katılımcıların yanıtlarında kullandıkları en sosyal medya platformu olarak birinci sırada yer aldı. Ürdün'de örneklemin %86,5'i ve Türkiye'deki örneklemin (%63,4'ü) Facebook'un en çok kullandıkları araç olduğunu, ardından Ürdün'de Instagram (%2,6) ve Türkiye'de (%17,8) ve ardından (%2.0) Ürdün'de ve (%8.6) Türkiye'de Youtube'u en fazla araç olarak kullandıklarını söylemiştir.

Listenin son sırasında Twitter gelmiştir, Ürdün'den (% 0,7) ve Türkiye'den (% 2,6) daha fazla kullandıklarını söylemiştir. Ürdün örnekleminin (%8.3) ve Türkiye örnekleminin (%7.3) Snapchat, Quora, 9GAG, Flickr, InterPals, ASKfm, Telegram ve LinkedIn gibi diğer sosyal medya platformlarını kullandıklarını söylemiştir.

5.1.2.6 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Günde Kaç Saat Sosyal Medya Kullanılmasına dair cevaplarına Göre Dağılımı

Tablo 35: Katılımcıların Günde Kaç Saat Sosyal Medya Kullanılması

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Günde 4 saatten fazla	58	19.1%	95	31.4%
Günde 2-4 saat orası	83	27.4%	109	36.0%
Günde 2 saatten az	162	53.5%	99	32.7%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün'de katılımcıların örnekleminin sosyal medya kullanım saatlerinin sayısına ilişkin soruya yanıt olarak Ürdün örnekleminin %19,1'i ve Türkiye örnekleminin %31,4'ü günde dört saatten fazla kullandıklarını belirtmiştir. Türkiye örnekleminin (% 27,4) ve (% 36,0) sosyal medyayı günde 2-4 saat kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ürdün örnekleminin %53,5'i ve Türkiye örnekleminin %32,7'si günde iki saatten az sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir.

5.1.2.7 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Gerçek Kimliklerinin Kaydedip Kaydemediğine dair cevaplar

Tablo 36: Sosyal Medyada Gerçek Kimliklerinin Kayıt yapanlarına Göre Dağılımı

Cevap	Ürdün'de sayı ve yüzde		Türkiye'de sayı ve yüzde	
Evet	223	73.6%	263	86.8%
Hayır	80	26.4%	40	13.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %73,6'sı ve Türkiye örneği örnekleminin %86,8'i sosyal medyada gerçek kimliklerini kullandıklarını ifade etti. Ürdün örneğinin (%26,4) ve Türkiye örnekleminin (%13,2) sosyal medyayı kullanırken gerçek kimliklerini kullanmadığını ifade etmiştir.

5.1.2.8 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Yaş, Cinsiyet, Adres ve Kişisel Fotoğrafı Gibi Kişilikleri Hakkında Gerçek Bilgileri Verip Vermediğine dair cevaplar

Tablo 37: Sosyal Medyada Yaş, Cinsiyet, Adres ve Kişisel Fotoğrafı Gibi Kişilikleri Hakkında Gerçek Bilgileri verenlerin Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	253	83.5%	247	81.5%
Hayır	50	16.5%	56	18.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Yaş, cinsiyet, adres ve kişisel fotoğraflar gibi kişisel yaşamları hakkında gerçek bilgiler ekleyip eklemedikleri Ürdün örnekleminin %83,5'i ve Türkiye örnekleminin %81,5'i "Evet" yanıtı verirken Ürdün örnekleminin (%16,5'i) ve Türkiye örnekleminin %18,5'i "Hayır" cevabını vermiştir.

5.1.2.9 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Paylaştığı Tüm Fotoğraflar ve Bilgiler Gerçek Kişiliklerini Yansıtır Yansıtmadığına dair cevaplar

Tablo 38: Sosyal Medyada Paylaştığı Tüm Fotoğraflar ve Bilgiler Gerçek Kişiliklerini Yansıtanların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	260	85.8%	241	79.5%
Hayır	43	14.2%	62	20.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Sosyal medyada yayınladıkları tüm resim ve bilgilerin gerçek karakterlerini yansıtır yansıtmadığı, Ürdün örnekleminin (%85,8) ve Türkiye örnekleminin (%79,5) evet yanıtı verirken Ürdün örnekleminin (%14,2) ve Türkiye örnekleminin (%20,5) soruya "Hayır" cevabını vermiştir.

5.1.2.10 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Ticari Amacıyla Kullanımın Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 39: Ürdün ve Türkiye'de Sosyal Medyayı Ticari Amacıyla Kullananların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	81	26.7%	74	24.4%
Hayır	222	73.3%	229	75.6%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürün ve işlerini pazarlamak için sosyal medyayı ticari amaçlı kullanıp kullanmadıkları, Ürdün örnekleminin (%26.7) ve Türkiye örnekleminin (%24.4) "Evet" cevabı verirken Ürdün örnekleminin (%73.3) Türkiye örnekleminin (%75,6) "Hayır" cevabı vermiştir.

5.1.2.11 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Eğitim Amacıyla Kullanımın Sayısına Dağılımı

Tablo 40: Sosyal Medyayı Eğitim Amacıyla Kullananların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	230	75.9%	217	71.6%
Hayır	73	24.1%	86	28.4%
Toplam	303	100%	303	100%

Sosyal medyayı dil kursları, eğitim veya eğitim atölyeleri aramak için kullanıp kullanmadıkları Ürdün örnekleminin (%75,9) ve Türkiye örnekleminin (%71,6) evet yanıtı verirken, Ürdün örnekleminin (%24,1) ve Türkiye örnekleminin (% 28,4) bu amaç için kullanmadığını söylemiştir.

5.1.2.12 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcılar Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmadığına dair cevaplar Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 41: Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını artıranların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	283	93.4%	251	82.8%
Hayır	20	6.6%	52	17.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Sosyal medya kullanımlarının Suriye'den ayrıldıktan sonra artmış olup olmadığı, katılımcıların en büyük yüzdesinin Suriye'den ayrıldıktan sonra sosyal medya kullanımlarının arttığını söylemiştir: Ürdün örnekleminin %93,4'ü ve Türkiye örnekleminin %82,8'i "evet" arttığını Ürdün örnekleminin %6,6'sı ve Türkiye örnekleminin %17,2'si "Hayır artmadığını" söylemiştir.

5.1.2.13 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Çocukları Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmadığına dair cevaplar

Tablo 42: Katılımcıların Çocukları Suriye'den Çıktıktan

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde	Türkiye'de Sayı ve Yüzde
Evet	75 24.8%	52 17.2%
Hayır	101 33.3%	51 16.8%
Çocuğu yok	127 41.9%	200 66.0%
Toplam	303 100%	303 100%

Ürdün örnekleminde 176 kişinin çocuğu olmakta: %24,8'i çocuklarının sosyal medya kullanımlarını artırdığını söylemiştir. Örnekleminin %33,3'ü çocuklarının sosyal medya kullanımlarını artırmadıklarını söylemiştir. Türkiye örnekleminde 103 kişiden çocuğu olmakta: %17,2'si çocuklarının sosyal medya kullanımını artırdığını söylerken, örneklemin %16,8'i çocuklarının sosyal medya kullanımını artırmadıklarını ifade etmiştir.

5.1.2.14 Ürdün ve Türkiye'deki katılımcıların cevaplarına göre mültecilerin sığınma öncesi sosyal medya kullanmasının nedenleri

Tablo 43: Mültecilerin sığınma öncesi sosyal medya kullanmasının nedenleri

Cevap	Ürdün'de Sayı	Türkiye'de Sayı
Arkadaş edinmek	17	34
Kendini ve içinde ne olduğunu ifade etmek	9	19
Anıları belgelemek	9	72
Acıyı aktarmak ve temyiz istemek	6	32
Haberleri ve dünyadaki son gelişmeleri bilmek	35	38
Başka bir ülkeye yardım edecek bir kaçamak bulmak	4	9
İş aramak	16	17
Ürün ve iş pazarlamak	5	13
Yurt içinde ve dışında aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak	64	80
Boş zaman harcamak ve eğlenmek	25	18
Eğitimsel ve bilimsel nedenler	40	34
Katılımcılar birden fazla cevap seçebildiler, bu yüzden yüzdelik bu soruda geçerli değildir		

Ürdün veya Türkiye'ye sığınma öncesinde sosyal medyanın kullanılmasının nedenleri, çeşitli nedenlerle sosyal medya kullanan az sayıda insanı göstermektedir.

Ev sahibi ülkelere gelmeden önce sosyal medyayı kullanmanın ilk nedeni, her iki ülkede de Ürdün'de 64 kişi ve Türkiye'de 80 kişi tarafından Suriye içinde ve dışında aileler, akrabalar ve arkadaşlarla iletişim kuran yanıt sayısına göre olmuştur. Sığınma öncesi Sosyal medyayı kullanmanın nedenlerinden daha az yüzdeli cevap Ürdün'de 4 kişi ve Türkiye'de 9 kişi tarafından Suriye dışına çıkma yolunu bulmalarına yardımcı olacak bir kaçakçı bulmaktır. Geri kalan nedenler yukarıdaki tablodaki gibi dağıtılmıştır.

5.1.2.15 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Yeni Bir Dil Öğrenmek Amacıyla Kullanıp Kullanmadığına dair cevaplar

Tablo 44: Katılımcıların Sosyal Medyayı Yeni Bir Dil Öğrenmek Amacıyla Kullananların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	169	55.8%	200	66.0%
Hayır	134	44.2%	103	34.0%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %55,8'i ve Türkiye örnekleminin %66'sı başka bir dil öğrenmek için sosyal medya kullandıklarını söylemiştir.

Ürdün örnekleminin %44,2'si ve Türkiye örnekleminin %34,0'ı cevap verirken başka bir dil öğrenmek için sosyal medya kullanmadıklarını söylemiştir.

5.1.2.16 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Çıkmak ve Başka Bir Ülkeye Ulaşmak amacıyla Bir Kaçakçı ile İletişim Kurmak İçin Sosyal Medyayı Kullanıp Kullanmadığına dair cevaplar

Tablo 45: Katılımcıların Suriye'den Çıkmak ve Başka Bir Ülkeye Ulaşmak amacıyla Bir Kaçakçı ile İletişim Kurmak İçin Sosyal Medyayı Kullananların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	105	34.7%	76	25.1%
Hayır	175	57.8%	220	72.6%
Bana ulaşma girişiminde bulunuldu	23	7.6%	7	2.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %34,7'si ve Türkiye örnekleminin %25,1'i Suriye'den çıkmak için bir aracı bulmak için sosyal medya kullandıklarını söylerken Ürdün örnekleminin %7,6'sı ve Türkiye örnekleminin %2,3'ü Suriye'den çıkmalarına yardımcı olmak için onlardan biriyle temas kurma girişiminde bulunduğunu söylemiştir.

Geri kalanı bunu yapmak için herhangi bir girişimde bulunmadıklarını ve Suriye'den çıkmak için insanlar tarafından temas edilmediklerini ifade etmiştir.

5.1.2.17 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kaçakçı ile İletişim Kurmadan Önce Kişinin Kimliğini Doğrulayıp Doğrulamaması Sayısına Göre Dağılımı) Önce Soruya Evet Yanıt Verenler)

Tablo 46: Kaçakçı ile İletişim Kurmadan Önce Kişinin Kimliğini Doğrulanların sayısı (Önce Soruya Evet Yanıt Verenler)

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	95	31.4%	58	19.1%
Hayır	28	9.2%	14	4.6%
Cevap vermeyi reddetti	5	1.7%	11	3.6%
Toplam	128	42.2%	83	27.3%

Kaçakçılarla uğraşmadan önce onun kimliğini doğrulayıp doğrulamadıkları sorulmuştur. Ürdün örnekleminin %31,4'ü ve Türkiye örnekleminin %19,1'i "Evet" yanıtı verirken Ürdün örnekleminin %9,2'si, Türkiye örnekleminin %4,6'sı "Hayır" yanıtını vermiştir. Ürdün örnekleminin %1.7 ve Türkiye örnekleminin %3.6 soruya cevap vermeyi reddetmiştir.

5.1.2.18 Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Ayrılmak Amacıyla Sosyal Medya Aracılığıyla Kaçakçılarla İletişim Kurarken Mali veya Fiziksel Sömürüye Maruz Kalıp Kalmadığına dair cevaplar

Tablo 47: Suriye'den Ayrılmak Amacıyla Sosyal Medya Aracılığıyla Kaçakçılarla İletişim Kurarken Mali veya Fiziksel Sömürüye Maruz Kalanların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	4	1.3%	10	3.3%
Hayır	287	94.7%	273	90.1%
Cevap vermeyi reddetti	12	4.0%	20	6.6%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %1.3'ü ve Türkiye örnekleminin %3.3'ü başka bir ülkeye rota bulmak için sosyal medya kullandıklarında maddi veya fiziksel bir sömürüye maruz kaldıklarını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %94,7'si ve Türkiye örnekleminin %90,1'i maddi veya fiziksel sömürüye maruz kaldıklarını belirtmiştir. Ürdün'deki örnekleminin %4.0'ı ve Türkiye örnekleminin %6.6'sı yanıt vermeyi reddetmiştir.

5.1.2.19 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikayelerini duyup duymadığına dair cevaplar

Tablo 48: Suriye'den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikayelerini duyanların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	178	58.7%	182	60.1%
Hayır	125	41.3%	121	39.9%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %58,7'si ve Türkiye örnekleminin %60,1'si, başka bir ülkeye gitmeyi kolaylaştırmak amacıyla kaçakçılar tarafından sosyal yollardan fiziksel olarak sömürülen bir kişiyi duyduklarını söylerken Ürdün örnekleminin %41,3'ü ve Türkiye örnekleminin %39,9'u başka bir ülkeye seyahat etmeyi kolaylaştırmak amacıyla kaçakçılar tarafından fiziksel olarak sömürülen bir kişiyi duymadıklarını söylemiştir.

5.1.2.20 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlanıp yararlanmadığına dair cevaplar

Tablo 49: Yeni bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlananların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	263	86.8%	214	70.6%
Hayır	40	13.2%	89	29.4%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %86,8'i ve Ürdün örnekleminin %70,6'sı yeni bir zanaat veya beceri öğrenmede sosyal medyadan yararlandıklarını söylemiştir. Ancak, Ürdün örnekleminin %13,2'si ve Türkiye örnekleminin %29,4'ü yeni bir zanaat veya beceri öğrenmede sosyal medyadan faydalanmadığını söylemiştir.

5.1.2.21 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal Medyada bir Eğitim Sayfası oluşturup oluşturmadığına dair cevaplar

Tablo 50: Sosyal Medyada bir Eğitim Sayfası Oluşturanların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	31	10.2%	24	7.9%
Hayır	272	89.8%	279	92.1%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün ve Türkiye'deki örneklemelerin küçük bir yüzdesi sosyal medyada eğitim sayfaları oluşturduğunu söylemiştir. Ürdün'deki sayı Ürdün örnekleminin %10,2'si ve Türkiye örnekleminin %7,9'u idi. Ürdün örnekleminin %89,8'i ve Türkiye örnekleminin %92,1'i sosyal medyada eğitim sayfası oluşturmadığını söylemiştir.

5.1.2.22 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal medyanın ev sahibi ülkenin gelenek ve göreneklerinin hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar

Tablo 51: Sosyal medyanın ev sahibi ülkenin gelenek ve göreneklerinin hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olamamasına Cevap verenlerin Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	273	90.1%	246	81.2%
Hayır	30	9.9%	57	18.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %90,1'i ve Türkiye örnekleminin %81,2'si, sosyal medyanın sığındıkları ülkenin gelenek ve görenekleri hakkındaki bilgilerinin artmasına katkıda bulunduğunu düşündüklerini söylemiştir. Ancak, Ürdün örnekleminin %9,9'u ve Türkiye örnekleminin %18,8'i sosyal medyanın sığınmaya çalıştıkları ülkenin gelenek ve görenekleri hakkındaki bilgilerinin artmasına katkıda bulunmadığını söylemiştir.

5.1.2.23 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmadığına dair cevaplar

Tablo 52: sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmaması cevap verenlerin Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	240	79.2%	138	45.5%
Hayır	63	20.8%	165	54.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %79,2'si ve Türkiye örnekleminin %45,5'i sosyal medyayı düşüncelerini ve sorunlarını ifade etmek için uygun bir yol olarak bulduğunu söylemiştir. Ürdün örnekleminin %45,5'i ve Türkiye örnekleminin %54,5'i sosyal medyayı düşüncelerini ve sorunlarını ifade etmek için uygun bir yol olarak bulamadıklarını söylemiştir.

5.1.2.24 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 53: sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	235	77.6%	134	44.2%
Hayır	68	22.4%	169	55.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %77,6'sı ve Türkiye örnekleminin %44,2'si sosyal medyanın mültecilerin hakları hakkındaki bilginin yayılmasına katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Ürdün örnekleminin %22,4'ü ve Türkiye örnekleminin %55,8'i sosyal medyanın mültecilerin hakları hakkındaki bilginin yayılmasına katkıda bulunmadığını söylemiştir.

5.1.2.25 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar

Tablo 54: Sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmadığına cevap verenlerin Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye’de Sayı ve Yüzde	
Evet	253	83.5%	118	38.9%
Hayır	50	16.5%	185	61.1%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %83,5'i ve Türkiye örnekleminin %38,9'u sosyal medyanın mültecilere yardım eden uluslararası kurumların belirlenmesine yardımcı olduğunu söylemiştir. Ürdün örnekleminin %16,5'i ve Türkiye örnekleminin %61,1'i sosyal medyanın mültecilere yardım eden uluslararası kurumların belirlenmesinde yardımcı olmadığını söylemiştir.

5.1.2.26 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci yardımı nereden ve nasıl yardım edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar

Tablo 55: Sosyal medyanın mülteci yardımı nereden ve nasıl yardım edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olmamasına cevap verenlerin Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye’de Sayı ve Yüzde	
Evet	227	74.9%	200	66.0%
Hayır	76	25.1%	103	34.0%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %74,9'u ve Türkiye örnekleminin %66'sı sosyal medyanın nereden ve nasıl yardım alacağını bilmeye yardımcı olduğunu söylemiştir. Ürdün örnekleminin %25,1'i ve Türkiye örnekleminin %34,0'ı, nereden ve nasıl yardım alabileceklerini bilmelerine yardımcı olmadığını söylemiştir.

5.1.2.27 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşların zikrettiği isimlerine Göre Dağılımı

Tablo 56: sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşların katılımcıların tarafından zikrettiği isimleri

#	Cevap	Ürdün'de Sayı	Cevap	Türkiye'de Sayı
1	UNHCR	165	UNHCR	6
2	UNICEF	24	UNICEF	17
3	CARE	20	CARE	1
4	SPARK	2	SPARK	3
5	RI	8	SGDD	7
6	JRS	1	AFAD	7
7	JAOSW	1	IHH	7
8	NHF	2	IBC	6
9	SAB	4	Orange	5
10	Mercy Corps	6	Türk Kızılayı	50
11	ICRC	3	Molham	3
12	IOM	4	Farah	2
13	WHO	1	Kızıl haç	1
14	WFP	3	Altın hilal	1
15	NRC	17	Diyanet Vakfı	1
16	IRC	3	SSG	1
17	GFP	1	Beyaz Masa	1
18	DRC	5	Fatih emniyet	1
19	Save the children	4	Ihsan	1
20	Hopes	1	İSMEK	1
21	CARITAS	1	-	-
22	Tamkeen	1	-	-
23	UNV	2	-	-
24	UNDP	1	-	-
25	Edu syria	1	-	-
26	JAR	1	-	-
27	UNURWA	1	-	-
28	ACTED	3	-	-
29	JNRCS	2	-	-
30	OXFAM	1	-	-
31	Qudus kolej	2	-	-
32	DWB	1	-	-
33	ARDD	1	-	-
34	MOL	1	-	-
35	SANAD	1	-	-
36	ACHRS	1	-	-
37	Aile sağlığı enstitüsü	1	-	-
38	DFATD	1	-	-

Katılımcılar birden fazla cevap seçebildiler, bu yüzden yüzdelik bu soruda geçerli değildir

Yukarıdaki tablo, sosyal medya araçlarının mültecilerin bilgisini artırmaya ve hizmetlerini ve Suriyeli mültecilere neler sağladıklarını bilmek için sosyal medyada onları takip etmeye teşvik ettiği kuruluşların adlarını göstermektedir. İki ülkedeki katılımcılar tarafından belirtilen kuruluşlar farklıydı, ancak Ürdün ve Türkiye'deki katılımcılar tarafından beş uluslararası kuruluştan bahsedildi: UNHCR, UNICEF, CARE, SPARK.

Türkiye örneğinde adı geçen diğer kuruluşlar şunlardır: Türk Kızılayı, SGDD, AFAD, İHH, IBC, Portakal, Molham, Farah, Kızıl haç, Altın Hilal, Diyanet Vakfı, SSG, Beyaz Masa, Fatih Emniyet, İhsan, İSMEK.

Ürdün örneğinde adı geçen diğer kuruluşlar şunlardır: RI, JRS, JAOSW, NHF, SAB, Mercy Corps, ICRC, IOM, WHO, WFP, NRC, IRC, GFP, DRC, Tamkeen, CARITAS, UNV, Çocukları kaydet, Umutlar, UNDP, JAR, UNURWA, AKTİF, JNRCS, MOL, SANAD, ARDD, DWB, OXFAM, ACHRS, DFATD, Aile sağlığı enstitüsü, Edusyria, Qudus kolej.

5.1.2.28 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılıp katılmadığına dair cevaplar

Tablo 57: Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılanların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	236	77.9%	205	67.7%
Hayır	67	22.1%	98	32.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %77,9'u ve Türkiye örnekleminin %67,7'si Suriye savaştan sonra Facebook'taki gruplara katıldıklarını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %22,1'i ve Türkiye örnekleminin %32,3'ü Facebook'ta gruplara katılmadıklarını söylemiştir.

5.1.2.29 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini tüm dünyaya iletmeye başarılı olup madığına dair görüşler

Tablo 58: Sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini tüm dünyaya iletmeye başarılı olup olmadığını düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	262	86.5%	231	76.2%
Hayır	41	13.5%	72	23.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %86,5'i ve Türkiye örnekleminin %76,2'si sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini dünyaya getirmeyi başardığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %13,5'i ve Türkiye örnekleminin %72'si bunu başaramadığını tespit etmiştir.

5.1.2.30 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumlu bir etkisi olduğunu düşünmesine dair cevaplar

Tablo 59: Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumlu bir etkisi olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Çok büyük	130	42.9%	36	11.9%
Büyük	81	26.7%	69	22.8%
Orta	55	18.2%	128	42.2%
Az	22	7.3%	54	17.8%
Hiç olumlu etkisi olmadı	15	5.0%	16	5.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Likert Beş ölçeğine göre katılımcılardan sosyal medyanın mülteci sorunlarına olumlu etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir.

Ürdün örnekleminin %42,9'u ve Türkiye örnekleminin %11,9'u, sosyal medyanın mülteci sorunları üzerinde çok büyük olumlu bir etkisi olduğunu düşünürken Ürdün örnekleminin %26,7'si ve Türkiye örnekleminin %22,8'i sosyal medyanın mülteci sorunları üzerinde büyük bir olumlu etkisi olmuştur. Ürdün örnekleminin %18,2'si Türkiye örnekleminin %42,2'si sosyal medyanın mülteci sorunlarına orta bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %7,3'ü ve Türkiye örnekleminin %17,8'i sosyal medyanın mülteci sorunları üzerinde küçük bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %5'i ve Türkiye örnekleminin %5,3'ü, tüm sosyal medyada mülteci sorunları üzerinde hiç olumlu bir etki olmadığını düşünmektedir.

5.1.2.31 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumsuz bir etkisi olduğuna dair cevaplar

Tablo 60: Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmesi hakkında Cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Çok büyük	13	4.3%	22	7.3%
Büyük	83	27.4%	40	13.2%
Orta	98	32.3%	103	34.0%
Küçük	59	19.5%	85	28.1%
Hiç olumsuz etkisi olmadı	50	16.5%	53	17.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Likert Beş ölçeğine göre, katılımcılardan sosyal medyanın mülteci sorunları üzerindeki olumsuz etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir.

Ürdün örnekleminin %4,3'ü ve Türkiye örnekleminin %7,3'ü sosyal medyanın mülteci sorunları üzerinde çok büyük bir olumsuz etkisi olduğunu düşünmektedir.

Ürdün örnekleminin %27,4'ü ve Türkiye örnekleminin %13,2'si sosyal medyanın mülteci sorunlarına büyük bir olumsuz etkisi olduğunu düşünmektedir.

Ürdün örneğinin %32,3'ü ve Türkiye örnekleminin %34,0'ı sosyal medyanın mülteci sorunlarına orta düzeyde olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %19,5'i ve Türkiye örnekleminin %28,1'i sosyal medyanın mülteci sorunları üzerinde küçük bir olumsuz etkisi olduğunu düşünmektedir.

Ürdün örnekleminin %16,5'i ve Türkiye örnekleminin %17,5'i tüm sosyal medyada mülteci meseleleri üzerinde hiç olumsuz bir etkisi olmadığını düşünmektedir.

5.1.2.32 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasaların hakkında bilgi yayılmasına katkıda bulunduğuna dair cevaplar

Tablo 61: sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasaların hakkında bilgi yayılmasına katkıda bulunduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	225	74.3%	102	33.7%
Hayır	30	9.9%	55	18.2%
Bilmiyorum	48	15.8%	146	48.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %74,3'ü ve Türkiye örnekleminin %33,7'si sosyal medyanın mülteci uluslararası hakları hakkında bilginin yayılmasına katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Ürdün örnekleminin % 9,9'u ve Türkiye örnekleminin %18,2'si sosyal medyanın mülteci uluslararası hakları hakkında bilginin yayılmasına katkıda bulunmadığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %15,8'i ve Türkiye örnekleminin %48,2'si bu soruya bir cevap bulamamıştır.

5.1.2.33 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilere neler yaşadıklarının hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğuna dair cevaplar

Tablo 62: sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilere neler yaşadıklarının hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	268	88.4%	225	74.3%
Hayır	20	6.6%	25	8.3%
Bilmiyorum	15	5.0%	53	17.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %88,4'ü ve Türkiye örnekleminin %74,3'ü sosyal medyanın insanların Suriye içindeki ve dışındaki Suriyelilerin karşılaştıkları hakkındaki bilgilerini geliştirdiğini düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %6,6'sı ve Türkiye örnekleminin %8,3'ü sosyal medyanın insanların Suriye içindeki ve dışındaki Suriyelilerin karşılaştıkları hakkındaki bilgilerini geliştirmedini düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %5,0'ı ve Türkiye örnekleminin %17,5'i bilmiyor veya soruya net bir cevabı yoktur.

5.1.2.34 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook ve diğerleri gibi sosyal medyadaki medya ve haber yayınlarının insanları Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin ana vatanlarına dönebilecekleri için kandırdıklarına dair cevaplar

Tablo 63: Facebook ve diğerleri gibi sosyal medyadaki medya ve haber yayınlarının insanları Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin ana vatanlarına dönebilecekleri için kandırdıklarını düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	136	44.9%	199	65.7%
Hayır	111	36.6%	38	12.5%
Bilmiyorum	56	18.5%	66	21.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %44,9'u ve Türkiye örnekleminin %65,7'si, sosyal medyanın mültecileri Suriye'deki durumun istikrarlı ve mültecilerin geri dönebileceği yayınlarında yayımladığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %36,6'sı ve Türkiye örnekleminin %12,5'i, sosyal medyanın mültecileri Suriye'deki durumun istikrarlı ve mültecilerin geri dönebileceği konusunda yayınlananlar aracılığıyla aldatmadığını düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %18,5'i ve Türkiye örnekleminin %21,8'i soruyu bilmediklerini veya cevapları olmadığını söylemiştir.

5.1.2.35 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kadınlar ve çocuklar gibi mültecilerin insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolünü nasıl olduğuna dair cevaplar

Tablo 64: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kadınlar ve çocuklar gibi mültecilerin insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolünü nasıl olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Çok büyük	141	46.5%	49	16.2%
Büyük	99	32.7%	85	28.1%
Orta	35	11.6%	104	34.3%
Az	21	6.9%	42	13.9%
Hiçbir rolü	7	2.3%	23	7.6%
Toplam	303	100%	303	100%

Likert ölçeğine göre, katılımcılardan krizdeki en savunmasız grupların (kadın ve çocuklar) konularına odaklanmada sosyal medyanın olumlu rolünü değerlendirmeleri istenmiştir. Ürdünlü katılımcıların değerlendirilmesi Türkiye'de onlardan farklıydı; Ürdün örnekleminin %46,5'i ve Türkiye örnekleminin %16,2'si krizdeki en savunmasız grupların konularına odaklanmadaki rolünün çok büyük olduğunu düşünmektedir.

Ürdün örnekleminin %32,7'si ve Türkiye örnekleminin %28,1'i krizdeki en savunmasız grupların konularına odaklanmadaki rolünün büyük olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %11,6'sı ve Türkiye örnekleminin %34,3'ü krizdeki en savunmasız grupların konularına odaklanmadaki rolünün ılımlı olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %6,9'u ve Türkiye örnekleminin %13,9'u krizdeki en savunmasız grupların konularına odaklanmadaki rolünün küçük olduğunu düşünmektedir. Ürdün örnekleminin %2,3'ü ve Türkiye örnekleminin %7,6'sı krizin en savunmasız gruplarının konularına odaklanmasında hiçbir rolü olmadığını düşünmektedir.

5.1.3 Sosyal Medyada Mültecilere Karşı Nefret Söylemi ve Suriyeli Mültecinin İmajı

5.1.3.1 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren ifadeler içeren sosyal medyadaki haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşılırsa, buna cevap verip vermediğine dair cevaplar

Tablo 65: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren ifadeler içeren sosyal medyadaki haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşılırsa, buna cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	44	14.5%	70	23.1%
Hayır, bana ve aileme veya diğer Suriyelilere karşı daha fazla rahatsız edici yorumlardan kaçınmak için	144	47.5%	122	40.3%
Hayır, çünkü cevap vermek zamanı israfı bulurum	115	38.0%	111	36.6%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %14,5'i ve Türkiye örnekleminin %23,1'i Suriyeli mülteciler hakkında sosyal medyada karşılaşılırsa küfürlü yorumlara yanıt verdiklerini söylemiştir.

Ancak, Ürdün örnekleminin % 85,5'i ve Türkiye örnekleminin %76,9'u yorumlara cevap vermediklerini söyledi. İki gruba ayrılmıştır:

Birinci grup: %47.5'i Ürdün'de ve %40.3'ü Türkiye'de kendileri veya aileleri hakkında kötü yorumlara maruz kalmaktan kaçınmak için yanıt vermediklerini söylemiştir. **İkinci grup** ise: %38.0'ı Ürdün'de ve %36.6'sı Türkiye'de bu tür yorumlara cevap vermek için yeterli zamanları olmadığını söylemiştir.

5.1.3.2 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajı nasıl olduğuna dair cevaplar

Tablo 66: Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajı nasıl olduğunu düşünmesi hakkında cevap verenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Olumlu (Onlarla Empati)	164	54.1%	97	32.0%
Olumsuz (Nefret Söylemi)	28	9.2%	52	17.2%
Tarafsız	79	26.1%	79	26.1%
Bilmiyorum	32	10.6%	75	24.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %54,1'i ve Türkiye örnekleminin %32,0'ı sosyal medyada sunulan Suriyeli mültecilerin imajını olumlu bulmaktadır ve sempati çağrısında bulunmaktadır.

Ürdün'de örneklemin %9,2'si ve Türkiye örnekleminin %17,2'si olumsuz bulmak ve bunlara karşı nefret söylemine yol açmaktadır.

Her örnekleminin %26,1'i tarafsız bulurken, Ürdün'deki örnekleminin %10,6'sı ve Türkiye'deki örneklemin %24,8'i soruyu bilmediklerini ve cevapları olmadığını söylemiştir.

5.1.3.3 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla kötü muamelesine ilişkin resimler görürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissettiklerine dair cevaplar

Tablo 67: sosyal medya aracılığıyla kötü muamelesine ilişkin resimler görürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissettikleri hakkında cevaplar

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Hoşnutsuzluk	231	76.2%	242	79.9%
Umurunda değil	40	13.2%	34	11.2%
Cevap vermeyi reddetti	32	10.6%	27	8.9%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %76,2'si ve Türkiye örnekleminin %79,9'u Suriyeli mültecilere sosyal medyada yayın veya yorum yoluyla kötü muamele gördüklerinde memnun kaldığını belirtmiştir.

Ürdün örnekleminin %13,2'si ve Türkiye örnekleminin %11,2'si bunu önemsemediklerini söylemiştir. Yanıt Ürdün örnekleminin %10,6'sı ve Türkiye örnekleminin %8,9'u tarafından reddedilmiştir.

5.1.3.4 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletme üzerindeki etkisini nasıl olduğuna dair cevaplar

Tablo 68: Sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletme üzerindeki etkisini

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Suriyeli mültecilere karşı nefret ve düşmanlık artan	25	8.3%	27	8.9%
Suriyeli mültecilere karşı nefret ve düşmanlık daha azalan	91	30.0%	66	21.8%
Tarafsızdı ve gerçeği açıklan	125	41.3%	122	40.3%
Bilmiyorum	62	20.5%	88	29.0%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %8,3'ü ve Türkiye'deki örneklemin %8,9'u sosyal medyanın mültecilere yönelik nefret ve düşmanlığı artırdığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %30.0'ı ve Türkiye örnekleminin %21.8'i Suriyeli mültecilere yönelik nefret ve düşmanlığı azalttığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin %41,3'ü ve Türkiye örnekleminin %40,3'ü tarafsız olduğunu ve gerçeği açıkladığını söylemiştir.

Ürdün örnekleminin %20.5'i ve Türkiye örnekleminin %29.0'ı Suriyeli mültecinin imajını nasıl etkilediğini bilmediklerini söylemiştir.

5.1.4 Mülteci Gazeteci

5.1.4.1. Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye İç Savaşı veya Suriyeli Mülteci kriziyle ilgili bir video, fotoğraf veya haber sosyal medya aracılığıyla gönderip göndermediğine dair cevaplar

Tablo 69: Suriye iç savaşı veya Suriyeli mülteci kriziyle ilgili bir video, fotoğraf veya haber sosyal medya aracılığıyla gönderenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet. Sığınmadan önce	9	3.0%	16	5.3%
Evet. Sığınmadan sonra	22	7.3%	18	5.9%
Evet. Sığınmadan önce ve sonra	12	4.0%	23	7.6%
Hayır	243	80.2%	204	67.3%
Cevap vermeyi reddetti	17	5.6%	42	13.9%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %80,2'si ve Türkiye örnekleminin %67,3'ü sosyal medya aracılığıyla Suriye çatışma olaylarıyla ilgili haber veya resim veya video yayınlamadıklarını söylemiştir.

Suriye çatışma olayları ile ilgili haber ya da resim ya da video yayınlayanların sayıları şöyle: Ürdün örnekleminin 14.3'ü (iltica öncesi %3.0, iltica sonrası %7.3, iltica öncesi ve sonrası %4.0), Türkiye'deki örneklemin %8.8'si (iltica öncesi %5,3, iltica sonrası %5,9, iltica öncesi ve sonrası %7,6)dir. Bu soruyu cevaplamayı reddedenler Ürdün örnekleminin %5,6'sı ve Türkiye örnekleminin %13,9'udur.

5.1.4.2 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikâye paylaşp paylaşmadığına dair cevaplar

Tablo 70: Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikâye paylaşanların sayısı : Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikâye paylaşanların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	67	22.1%	43	14.2%
Hayır	212	70.0%	212	70.0%
Cevap vermeyi reddetti	24	7.9%	48	15.8%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örnekleminin %22.1'i, Türkiye örnekleminin %14.2'si Suriye çatışma olayları ile ilgili sosyal medyada bir hikâye veya konu yayınladıklarını belirtmiştir.

Her iki örneklemlerde %70'i, Suriye çatışma olayları ile ilgili sosyal medyada bir hikâye veya konu yayınlamadıklarını yanıtlamıştır. Ürdün örnekleminin %7,9'u ve Türkiye örnekleminin %15,8'i soruyu cevaplamayı reddetmiştir.

5.1.4.3 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayıp yayınlamadığına dair cevaplar

Tablo 71: katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayanların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	53	17.5%	68	22.4%
Hayır	226	74.6%	188	62.0%
Cevap vermeyi reddetti	24	7.9%	47	15.5%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %17,5'i ve Türkiye örneklemin %22,4'ü sosyal medyada diğer Suriyeli mültecilerin hikayesini yayınladıklarını söylerken Ürdün örneklemin %74,6'sı ve Türkiye örneklemin %62,0'ı sosyal medyada diğer Suriyeli mültecilerin hikayesini yayınlamadıklarını söylemiştir. Ürdün örneklemin %7,9'u ve Türkiye örneklemin %15,5'i soruyu cevaplamayı reddetmiştir.

5.1.4.4 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşı yorum yapıp yapmadığına dair cevaplar

Tablo 72: katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşı yorum yapanların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	92	30.4%	109	36.0%
Hayır	184	60.7%	145	47.9%
Cevap vermeyi reddetti	27	8.9%	49	16.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %30,4'ü ve Türkiye örneklemin %36,0'ı sosyal medyadaki Suriyeli mülteciler hakkında konuşan bir haber veya resim hakkında yorum yaptığını söylemiştir. Ürdün örneklemin %60,7'si ve Türkiye örneklemin %47,9'u sosyal medyadaki Suriyeli mülteciler hakkında konuşan bir haber veya resim hakkında yorum yapmadığını söylemiştir. Ürdün örneklemin %8,9'u ve Türkiye örneklemin % 16,2'si soruyu cevaplamayı reddetmiştir.

5.1.4.5 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye Çatışma Olayları ile ilgili bir resim çekip ve Suriye'den çıkış sırasında sosyal medyada paylaşp paylaşmadığına dair cevaplar

Tablo 73: Suriye Çatışma Olayları İle İlgili Bir Resim Çekip Ve Suriye'den Çıkış Sırasında Sosyal Medyada Paylaşanların Sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	31	10.2%	55	18.2%
Hayır	258	85.1%	229	75.6%
Cevap vermeyi reddetti	14	4.6%	19	6.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %10,2'si ve Türkiye örneklemin %18,2'si Suriye'den çıkış sırasında fotoğraf çektiğini veya sosyal paylaşım sitelerine haber gönderdiğini söylemiştir. Ürdün örneklemin %85,1'i, Türkiye örneklemin %75,6'sı hayır demişken fotoğraf çekmediklerini veya sosyal paylaşım sitelerine haber göndermediklerini söylemiştir. Ürdün örneklemin %4,6'sı ve Türkiye örneklemin %6,3'ü yanıt vermeyi reddetmiştir.

5.1.4.6 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğuna dair cevaplar

Tablo 74: katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesi hakkında cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Olumlu	162	53.5%	148	48.8%
Olumsuz	52	17.2%	21	6.9%
Olumlu ve Olumsuz	89	29.4%	134	44.2%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %53,5'i ve Türkiye örneklemin %48,8'i, aktivistlerin Suriye'de olup bitenlerin sosyal medyaya fotoğraf ve videolarını gönderirken neler yaptıklarını olumlu bulduklarını söylemiştir.

Ürdün örneklemin %17,2'si ve Türkiye örneklemin %6,9'u bunun bakış açısından olumsuz bir şey olduğunu söylemiştir. Ürdün örneklemin %29,4'ü ve Türkiye örneklemin %44,2'si aynı anda iki taraflı, olumsuz ve olumlu bir şey olduğunu düşünmektedir.

5.1.5 Etkili Mülteci

5.1.5.1 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların özel bir Facebook sayfası veya özel bir Twitter sayfasına sahip olup olmadığına dair cevaplar (kişisel hesap değil)

Tablo 75: katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesi hakkında cevapları

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	48	15.8%	181	59.7%
Hayır	255	84.2%	122	40.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %15,8'i ve Türkiye'deki örneklemin %59,7'si Facebook veya Twitter'da (kişisel hesap değil) bir sayfaya sahiptir.

Ürdün örneklemin %84,2'si ve örneklemin %40,3'ü Türkiye'nin Facebook veya Twitter'da (kişisel hesap değil) bir sayfası yoktur.

5.1.5.2 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olup olmadığına dair cevaplar

Tablo 76: Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olanların sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	266	87.8%	296	97.7%
Hayır	37	12.2%	7	2.3%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %87,8'i ve Türkiye örneklemin %97,7'si Facebook sayfalarında yer almaktadır. Ürdün örneklemin %12,2'si ve Türkiye örneklemin %2,3'ü Facebook'ta herhangi bir sayfanın üyesi değildir.

5.1.5.3 Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilip bilmediğine dair cevaplar

Tablo 77: Mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilenlerin sayısı

Cevap	Ürdün'de Sayı ve Yüzde		Türkiye'de Sayı ve Yüzde	
Evet	223	73.6%	116	38.3%
Hayır	80	26.4%	187	61.7%
Toplam	303	100%	303	100%

Ürdün örneklemin %73,6'sı ve Türkiye örneklemin %38,3'ü mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan sayfaları bildiklerini söylerken Ürdün örneklemin %26,4'ü ve Türkiye örneklemin %61,7'si mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan sayfaları bilmediklerini söylemiştir.

5.2. Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Odak Grup Tartışma Bulguları

Katılımcılara araştırmanın farklı yönleri ile ilgili sorular soruldu. Odak Grup Tartışması yapmanın genel amacı araştırma sorularına cevap vermek ve topladığım bilgi ve varsayımların doğru olup olmadığını destekleyici verileri elde etmektir.

Arapça dilinde yürütülen iki Odak Grup Tartışmaları'nın amacı araştırma konusu hakkında ek bilgi elde etmektir. Amman-Ürdün'de yapılan ilk Odak Grup Tartışması'na 15 Suriyeli mülteci ve 15 Suriyeli mülteci de İstanbul'da gerçekleştirilen ikinci Odak Grup Tartışması'na katılmıştır. Her ülkede 15 kişiye farklı yaşlar, eğitim ve geçmişten katılım sağlanmıştır. Her iki Odak Grup Tartışmaları katılımcılarının özellikleri Tablo 79'da göstermektedir.

Tablo 78: İstanbul ve Amman'da Tartışmaları Katılımcılarının Özellikleri

İstanbul'da Odak Gruplar Tartışması					Amman'da Odak Gruplar Tartışması			
#	Cinsiyet	Yaş	Medeni durum	Eğitim	Cinsiyet	Yaş	Medeni durum	Eğitim
1	Bayan	31	Bekâr	Doktora öğrencisi	Bayan	30	Bekâr	Yüksek lisans öğrencisi
2	Bayan	21	Bekâr	Lisans öğrencisi	Erkek	33	Bekâr	Lisans mezunu/ çalışıyor
3	Bayan	35	Bekâr	Yüksek lisans mezunu / çalışmıyor	Erkek	34	Bekâr	Yüksek diploma / çalışmıyor
4	Erkek	26	Bekâr	Lisans öğrencisi	Bayan	29	Evli	Lisans mezunu/ çalışmıyor
5	Bayan	33	Bekâr	Lise mezunu/ çalışmıyor	Erkek	45	Evli	Lise mezunu/ çalışıyor
6	Erkek	27	Evli	Lise mezunu/ çalışmıyor	Erkek	22	Bekâr	Lise mezunu/ çalışıyor
7	Bayan	33	Evli	Lisans mezunu/ çalışıyor	Bayan	32	Evli	Lisans mezunu/ çalışıyor
8	Erkek	21	Bekâr	Lisans mezunu/ çalışıyor	Erkek	31	Evli	Lisans mezunu/ çalışıyor
9	Erkek	24	Evli	Liseden az mahzunu/ çalışıyor	Erkek	39	Evli	Lisans mezunu/ çalışıyor
10	Erkek	33	Bekâr	Yüksek lisans mezunu/ Mühendis çalışıyor	Bayan	48	Evli	Doktora/ çalışıyor
11	Bayan	43	Evli	Lise mahzunu/ çalışmıyor	Erkek	19	Bekâr	Lisans öğrencisi
12	Erkek	22	Bekâr	Lise mezunu/ çalışmıyor	Bayan	34	Evli	Liseden az mezunu/ çalışmıyor
13	Erkek	23	Bekâr	Lisans mezunu/ çalışıyor tercüman	Bayan	25	Bekâr	Lise mezunu/ çalışıyor
14	Bayan	20	Evli	Liseden az mezunu/ çalışıyor	Erkek	27	Bekâr	Lise mezunu/ çalışıyor
15	Erkek	19	Bekâr	Lisans öğrencisi	Erkek	32	Bekâr	Yüksek lisans öğrencisi

Her iki grupta yapılan tartışmalar, bu katılımcıların sosyal medyanın hayatlarındaki etkisini nasıl gördükleri hakkında önemli bilgiler vermiştir. Odak grup tartışmalarının verileri organize edilmiştir ve kategoriler halinde düzenlenmiştir. Yazılı bilgiler daha fazla analiz edilmiştir ve bilgileri içeriğe sunulmuştur. Odak grup tartışmalarda on soru yer almıştır.

5.2.1 Odak Grup Tartışmaların Soruları

Tablo 79: Odak Grup Tartışmaların Soruları

#	Soru Numara	Soru
1	Birinci Soru	Suriye'den ayrıldıktan sonra sosyal medya kullanımlarının arttığını düşünüyorlar mı ve bu artışın arkasındaki nedenler bir artış olursa neydi?
2	İkinci Soru	Suriye çatışma olaylarında sosyal medya kullanımının en büyük etkisi konusunda ne düşünüyorlar?
3	Üçüncü Soru	Sosyal medya, sosyal medya aracılığıyla yayılan konular ve hikayelerde yer alan Suriyeli mülteciler için ne ölçüde olumlu bir etki yapabildi?
4	Dördüncü Soru	Sosyal medya, sosyal medya aracılığıyla yayılan konulara veya hikayelere karışan Suriyeli mülteciler için ne ölçüde olumlu veya olumsuz bir başarı elde etti?
5	Beşinci Soru	Görüşlerinde, medyada ele alınan ve odaklanan ve Suriye çatışma olaylarında ve Suriye'deki veya yurtdışındaki Suriyeliler hakkında sosyal medyaya yansıtılan en önemli konular ve hikayeler nelerdir?
6	Altıncı Soru	Görüşlerine göre, medyada ele alınan ve odaklanan ve Suriye çatışma olayları ile Suriye'deki veya yurtdışındaki Suriyeliler ve kadın ve çocuklarla ilgili sosyal medyada yansıtılan en önemli konular ve hikayeler nelerdir?
7	Yedinci Soru	Suriyelilere yönelik küfürler veya hakaret içeren kelimeler içeren sosyal medya sitelerinde yayınlar, haberler, yorumlar veya resimlerle karşılaştıklarında cevap veriyor veya yorum yapıyorlar mı?
8	Sekizinci Soru	Suriyeli mültecileri sosyal medyada kötüye kullandıklarını (fotoğraflar, videolar) veya okuduklarında (yazı, metin, yorumlar) nasıl hissediyorlar?
9	Dokuzuncu Soru	Bazı aktivistlerin ve mültecilerin sosyal medyayı Suriye'ye ve Suriyeli mültecilere neler olduğunu gösteren fotoğraf ve videolarını kanalize etmekte ne yaptıkları hakkında ne düşünüyorlar?
10	Onuncu Soru	Medyada ve sosyal medyada yayınlananların, sığındıkları ülkedeki Suriyeli mültecilerin imajı üzerindeki etkisini nasıl görüyor?

Yukarıdaki sorulardaki tartışmalar sırasında, cevaplardan birkaç alıntı yazılmıştır ve sonuçları desteklemek için tablolardan sonuçları yanındaki analiz kullanılırken daha sonra analiz bölümüne dahil edilmiştir.

5.3. Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemlerine Göre Elde Edilen Bulgular Bağlamında Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Analiz sonuçları, sosyal medyanın Ürdün ve Türkiye gibi komşu ülkelere sığınan Suriyeli mülteciler üzerinde olumlu/olumsuz bir etkisi olduğu hipotezini kanıtlamak amacıyla tartışılmaktadır. Oluşturulan hipotez, Ürdün ve Türkiye gibi komşu ülkelerdeki sosyal medya kullanımının, sosyal medya kullanıcılarının mültecilerin kendileri veya başkalarından (mülteci olmayan herkes) bağımsız olarak olumlu ve olumsuz etkilerini test etmeye çalışmaktadır. Başka bir deyişle, sosyal medyanın mülteciler üzerinde oluşturduğu olumlu veya olumsuz etkinin sebebinin mülteciler mi yoksa diğer insanlar mı olduğunu test etmektedir. Nicel yaklaşım (Ürdün ve Türkiye'de yapılan anketler) ve nitel yaklaşım (Amman ve İstanbul'da Odak Grup Tartışmaları) sonuçları sosyal medyanın Ürdün ve Türkiye gibi komşu ülkelere sığınan Suriyeliler üzerinde olumlu ya da olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir.

5.3.1. Suriyeli Mültecilerin Ev Sahipliği Yapan Ülkelerde Sosyal Medya Kullanımında Önemli Artış

Tablo 30 ve Tablo 31'deki sonuçlar, her iki ülkedeki mültecilerin hem bilgisayar hem de mobil cihazlar için internet aboneliği kullandığını ve bu da internet kullanımına ihtiyaç duyduklarını ve bu kullanım için ödeme yapmaya hazır olduklarını göstermektedir. Ayrıca cep telefonu olmayan kişilerin dizüstü bilgisayarı olmayanlardan daha az olduğunu görülmektedir. Bu nedenle akıllı telefon kullanımının mülteciler arasında çok yaygın olduğu açıktır.

Tablo 32'deki sonuçlar sosyal medyanın aynı zamanda ergenler ve çocuklar üzerinde de bir etkisi olduğunu göstermektedir. Katılımcılara, ailelerinde 18 yaşından büyük ve sosyal medya kullanan bireyler olup olmadığı sorulmuştur. Ürdün örnekleminin %60,7'si "Evet" cevabını verirken, Türkiye'de bu oran % 77,6'ya çıkmıştır. Ailesinde 18 yaşın üzerinde hiçbir üye olmadığını söyleyenler Ürdün'deki örneklemin %28,7'sini ve Türkiye'deki örneklemin % 18,5'ini temsil etmektedir.

İltica ülkelerinde yetişen ve büyüyen birçok Suriyeli çocuk sosyal medya kullanmaya iltica ettikleri ülkede başlamıştır. Bunun nedeni olarak çevrelerinden etkilenmiş olmaları değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda iltica edilen ülkedeki fenomen karakterlerin ve fikirlerin etkisinde kaldıkları görülmektedir. Ancak Suriye'de birçok yaşlı insan sosyal medyayı çok fazla kullanmadığı için iltica ettikleri ülkede bu yaş düzeyinde sosyal medya

kullanımında bir artış da kaydedilmemiştir.

Tablo 35'teki sonuçlar Ürdün'deki mülteci örnekleminin %19,1'inin ve Türkiye'deki mülteci örnekleminin %31,4'ünün sosyal medyayı günde dört saatten fazla kullandıklarını göstermektedir. Ürdün'deki mülteci örnekleminin %27,4'ü ve Türkiye'deki mülteci örnekleminin %36,0'sı sosyal medyayı günde 2-4 saat kullandıklarını söylerken, sosyal medyayı günde iki saatten az kullananlar Ürdün örnekleminin % 53,5'ini ve Türkiye örnekleminin %32,7'sini oluşturmaktadır.

Gösterilen anket sonuçları, Suriye çatışma olaylarının, Suriyeli mülteciler tarafından sosyal medyanın kullanımını etkilediğini göstermektedir. Suriye savaşı başladığında ve Suriye'yi terk ettiklerinde sosyal medya kullanıcılarının sayısı cinsiyet, sosyal statü, eğitim düzeyi, ikamet yeri (Ürdün, Türkiye –mülteci kamplarının içinde veya dışında-), akıllı telefona sahip olmak veya olmamak, Wi-Fi erişim veya internet aboneliğine sahip olma, konaklama türü (kira, mülkiyet, kamp), kiminle yaşadıkları ve yaştan bağımsız olarak artmıştır.

Tablo 42'deki sonuçlar Ürdün'deki örneklemin %58,1'inin çocuk sahibi olduğunu, %24,8'inin çocuklarının sosyal medya kullanımlarının arttıklarını belirttiklerini göstermektedir. Öte yandan, Türkiye'deki örneklemin %34'ü çocuk sahibi, %17,2'si çocuklarının sosyal medya kullanımının arttığını söylemiştir.

Çocuk sahibi olan çok sayıda katılımcı, çocuklarının sosyal medya kullanımının arttığını söylemiştir. Bu da iltica ülkesindeki açıklığın ve akranlar arasında etkileşimin varlığına işaret etmektedir. Çevreye ek olarak, iltica edilen ülkedeki imkan ve koşullar da bu çocukları etkilemiştir ve Suriye'den yerinden edildikten sonra sosyal medyayı kullanmalarını teşvik etmiştir.

Odak grup tartışmaları sırasında katılımcılara, Suriye'yi terk ettikten sonra sosyal medya kullanımlarının artıp artmadığı konusunda ne düşündükleri ve bu artışın arkasındaki nedenlerin ne olduğunu düşündükleri sorulmuştur. Sosyal medya kullanımının sığınmacı ülkelerde hâlâ Suriye'de olanlardan daha fazla arttığı ortaya çıkmıştır. Sosyal medya kullanımının 2011'den bu yana küresel ölçekte arttığı bir gerçektir ancak; Suriyeli mültecilerin sosyal medya kullanımlarının neden arttığını açıklamak için başka nedenler de bulunmaktadır.

Söz konusu nedenler sosyal, ve eğitimsel olabileceği gibi bilgilendirme amaçlı ve işle ilgili de olabilir. Örneğin, Türkiye'de ve Ürdün'de internete erişimin Suriye'de olduğundan daha kolay ve ucuz olması internet kullanımının artmasının temel nedenlerinden biridir.

Ek olarak, Alıntı 1’de ifade edildiği üzere akıllı telefonların uygun fiyatlarla kullanılabilirliği internet kullanımındaki artışa katkıda bulunmuştur.

“Suriye’de internet zayıf ve yavaştı, ancak burada bolca ve hızlı bir şekilde ve uygun fiyatlarla mevcut”. (Alıntı 1, İstanbul Katılımcı 4, erkek, 26, Lisans öğrencisi)

Ayrıca, Amman’daki bazı katılımcılar tarafından hızlı bir tarz olarak nitelendirilen ev sahibi ülkelerdeki yeni yaşam tarzı, çok sayıda Suriyeli mülteciyi sosyal medyayı öncekinden daha fazla kullanmaya itmiştir. Toplumdaki yeni üyeler, iltica ülkesindeki açıklığından etkisiyle dönüşüm sürecine ayak uydurmak istemektedir. Bu adaptasyon hızında 21.yüzyılda Alıntı 2’den anlaşıldığı gibi, internetin ekonomik ve sosyal yaşamın bel kemiği haline gelmiş olduğu gerçeği de etkili olmaktadır.

“Daha önce sosyal medyanın ne olduğu hakkında hiçbir fikrim yoktu, çünkü İnternet Suriye’de mevcut değildi ve hızı düşüktü, ancak Ürdün’deki İnternet kullanılabilirliği ve teknolojik gelişme Suriye’de olduğundan daha gelişmiş.” (Alıntı 2, Amman, Katılımcı 13, bayan, 25, Kolej mezunu/ çalışıyor)

Ev sahipliği yapan ülkelerde daha hızlı ve daha kaliteli internet bağlantıları, erişim özgürlüğü ve daha ucuz fiyatlara olanak sağlayan teknolojik gelişim düzeyi, sosyal medya kullanımının artmasına katkıda bulunmuştur. Bu koşullar, 3. Alıntı katılımcısının açıkladığı gibi, Suriye’deki altyapıdan oldukça farklı bir durumu göstermektedir.

“Suriye’deki kırsal kesimde yaşıyordum, cep telefonum yoktu ve teknoloji gelişmiş değildi. İnternetin kötü kalitesi nedeniyle sosyal medya programlarının kullanımı başarılı değildi”. (Alıntı 3, İstanbul, Katılımcı 9, erkek, 24, Liseden az eğitilmiş/ çalışıyor)

Tablo 35, 36 ve 37’de oranları gösterilen 3 farklı soruyla ev sahipliği yapan ülkelerde Suriyelilerin sosyal medyayı kullanma korkularına dair cevaplarına yer verilmektedir. Söz konusu tablolardaki sonuçlar, Suriyelilerin sosyal medyayı kullanma korkusundan ve tereddütlerinden kurtulduğunu göstermektedir. Tablo 38’de gösterilen sonuçlarda gördüğümüz üzere Ürdün’deki örneklemin %73,6’sı ve Türkiye’deki örneklemin %86,8’i sosyal medyayı kullanırken gerçek kimliklerini kullandıklarını belirtmiştir. Ayrıca, Tablo 37’de gösterildiği gibi Ürdün’deki örneklemin %83,5’i ve Türkiye’deki örneklemin %81,5’i

sosyal medyada yaş, cinsiyet, unvan ve kişisel fotoğraflar gibi gerçek bilgiler eklediklerini söylemiştir. Tablo 38'de gösterildiği gibi Ürdün'deki örneklemin %85,8'i ve Türkiye'deki örneklemin %79,5'i sosyal medyada yayınladıkları tüm resim ve bilgilerin mültecilerin gerçek karakterlerini yansıttığını söylemiştir.

Yukarıdaki sonuçlardan fark ettiğimiz gibi, gerçek adlarını ve fotoğraflarını ortaya çıkaran ve gerçek adlarıyla yorum yapan insanların oranı oldukça yüksektir. Çok sayıda insan sosyal medya ve internet kullanma korkusundan kurtulmuş, internette gezinme ve ifade özgürlüğünün tadını çıkarmaya başlamıştır. Sosyal medyanın mülteciler tarafından kullanılması, ifade ve görüş özgürlüğü uygulamasında olumlu bir etkiye sahiptir.

Odak grupları tartışması, katılımcıların internete erişim ve medya kullanma özgürlüğü konularında Ürdün ve Türkiye gibi diğer ülkeler ile Suriye arasındaki farkın nedenini açıklayan bir başka nokta daha olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Suriye toplumunun, korku nedeniyle sosyal medya kullanımı konusunda bir takım zorluklar çektiği bilinmektedir. Bu nedenle çok sayıda Suriyeli, sosyal medyanın ne olduğundan ve nasıl kullanıldığından habersizdir; çünkü sosyal medya platformları yasaklanmış durumdadır ve halka açık değildir. Suriye'de İnternet kullanımında kısıtlamalar olduğu için katılımcılardan Alıntı 4 ve Alıntı 5'in açıklığa kavuşturduğu gibi rejimin baskısı ve güvenlik kontrolü nedeniyle Facebook gibi sosyal ağlar yasaklanmıştır.

“Geçmişte özgürlük yoktu. Suriye Devlet Güvenliği tarafından Aralık 2009'da tutuklanan, Humus'taki ortaokuldaki bir öğrenci olan Tal Al-Mallohi'yi blogunda bazı “politik geçmiş” materyalleri yayınladığı için tutukladıklarını biliyoruz”. (Alıntı 4, İstanbul Katılımcı 1, bayan, 31, Doktora öğrencisi)

“Suriye’de İnternet kullanımı konusunda kısıtlamalar vardı ve Facebook baskı ve güvenlik kontrolü nedeniyle yasaklandı.” (Alıntı 5, Amman, Katılımcı 8, erkek, 31, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Odak grup tartışmasındaki cevaplardan çıkardığımız üzere, Suriyeli mültecilerin sosyal medyayı daha önce kullanmamalarının iki ana sebebi şunlardı:

Şekil 4 : Mültecilerin Sosyal Medyayı Daha Önce Kullanmamalarının İki Ana Sebebi

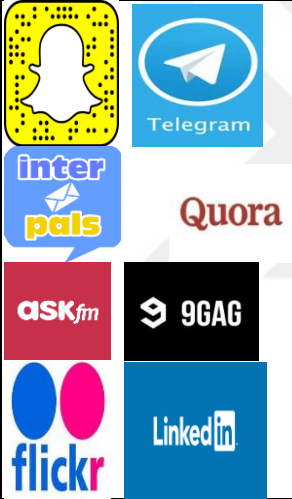


Tablo 57'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %77,9'unun ve Türkiye örnekleminin %67,7'sinin Facebook'taki gruplara ve sayfalara aktif olarak katıldığını göstermektedir. Bu bulgu, Facebook'un birleştirici/buluşturucu, bilgi sağlayıcı ve etkileşimi artırıcı özellikleri nedeniyle olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Çok sayıda katılımcı Suriye çatışmasından sonra Facebook'taki sayfalara veya gruplara katıldıklarını söylemiştir. Bu, mültecilerin bilgi almak, yardım almak, çevrimiçi hizmete, diğer ticari, sosyal, eğitim araçlarına erişmek için gruplara katılmak için başvurdukları anlamına gelmektedir.

Tablo 33'teki²⁰ sonuçlar Ürdün'den 279, Türkiye'den 292 kişinin Facebook, Ürdün'den 95 ve Türkiye'den 80 kişinin Twitter hesabına sahip olduklarını, Ürdün'den 93, Türkiye'den 181 kişinin Instagram hesabı olduğunu göstermektedir. Ürdün'den 101 ve Türkiye'den 139 kişinin de YouTube'da bir kanalı bulunmaktadır. Ürdün'den 45, Türkiye'den 29 kişi ise aşağıdakiler de dahil olmak üzere diğer sosyal medya sitelerinde bir hesabı olduğunu söylemiştir: Quora, 9GAG, Flickr, InterPals, ASKfm,Telegram ve LinkedIn. Gördüğümüz gibi, Facebook Suriyeli mülteciler tarafından kullanılan en popüler sosyal iletişim aracıdır.

²⁰ Aramalar tabanlı sosyal medya araçları, WhatsApp, Viber, Line ve Imo gibi platformlar cevapların dışında bırakılmıştır.

Tablo 80: Sosyal Medyanın Ürdün ve Türkiye'de Kullanıcı Sayısı

Sosyal Medya	Ürdün'deki Kullanıcı Sayısı	Türkiye'deki Kullanıcı Sayısı
facebook	279	292
twitter	95	80
Instagram	93	181
You Tube	101	139
	45	29

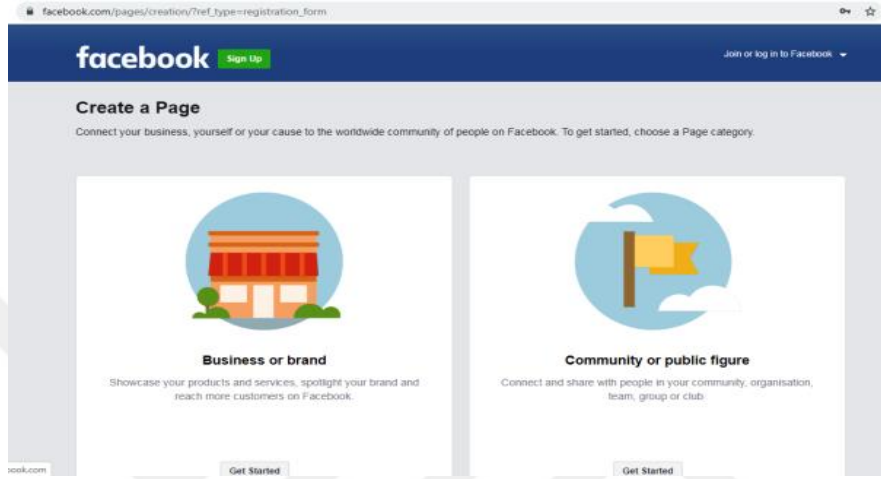
Tablo 34'teki sonuçlar Ürdün'deki katılımcıların %86,5'i, Türkiye'deki katılımcıların %63,4'ü için Facebook'un en çok kullandıkları araç olduğuna işaret etmektedir. Bunu Ürdün'de %2,6 ve Türkiye'de %17,8 ile Instagram izlemektedir. Sonrasında Ürdün'de %2,0 ve Türkiye'de %8,6 ile YouTube kullanılmaktadır. Twitter, Ürdün'de %0,7 ve Türkiye'de %2,6 oranları ile listenin son sırasında yer almaktadır.

Facebook, katılımcıların cevaplarında, en çok kullandıkları sosyal medya aracı olup en az olan ise Twitter'dır. Facebook'un Twitter'dan ve Ürdün'de kullanımdaki diğer araçlardan daha kolay olması değerlendirilmektedir.

Tablo 75'teki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %15,8'inin ve Türkiye'deki örneklemin %59,7'sinin Facebook veya Twitter'da kişisel bir hesap sahibi olmasa bile bir sayfa sahibi/üyesi olduğunu belirtmektedir.

Suriyeli mültecilerin sosyal medya kullanarak Türkiye’de elde ettiği kazanımlar Ürdün’dekinden farklı olabilir, bu nedenle Türkiye’de Facebook’ta yer alan sayfaların üyeleri Ürdün’den daha fazladır. Bunun nedenleri arasında, özellikle Türkçe öğrenmek isteyen gençlerin yoğun kullanımı, Facebook sayfalarına katılarak üniversiteler/burslar hakkında bilgi alınması ve bazı kursların takip edilmesi zikredilebilir.

Görsel 17: Facebook'ta Sayfa Oluşturma



Görsel 18: Facebook'ta Hesap Açma



Tablo 76'ın gösterdiği gibi bir başka soruda, Ürdün örneklemin %87,8'inin ve Türkiye örneklemin %97,7'sinin çoğunluğu Facebook sayfalarında yer almaktadır. Sosyal medyanın özellikle Facebook'un etkisinin olumlu olduğunu ve mültecilerin sosyal medyayı kullandığını ve sosyal medya ile etkileşime girdiğini göstermektedir.

Tablo 57'deki sonuçlar, Suriye çatışma olaylarından sonra çok sayıda katılımcının Facebook gruplarına katıldığını göstermektedir. Ürdün örneklemin %77,9'u ve Türkiye örneklemin %67,7'si grup ve sayfalara katıldıklarını belirtmiştir. Sonuçlar, çoğunluğun Facebook gruplarına katıldığını göstermiştir.

5.3.2. Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler İçin Olumlu Etkileri

Tablo 59'daki sonuçlar, yanıt verenlerin sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumlu etkilerine ilişkin görüşlerini Likert ölçeğine göre (çok büyük, büyük, orta, küçük, hiç değil) göstermektedir.

Ürdün'deki örneklemin %42,9'u sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerinde olumlu etkisinin çok büyük olduğunu, %26,7'si olumlu etkinin büyük olduğunu, %18,2'si olumlu etkinin orta olduğunu ve son olarak da örneklemin %7,3'ü olumlu etkinin küçük olduğunu düşünmektedir. Diğer taraftan Türkiye'deki örneklemin %11,9'u sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumlu etkisinin çok büyük olduğuna, %22,8'i olumlu etkinin büyük olduğuna inandığını belirtmiştir. Katılımcıların %42,2'si olumlu etkisinin orta olduğuna, %17,8'i ise olumlu etkinin küçük olduğuna inanmaktadır.

Odak grubu tartışmalarında Alıntı 6 ve Alıntı 7'deki bazı katılımcılar, sosyal medya kullanımındaki artışlarının eğlenceye ve boz zamana bağlı olduğunu düşünmektedirler. Bir diğer neden olarak sosyal medyayı stres ve kaygılarından kurtulmanın bir aracı olarak gördüklerini ifade etmektedirler.

"Türkiye'de yapacak işim yok. Yalnız kalıyorum ve eğlenmek için ne param ne de arkadaşlarım var."
(Alıntı 6, İstanbul Katılımcı 6, erkek, 27, Lise mezunu/ çalışmıyor)

"İçerisinde bulundukları iltica halini, yaşadıkları sıkıntıları ve zorlu koşulları zihninden çıkarmak, bir nebze kafa dağıtmak için, sosyal medyayı çok fazla kullanıyorum. Kendimi savaşın yarattığı stres ve nefes darlığından kurtarmak istiyorum." (Alıntı 7, İstanbul Katılımcı 8, erkek, 21, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Ev sahipliği yapan ülkelerde mültecilerin sosyal medyayı daha fazla kullanmalarını sağlayan bir diğer neden ise Tablo 40'ta belirtilmektedir. Ürdün örnekleminin %75,9'unun ve Türkiye örnekleminin %71,6'sının dil dersi veya eğitim için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmesi; bu mültecilerin sosyal medyayı eğitim amaçlı da kullandıkları anlamına gelmektedir.

Tablo 44'teki sonuçlardan açık bir şekilde sosyal medyanın dil öğrenmek için de kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ürdün örneklemin %55,8'i ve Türkiye'deki örneklemin %66,0'ı yeni bir dil öğrenmek için sosyal medya kullanmaktadır. Bunun nedeni, örneklemin çoğunluğunun gençlerden oluşması olabilir. Türkiye'de yaşayanlar için bursların araştırılması ve Türkçe derslerin sosyal medya aracılığı ile alınabiliyor olması bu duruma yol açıyor olabilir. Özellikle bir başka soruda Tablo 57'de İSMEK'ı mültecilere yardım eden

bir kuruluş olarak tanımlamışlardır, O Türkiye'de hem yerli vatandaşlar hem de ikamet izni olan insanlar için ücretsiz atölye çalışmaları ve eğitim dersleri veren bir kurumdur.

Türkçe'yi öğrenmek üzere mültecilerin yoğun bir şekilde sosyal medya kullanmaları anlaşılabilir. Çünkü mülteciler Türkçe öğrenimlerini hızlandırmak ve Türkçe düzeylerini ilerletmek için sosyal medya üzerinden kurslar ve eğitimler aramaktadırlar. Zira Türkiye'de günlük işlemlerini gerçekleştirebilmek için Türkçe'ye ihtiyaç duymaktadırlar. Çünkü Türkler arasında İngilizce ve Arapça yaygın olarak kullanılmamaktadır. Bu nedenle de insanlar sosyal medya üzerinden Türkçe öğrenmelerine yardımcı olacak videolar, resimler, yazılar bulurlar.

Sosyal medya mültecilere sadece yeni dillerin değil, aynı zamanda yeni becerilerin öğrenilmesinde de yardımcı olmuştur. Tablo 49'daki Ürdün örnekleminin %86,8'inin ve Türkiye örnekleminin %70,6'sının yeni el sanatları ve beceriler edinmede ve kazanmada sosyal medyadan faydalandığı belirtilmiştir. Bu kanalın çoğu zaman ücretsiz olması, video gösterimli içeriklere sahip olması ve görsel indirmeye imkân tanınması mültecileri yeni beceriler kazanma konusunda sosyal medyaya yönlendirmiştir. Bu, becerileri edinmeleri yeni bir iş bulmalarında onlara yardımcı olabilecektir.

Odak gruplarındaki tartışmadan elde edilen Alıntı 8, sosyal medyanın daha motive edici bir eğitim fırsatı sunduğuna, etkileşim imkânı nedeniyle daha uygun bir çalışma ortamı sunduğuna, eğitim kursları ve enstitüleri aramak için kullanıldığına işaret etmektedir.

"Sosyal medya dersleri takip etme ve hocalarımdan ve arkadaşlarımdan yardım almada iletişim kurmada yardımcı olmuştur." (Alıntı 8, İstanbul, Katılımcı 1, bayan, 31, Doktora öğrencisi)

Tablo 39'daki sonuçlar Ürdün örnekleminin %26,7'sinin ve Türkiye örnekleminin %24,4'ünün ticari nedenlerle sosyal medyayı kullandığını göstermektedir: ticari işlemlerini, işlerini ve ürünlerini pazarlama gibi. Sayının çok yüksek olmama nedenleri, katılımcıların hepsinin çalışmaması ya da pazarlamasını yapacağı bir işinin olmaması, bir kısmının öğrenci olması ya da bazı mültecilerin işlerini sosyal medya aracılığıyla nasıl pazarlayacaklarını bilmemesi olabilir.

Eğitim düzeyi, sosyal medyayı pazarlama için kullanamama veya sosyal medya aracılığıyla işlerin nasıl pazarlanacağına dair bilgi eksikliği, sponsorlu reklamlar yapma konusundaki yetersizlikler ve bunun için yeterli mali kapasitenin olmayışı ürünlerin pazarlanmasında sosyal medyanın yeterince kullanılmamasının sebepleri olabilir.

Sosyal medya üzerinden pazarlama, daha yüksek bir eğitim seviyesine veya ileri düzeyde internet tabanlı becerileri gerektirmektedir.

İş aramak, pazarlama yapmak, işlerini takip etmek, ya da gazetecilik veya elektronik yayıncılık gibi meslek gruplarının doğasının sosyal medya kullanımı gerektirmesi gibi nedenler, ev sahibi ülkelerde sosyal medya kullanımı için önemli gerekçelerdendir. Alıntı 9 da odak gruplarındaki tartışmada belirtildiği gibidir.

"Suriye devrimi başladığından beri çevrimiçi bir aktivistim ve Facebook'ta Suriyeliler için çok sayıda grup var ve bu yüzden Facebook'u burada kullanmaya başladım." (Alıntı 9, Amman, Katılımcı 15, erkek, 32, Yüksek lisans öğrencisi)

Bazı katılımcılara göre, sosyal medya yaşanan dramların aktarılmasında, birçok suç vakasının belgelenmesinde, rejimin suçunun ortaya çıkarılmasında etkili olmuştur. Ayrıca sosyal medya sayesinde insanlar birbirlerinin ne düşündükleri hakkında bilgi sahibi olmuş ve sosyal medya araçları onlar için sahip olmadıkları ulusal kanallara dönüşmüştür. Rejim, medyaya gücüne sahip olduğundan, öldürme ve yerinden etme gerçeğini gizlemiştir. Alıntı 10'da belirtilen gerçeği tasvir etmek için sosyal medyaya önemli bir mecra olmuştur.

"Sosyal medya, görüşlerini ifade eden ve geleneksel medyada tamamen engellenen şehir ve kasabaların haberlerini bilen tek pencereydi.... Eğer sosyal medya platformları olmasaydı, gerçek televizyon medyasında gömülecekti." (Alıntı 10, İstanbul Katılımcı 3, bayan, 35, Yüksek lisans mezunu/ çalışmıyor)

Diğer taraftan sosyal medya, yurt içindeki ve yurt dışındaki akraba ve arkadaşlarla iletişim kurma imkanı sağlamıştır. Alıntı 11'deki katılımcının açıkladığı gibi yeni insanlarla tanışmanın yanı sıra yakınları hakkında bilgi sahibi olmanın ve ülkelerindeki gelişmeleri izlemenin aracısı olmuştur.

"Sosyal medya devrim sırasında fizyolojik iletişimin mesafesine ve zorluğuna rağmen aileleri birbirine bağladı ve birden fazla ülke veya bölgeden insanı bir araya getirebildi. Ayrıca halkımızın bilgi çemberini genişletmiştir" (Alıntı 11, Amman, Katılımcı 3, Erkek, 34, Yüksek Diploma/ çalışmıyor).

Tablo 58'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %86,5'i ve Türkiye örnekleminin %76,2'si sosyal medyanın Suriye çatışma olaylarını dünya gündemine getirmeyi başardığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin sadece %13,5'i ve Türkiye örnekleminin %23,8'i aynı konuda sosyal medyanın başarılı olmadığını ileri sürmüştür.

Sosyal medya destek ve yardım sağlamak için hayır kurumları tarafından da başvurulmuş bir mecra olmuştur. Ayrıca, mültecilere yardım etmek, durumlarını anlamak, görüşlerini öğrenmek ve yüz binlerce tutuklu kişinin fotoğrafını, çektiği işkence türlerini belgeleyerek toplumun diğer üyelerini sorumlu davranmak konusunda teşvik etmek için de kullanılmıştır.

“Suriye devriminin koşullarını aktaran sosyal medya olmasaydı, Suriyeli mülteciler yardım edilen her şeyi alamazlardı.” (Alıntı 12, İstanbul, Katılımcı 4, Erkek, 26, Lisans öğrencisi)

Mültecilere karşı sempati oluşturmak ve uluslararası toplumu Suriyeli mültecilere karşı sorumluluk almaya teşvik etmek, Alıntı 13'te belirtildiği gibi katılımcılara göre olumlu etkilerden biriydi.

“Suriyelilere karşı birçok insan vardı, ancak sosyal medya Suriyelilerin acılarının daha fazla farkına varmaları için gerçeği netleştirdi.” (Alıntı 13, Amman, Katılımcı 4, Bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

Sosyal medya, mültecilerin çalışma fırsatları, eğitim kursları, burslar bulmaları ve yardıma muhtaç kişileri uluslararası kuruluşlara duyurma konusunda Alıntı 14'te belirtildiği gibi, kolay bir erişim zemini olmuştur.

“Suriye'yi terk ettikten sonra, sosyal medya bana fırsatlar bulmada ve kurumlarla ve bireylerle ağ kurma konusunda çok yardımcı olmuştur.” (Alıntı 14, Amman, Katılımcı 1, Bayan, 30, Yüksek lisans öğrencisi)

Sosyal medya, sığınmacılara yardımın yanı sıra mültecilerin hakları konusunda bir bilgi kaynağı oluşturmuştur. Ayrıca, kamplarda nasıl yaşadıkları ve oradaki yaşamı nasıl yönetildiği hakkında da bilgi kanalı oluşturmuştur.

Suriye’de meydana gelen olayları, ihlalleri, ızdırapları ve katliamları gün yüzüne çıkarmada ve Suriye’deki ölümden ve cinsel saldırıdan kaçan insanların yaşadıklarına ve

çatışma alanlarının bilinmesine yardım etmek için kampanyaların yayılmasına katkıda bulunmuştur.

Amman'daki tartışma, sosyal medya kullanımının, bilgi, iletişim ve görüş paylaşma imkanı sağlayarak mültecilere ahlaki ve psikolojik destek vermeye katkıda bulunduğunu ve insanları birbirine daha yakın hale getirdiğini ve Alıntı 15'te belirtildiği gibi aşırılıkçı düşünceden vazgeçirdiğini ortaya koymuştur.

“Suriye halkının çektiği acıları ileterek ve resmi medyada bulunmayan ihlal olaylarını, bombalama, öldürme, tutuklama, yerinden etme ve ifşa etme gibi rejim tarafından işlenen suçları belgeleyerek gerçeği ortaya çıkarmıştır.” (Alıntı 15, Amman, Katılımcı 12, Bayan, 34, Liseden az mezun/ çalışmıyor).

Alıntı 16'da de belirtildiği gibi, Suriye'de yaşadıkları öykülerle ilgili haberlerin sosyal medya platformlarında yayınlanmasından sonra mağduriyet yaşayan insanlar birçok avantaj sağlamıştır.

“Kişisel çalışmalarım sayesinde, ihtiyacı olanların çoğuna hizmet, bilgi ve yardım sağladık.” (Alıntı 16, İstanbul Katılımcı 13, Erkek, 23, Lisans mezunu/ Çalışıyor: Tercüman)

Tablo 43'teki sonuçlar ayrıca, Suriyeli mültecilerin çatışma olaylarının sonrası sosyal medya kullanımlarını artırma nedenlerini de göstermektedir: Arkadaş edinmek, kendini ve içinde ne olduğunu ifade etmek, anıları kaydetmek, acıyı aktarmak ve yardım istemek, haberleri ve dünyadaki son gelişmeleri bilmek, başka bir ülkeye gitmelerine yardım edecek insan kaçakçıları bulmak, iş aramak, ürün ve iş pazarlamak, yurt içinde ve yurt dışında aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak, boş zaman geçirmek, eğlenmek, eğitim almak. Yukarıda belirtilen tablodaki sonuçlar ve sayılan nedenler genel olarak sosyal medya kullanımında bir artış olduğunu göstermektedir.

Odak grub tartışmalarında, Suriyeli mültecilerin Suriye'deki veya diğer yerlerdeki akrabaları ve arkadaşlarıyla iletişim kurmaları gerektiğini ve Alıntı 17'deki katılımcının açıkladığı gibi uzun mesafelerdeki yüksek maliyetli sesli iletişim araçlarına alternatif sosyal medyanın önemini ortaya koymuştur.

"Aile dağıldı ama ağ siteleri bizi topladı." (Alıntı
17, İstanbul Katılımcı 11, Bayan, 43, Lise mezunu/
çalışmıyor).

Tablo 51'deki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %90,1'inin ve Türkiye örnekleminin %81,2'sinin sosyal medyanın mültecilerin sığındığı ülkenin gelenek ve göreneklerine ilişkin bilgilerini arttırdığını belirtmiştir. Bu büyük yüzdeden, sosyal medya araçlarının Suriyeli mültecilerin Ürdün ve Türkiye'deki gelenek ve görenek bilgilerini artırmada olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Buradan hareketle sosyal iletişim araçlarının etkisinin kültürel açıdan olumlu olduğu tespit edilmektedir. Bu, sosyal medyanın mültecilerin yeni şeyler öğrenmesinde yaşamlarına olumlu katkıda bulunduğu dair iyi bir göstergedir.

Mültecilere hakları, uluslararası hukuk, yardım alma yerleri ve prosedürleri hakkında bilgi sağlama açısından, sosyal medya iyi bir kaynak olmuştur. Tablo 53'teki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %77,6'sının ve Türkiye örnekleminin %44,2'sinin sosyal medyanın mültecilerin hakları hakkındaki bilginin yayılmasına katkıda bulunduğu şeklinde cevaplar verdiğine işaret etmektedir.

Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin bu konudaki görüşleri arasında bir fark olmasına rağmen, Ürdün'deki örneklemin çoğunun "Evet" ve Türkiye'deki örneklemin çoğunun "Hayır" şeklindeki cevapları, ikisinin de yarar ve yardım sağlayan STK'lar ve kurumlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğunu göstermektedir.

Odak grub tartışmalarında, BMMYK'nın yardım, yeniden yerleştirme ve seyahat olanakları veya mültecilerin sorunlarına ilişkin yardımlarla ilgili diğer kuruluşların en son haberlerini ve kararlarını bilmekle ilgili bilgilerin izlenmesinin de sosyal medyanın kullanım nedenlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, Suriye ve dünyadaki son haberlerle haber takibi ve iletişimde kalmak, sosyal medyanın ev sahipliği yapan ülkelerdeki kullanım nedenlerinden biridir.

Tablo 61'deki sonuçlar, sosyal medyanın uluslararası mülteci hukuku ile ilgili bilgilerin yayılmasında Ürdün örnekleminin %74,3'ü ve Türkiye örnekleminin %33,7'sine katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 54'teki sonuçlar ayrıca Ürdün örnekleminin %83,5'inin ve Türkiye örnekleminin %38,9'unun sosyal medyanın mültecilere yardım sağlayan uluslararası kurumları tanımlarına yardımcı olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Ürdün ve Türkiye'den ankete katılanlar arasında bu konuda görüş farklılıkları bulunmaktadır. Ürdün örnekleminin çoğunluğunun sosyal medyanın mültecilere yardım sağlayan uluslararası

kurumları tanımaya katkıda bulunduğunu düşündüğü, ancak Türkiye örnekleminin çoğunluğunun bu görüşte olmadığı görülmektedir.

Oransal farklılıklara rağmen ankete katılanların cevaplarından hareketle mültecilerin büyük bir kısmının sosyal medyanın uluslararası kurumları tanımada etkili olduğunu düşündüğü açıkça anlaşılmaktadır. Ayrıca Tablo 55'teki sonuçlar Ürdün örnekleminin %74,9'unun ve Türkiye örnekleminin %66'sının, sosyal medyanın onlara nereden ve nasıl yardım alabileceklerini bilmelerine yardımcı olduğunu göstermektedir.

Tablo 56'daki sonuçlar, mültecilere yardım sağlayan kuruluşlarının sosyal medya adlarını göstermektedir” Sosyal medya, yerel ve uluslararası kuruluşların ve Suriyeli mültecilere yardım sağlayan kurumların bilinirliğini arttırmıştır. Sosyal medya destek ve yardım sağlamak için hayır kurumları tarafından da kullanılmıştır. Ayrıca, toplumun diğer üyelerini mültecilere yardım etmek, onların acılarını anlamak, görüşlerini öğrenmek ve yüz binlerce tutuklu kişinin fotoğrafını ve Alıntı 18'deki odak grupta belirtildiği gibi çektiği işkence biçimlerini belgelemek için görevlerini yapmalarını teşvik etmiştir.

“Suriye devrimin koşullarını taşıyan sosyal medya olmasaydı, Suriyeli mülteciler yardım alamazlardı...” (Alıntı 18, İstanbul Katılımcı 4, Erkek, 26, Lisans öğrencisi)

İki ülke katılımcılarının bahsettiği kuruluşlar farklı olmakla beraber, Ürdün ve Türkiye'deki mülteciler uluslararası düzeyde sadece beş kuruluştan bahsetmişlerdir ve bunlar: BMMYK, UNICEF, CARE, UN ve SPARK'dan oluşmaktadır. Türkiye örneğindeki diğer kuruluşlar aşağıdaki gibidir:

Türk Kızılayı, SGDD, AFAD, İHH, IBC, Portakal, Molham, Farah, Kızıl haç, Altınhilal, Diyanet Vakfı, SSG, Beyaz Masa, Fatih Emniyet, İhsan, İSMEK, AMAL, Hema kulübü.

Tabloya göre, Türkiye’de katılımcıların belirttiği kurumların dışında ismini zikredilmeyen fakat yardım ulaştıran (gıda-giyim-sağlık-eğitim-nakdi yardımlar vb.) çok sayıda sivil toplum kuruluşu, vakıf ve dernekler bulunmaktadır. Fakat sosyal medya kullanmamaları yada paylaşımlarının az olması sebebiyle, Suriyeli mülteciler tarafından ismen bilinmediği düşünülmektedir.

Ürdün örneğindeki diğer kuruluşlar daha fazladır:

RI, JRS, JAOSW, NHF, SAB, Mercy Corps, ICRC, IOM, DSÖ, WFP, NRC, IRC, IRC, GFP, DRC, Tamkeen, CARITAS, UNV, Çocukları Kurtar, Umutlar, UNDP, JAR, UNURWA, ACTED, JNRCS, MOL, SANAD, ARDD, DWB, OXFAM, ACHRS, DFATD,

Aile Sağlığı Enstitüsü, Edusyria, Qudus kolej.

Ürdün'deki Suriyeli mülteciler BMMYK'dan diğer örgütlere oranla daha fazla bahsetmişlerdir. Bu, Ürdün'deki örneklemin çoğunun, BMMYK konusunda Türkiye'deki örneklemden daha fazla bilgi sahibi olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Ürdün'de uluslararası kuruluşların Türkiye'den daha fazla olması gibi yanıtları etkileyebilecek dışsal faktörler buna yol açmış olabilir. Dolayısıyla Ürdün'deki mültecilerin yerel örgütlerden ziyade uluslararası kuruluşlardan daha fazla yardım aldığı tespiti yapılabilir.

Türkiye'deki Suriyeli mülteciler ise BMMYK'dan daha az bahsetmişlerdir. Buna yol açan unsurlar arasında, devlet kurumlarının kendilerine BMMYK'dan daha fazla yardım etmiş olmaları ve BMMYK'ya büyük bir bağımlılık olmaması nedeniyle, mülteciler için yardımcı kuruluşlarla ilgili soruda en yüksek yanıtlanan kurum olmaması yer almaktadır.

Sosyal medyanın Suriyeli mültecilere, kendilerine yardım sağlayan ve mülteci hakları konusunda onlara yardımcı olan uluslararası STK'ları tanımalarına katkıda bulunduğu gelen cevaplardan açıkça anlaşılmaktadır.

Suriyeli mülteci krizini dünya gündemine taşınmasında, Tablo 58'deki sonuçlar Ürdün'deki örneklemin %86,5'inin ve Türkiye'deki örneklemin %76,2'sinin sosyal medyanın etkili olduğunu düşündüğünü göstermektedir. Sosyal medya ayrıca, Alıntı 19'ın açıkladığı gibi Suriyelilerin yeteneklerini dünyaya sunmalarına yardımcı olmuştur.

"Bazı insanların başarı öykülerine odaklandı ve bunlar için hoş bir etkisi olmuştur". (Alıntı 19, Amman, Katılımcı 2, Erkek, 33, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Tablo 61'de gösterilen sonuçlar, katılımcıların büyük bir kısmının örneğin Ürdün örnekleminin %88,4'ünün ve Türkiye örnekleminin %74,3'ünün sosyal medyanın insanların Suriye'deki insanların ve Suriyeli sığınmacıların nelerle karşı karşıya olduklarının bilinmesini olumlu yönde etkilediğini düşündüklerini göstermektedir.

Tablo 50'deki sonuçlar katılımcıların Ürdün örnekleminin %10,2'sinin ve Türkiye örnekleminin %7,9'unun sosyal medya hakkında bir eğitim sayfası oluşturduğunu göstermektedir. Bu, Sosyal medyada sayfalar kurarak Suriyeli mülteciler sadece faydalananlar değildi, aynı zamanda başkalarına da faydalanmasında katkıda bulunduklarını anlamına gelmektedir.

5.3.3. Sosyal medya suriyeli mültecilerin statüsünü etkilenmişten (etkilenen) etkileyiciye (etkileyen) dönüştürmektedir

Tablo 69'daki sonuçlar, sosyal medyanın “Mülteci Gazeteci” fenomenini oluşturmaya katkıda bulunduğunu göstermektedir. Ürdün örnekleminin %14,3'ü (ilticadan önce %3,0 ilticadan sonra %7,3 ve ilticadan önce ve sonra %4,0) ve Türkiye örnekleminin %18,8'i (iltica öncesi %5,3, iltica sonrası %5,9 ve iltica önce ve sonra %7,6) sosyal medya yoluyla savaş veya çatışma olayları ile ilgili haber, resim veya video yayınladıklarını söylemiştir. Ancak diğer taraftan Ürdün örnekleminin %80,2'si ve Türkiye örnekleminin %67,3'ü savaş öncesi, sırası veya sonrasında savaşla ilgili sosyal medya aracılığıyla haber, resim veya video yayınlamadığını söylemiştir. Ürdün örnekleminin sadece %5,6'sı ve Türkiye örnekleminin %13,9'u bu soruyu cevaplamayı reddetmiştir. Reddetme aynı zamanda bir şeyi sakladıklarının ve açıklamak istemediklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tablo 73'teki sonuçlar, Suriye'den çıkarken, Suriyeli mültecilerin fotoğraf çektiklerini ve sosyal paylaşım sitelerine haber gönderdiklerini göstermektedir. Ürdün örnekleminin %10,2'si ve Türkiye örnekleminin %18,2'si, fotoğraf çektiklerini veya sosyal paylaşım sitelerine haber olarak gönderdiklerini beyan etmektedirler. Bu, Suriyeli mültecilerin etkili olduğu ve savaş sürecinde olayların kaydedilmesine katkıda bulundukları anlamına gelmektedir. Ürdün örnekleminin %4,6'sı ve Türkiye örnekleminin %6,3'ü bu soruya cevap vermeyi reddetmiştir. Cevap vermeyi reddedenlerin, muhtemel cevaplarının evet olacağı bu nedenle kendilerini gizlemek için cevap vermeyi reddettikleri değerlendirilmektedir.

Tablo 75'teki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %15,8'inin ve Türkiye'deki örneklemin %59,7'sinin Facebook veya Twitter'da bir sayfasının olduğunu (kişisel bir hesap değil) göstermektedir. Sosyal medyada bir sayfa sahibi olmak, mültecilerin etkilenmişten etkileyiciye (*etkilenenden etkileyene*) dönüştüğünü göstermektedir. Bu kişiler artık sadece sosyal medyanın etkisinde kalmamakta sosyal medya aracılığıyla etki de edebilmektedir.

Tablo 52'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %79,2'sinin ve Türkiye örnekleminin %45,5'inin sosyal medyanın duygularını, düşüncelerini ve sorunlarını ifade etmeleri için bir araç olduğunu belirttiklerine işaret etmektedir. Ayrıca Tablo 70'teki sonuçlar Ürdün örnekleminin %22,1'inin ve Türkiye örnekleminin %14,2'sinin Suriye çatışma olayları ile ilgili sosyal medyada bir hikaye veya konu yayınladıklarını göstermektedir.

Sosyal medyanın, mültecilerin hikayelerini ve gündemlerini yayınladıkları bir araç

oluşturduğu anlamına gelmektedir. Bu rakam çok büyük olmasa da, sosyal medyayı hikayelerini ve gündemlerini yayınlamak/paylaşmak için kullanan katılımcılar vardır. Ürdün örnekleminin %7,9'u ve Türkiye örnekleminin %15,8'i bu soruyu cevaplamayı reddetmiştir. Korku nedeniyle bu sorunun cevaplanmadığı değerlendirilmektedir.

Tablo 71'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %17,5'inin ve Türkiye örnekleminin %22,4'ünün sosyal medya aracılığıyla diğer Suriyeli mültecilerin bir hikayesini yayınladıklarını göstermektedir. Ürdün örneklemin %7,9'u ve Türkiye örneklemin %15,5'i bu soruyu cevaplamayı reddetmiştir.

Tablo 72'deki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %30,4'ünün ve Türkiye örnekleminin %36,0'sının sosyal medyada Suriyeli mültecilerden bahseden bir habere veya resme yorum yaptığını göstermektedir. Ürdün örnekleminin %8,9'u ve Türkiye örnekleminin %16,2'si bu soruya cevap vermeyi reddetmiştir.

Ayrıca Tablo 77'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %73,6'sının ve Türkiye örnekleminin %38,3'ünün diğer mültecilere yardım etmek için sosyal medyada sayfalar oluşturan arkadaşlarının olduğunu göstermektedir. Bu, mültecilerin büyük bir yüzdesinin başkaları tarafından oluşturulan Facebook sayfalarının farkında olduğu ve çok sayıda Suriyeli mültecinin diğer mültecilere yardım veya bilgi sağlamak için sayfalar oluşturduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 62'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %88,4'ünün ve Türkiye örnekleminin %74,3'ünün sosyal medya araçlarının tüm dünyanın Suriye'deki insanların neyle yüzleştikleri konusunda farkındalıklarını etkilediğini düşündüğünü göstermektedir. Ürdün örnekleminin %6,6'sı ve Türkiye örnekleminin %8,3'ü ise "Hayır" cevabıyla bu değerlendirmeye katılmamaktadır. Ürdün'deki örneklemin %5,0'inin ve Türkiye'deki örneklemin %17,5'inin bu konuda hakkındaki görüşleri net değildir veya cevap vermemişlerdir. Yanıtlar, sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini tüm dünyaya Suriyeli mülteciler perspektifinden taşınmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 50'deki sonuçların gösterdiğine göre, katılımcılara sosyal medyada bir eğitim sayfası oluşturup oluşturmadıklarını öğrenmek üzere sorulan soruya Ürdün örnekleminin %10,2'si Türkiye örnekleminin %7,9'u her iki ülkede de eğitim sayfaları oluşturduklarını söylemektedir. Ürdün örnekleminin %89,8'i ve Türkiye örnekleminin %92,1'i ise sayfa oluşturmadığını söylemiştir. Bu, katılımcıların eğitim sayfaları oluşturmakta çok etkili olmadığı ve bunun yerine mevcut sayfalara daha fazla güvendikleri anlamına gelmektedir. Bunun nedeni, eğitim düzeyleri, çalışmaları, yaşları ve diğer faktörlerle bağlantılı olabilir.

Öte yandan, diğer kişilerin sayfalarında üye olan kişilerin sayısı, sayfa oluşturanların sayısından fazladır. Buradan hareketle sosyal medya kanalıyla etkilenen mültecilerin sayısının etkileyen mültecilerin sayısından daha fazla olduğu çıkarımında bulunabiliriz ancak; her geçen gün etkileyen mülteci sayısının da arttığı değerlendirilmektedir.

Tablo 71'deki sonuçların gösterdiğine göre, katılımcıların çoğu (Ürdün örnekleminin %74,6'sı ve Türkiye örnekleminin %62,0'sı) sosyal medyada diğer Suriyeli mültecilerin hikayesini yayınlamamakta, Ürdün örnekleminin %17,5'i ve Türkiye örnekleminin %22,4'ü ise yayınlamaktadır.

Başka bir ifadeyle sosyal medya, doğrudan bu platformları kullanmayan mültecilerin ihtiyaçlarının duyurulmasında ve/veya giderilmesinde de diğer insanlar tarafında bir araç olarak kullanılabilir. Bu, iki örneklemin bir kısmının, başkalarının hikayelerini yayınlamak için sosyal medya araçlarına başvurduğuna, dolayısıyla sosyal medyanın görüşlerini ifade etmeleri ve onların acılarını veya başarı öykülerini yaymaları için bir araç olarak kabul ettikleri anlamına gelir. Buna ek olarak, Suriye ayrıldıktan sonra sonra oluşmaya başlayan sosyal medya kullanım özgürlüğüne dair bir gösterge vardır.

Tablo 72'de gösterildiği gibi, Ürdün örnekleminin %30,4'ü ve Türkiye örnekleminin %36,0'sı, Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya aracılığıyla yayınlanan bir habere veya resme yorum yaptığını söylemiştir. Sonuçlar, çok sayıda örneğin, Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medyada yayınlanan haber ve resimlere yorum yaptığını göstermektedir. Bu, iki örneklemden oluşan bir grubun, sosyal iletişim araçlarına başvurdukları ve takip ettikleri, ülkeleriyle ilgili sosyal iletişim araçlarını takip ettikleri ve onlarla etkileşime girdikleri ve bunun sonucunda sosyal medyanın, haberleri takip etmenin bir yolu olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 73'ünün sonuçları, katılımcıların Suriye'den kaçarken sosyal paylaşım sitelerine fotoğraf çektiklerini veya haber gönderdiklerini, Ürdün örnekleminin %10,2'sini ve Türkiye örnekleminin %18,2'sinin fotoğraf çektiklerini ve sosyal ağlara haber gönderdiklerini belirtmiştir. Fotoğraf çeken veya çekenlerin sayısı oldukça fazladır.

Bu, sosyal medyayı kabul etmeye başladıklarını ve yasaklandıktan sonra başa çıktıklarının bir göstergesidir.

5.3.4 Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler İçin Olumsuz Etkileri

Tablo 60'teki sonuçlar, ankete katılanların Likert ölçeğine göre sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumsuz etkisine ilişkin görüşlerini göstermektedir.

Ürdün'deki örneklemin %32,3'ü sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumsuz etkisinin orta olduğunu düşünürken, %4,3'ü sosyal medyanın olumsuz etkisinin çok büyük olduğunu, %27,4'ünün olumsuz etkisinin büyük olduğunu, %19,5'i sosyal medyanın olumsuz etkisinin küçük olduğunu, %16,5'i ise tüm sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerinde olumsuz bir etkisinin olmadığını düşünmektedir.

Türkiye'deki örnekleme aynı soruya verilen cevaplar; sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumsuz etkisinin ortalama olduğunu düşünenlerin oranının %34 ve sosyal medyanın mülteci meseleleri üzerindeki olumsuz etkisinin çok büyük olduğunu düşünenlerin oranının ise %7,3 olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %13,2'si olumsuz etkinin büyük olduğunu, %28,1'i olumsuz etkinin küçük olduğunu, %17,5'i ise olumsuz bir etkinin olmadığını düşünmektedir.

Öte yandan, yayınlanan haberlerin gerçekliğini ve tarafsızlığını doğrulayamadığı için sosyal medyanın olumsuz bir etkisi vardır. Ayrıca, İstanbul'daki katılımcılarla yapılan tartışmalar sayesinde görülmüştür ki, çoğu kullanıcının farkındalık ve kültürel seviyelerinin zayıf olması ve sahte isimlerin ve yıkıcı fikirlerin çoğalması, Alıntı 20'deki katılımcının belirttiği gibi sosyal medya sitelerini değersiz çatışmalar için tartışmalı bir alan haline getirmiştir.

“Hoşgörüsüzlüğü artıran ve insanları intikamla sosyal medya aracılığıyla suçlayan cahil ırkçı gruplar vardır.” (Alıntı 20, İstanbul Katılımcı 8, Erkek, 21, Lisans mezunu/ çalışıyor).

Sosyal medya etkisini, tartışmada bahsedilen Alıntı 21'deki katılımcı kadar olumsuz olarak değerlendirmenin diğer bir ciddi nedeni de, uyuşmazlık ve sorun yaratmada olumsuz etkisi olan söylentileri, yarı gerçekleri ve yanlış haberleri yaymaktır.

“Kaosa neden oldu, dolaşımdaki söylentilere katkıda bulundu ve devrime ilişkin insanların kafasını karıştırdı ve gerçek ile yanlış arasında zor ayırım yapan geniş halk kitlesini çekmeyi başaran cahil ve kötü insanlara platformlar verdi. Ayrıca, farklı mezheplerin, şehirlerin ve köylerin insanları arasında görünmeyen bir ayrımcılık durumunun yaratılmasına da önemli katkı sağlamıştır.” (Alıntı 21, Amman, Katılımcı 12, Bayan, 34, Lisans mezun/ çalışmıyor)

Sosyal medya, herkes için erişilebilir olması nedeniyle bilgi gönderme ve alma, video ve fotoğraf gönderme, yorum yapma ve paylaşma için açık bir kaynaktır, yayınlar/paylaşımlar herhangi bir kontrole sahip değildir. Bu nedenle bir tehdit oluşturabilir ve diğer insanlar üzerinde olumsuz bir etkisi olabilir. Yayınların/paylaşımların herhangi bir standartta olmasına dönük bir kontrol, gözetim yoktur.

Kişisel bakış açılarına ve yararlanıcının amacına göre yayınlanır. Sosyal medya siteleri de kalifiye olmayan kişiler veya taraflarca istifade edilmiş ve Alıntı 22 ve Alıntı 23'deki katılımcıların ifade ettiği gibi söz konusu görüşlerine göre kullanılmıştır.

“Sosyal medya bize toplumun aptallarını ve onların sözlerini ve düşüncelerini dinletti” (Alıntı 22, Amman, Katılımcı 6, Erkek, 22, Lise mezunu/ çalışıyor)

“Bazı insanlar sosyal medyayı, devrimi olumsuz yönde etkilemek ve diğer insanları devrimin imajını bozmaya teşvik etmek için kullanıyorlar.” (Alıntı 23, İstanbul Katılımcı 7, Bayan, 33, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Bazı haber sayfaları ve sosyal platform kanalları, bir takım çevrelerin/odakların/kişilerin özel gündemlerini, politik hedeflerini ve kendi şahsi önceliklerini barındırmaktadır. Bu durum da sosyal medyanın olumsuz etkileri arasında zikredilebilir. Zira bu insanlar gerçeği söylemek yerine yaptıkları yayınlara kendi çıkarları doğrultusunda yön verirler.

Alıntı 24'te belirtildiği gibi bir katılımcı, Suriyelilerin 2011'den önce yaşadıkları otoriter ortamın, sosyal medya kullanımında olumsuz bir etki yaratmada önemli bir neden olduğunu düşünmektedir.

“Anavatanındaki bastırılmış insanların dış dünyayı sosyal medya aracılığıyla tanımalarına susamadıkları açıktır. Ne yazık ki halkımız maalesef bir akademik ve ahlaki cehalet dönemi yaşadığı için, internette içgüdülerini tatmin etmek ve eksiklikleri olarak gördüklerini yerine getirmek anlamına gelir.” (Alıntı 24, İstanbul Katılımcı 6, Erkek, 27, Lise mezunu/ çalışmıyor).

Sosyal medya aracılığıyla sergilenen kan ve katliam sahneleri, yakınlarının fotoğraflarını gördüklerinde, Suriye'deki aile üyeleri için korkmalarına neden olan insanlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır. Haberlerin sosyal medya üzerinden aktarılmasındaki abartı, Suriye'yi de olumsuz etkiliyor, çünkü bazı siteler hikayeleri değiştirmekte veya gerçekte var olanlar açısından da yalan söylemektedirler.

Ayrıca, Amman'daki tartışma, bazı katılımcıların sosyal medyanın problemin büyütülmesine katkıda bulunduğunu düşündüklerini göstermektedir. Çünkü sosyal medya üzerinden Suriye bir savaş merkezi, bir yangın yeri olarak gösterilmekte, olumlu hiçbir habere yer verilmemekte, insanların mücadele gayretlerine dair pozitif değerlendirmeler hiç yapılmamaktadır. Sonuç olarak, sosyal medyadan olumsuz etkilenen insan sayısı, Alıntı 25'teki katılımcının açıkladığı gibi, bundan faydalananlardan daha fazladır.

"Bazen sosyal medyada durumun perişan olduğuna dönük haberlerin yapıldığı yerlerde tesadüfen bulundum, ancak dedikleri yerlerde durum normaldi ve belirtildiği gibi bir şey yoktu." (Alıntı 25, Amman, Katılımcı 8, Erkek, 31, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Sosyal medya kullanımı, Suriye'deki ailelerinin sosyal dokusunun parçalanmasına, özellikle de Alıntı 26'daki katılımcının düşündüğü gibi Suriye'de yasaklandıktan sonra kullanımlarına yönelik yüksek talep nedeniyle katkıda bulunmaktadır.

"Zamanımızın çoğunu sosyal paylaşım sitelerinde geçiriyor, temel yaşamımızı ihmal ediyor, sosyal ve aile yaşamından, özellikle çocuklarımızdan uzaklaşıyor, sürekli işe yaramaz hissediyoruz, bu durum psikolojik durumumuzu olumsuz yönde etkiledi." (Alıntı 26, Amman, Katılımcı 4, Bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

Tablo 63'ünün sonuçları, Ürdün örnekleminin %44,9'unun ve Türkiye örnekleminin %65,7'sinin sosyal medya aracılığıyla yayınlanan haberlerin Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve mültecilerin geri dönebileceğini düşündüğünü göstermektedir.

Ürdün örneklemin %36,6'sı ve Türkiye örneklemin %12,5'i ise sosyal medya kanalıyla yayınlanan haberlerin Suriye'deki gerçek durumu anlatmadığını düşünmektedir.

Ürdün ve Türkiye örneklerinde yer alan çoğu katılımcı, sosyal medya aracılığıyla

yayınlananların onları aldatmaya ve geri almaya teşvik ettiğini düşünmektedir. Buradan, mültecileri kendi bakış açılarından aldatan, yanıltıcı ve sahte haberlerin yayınlanmasında medyanın olumsuz bir rolü olduğu görülmektedir.

Tablo 45'teki sonuçlar, çatışma olayları sırasında Suriye'den çıkmak için bir aracı bulmak için sosyal medyayı kullanan çok sayıda katılımcı olduğunu göstermektedir. Ürdün örnekleminin %34,7'si ve Türkiye örnekleminin %25,1'i Suriye'den çıkmalarına yardımcı olacak birini bulmak için sosyal medya kullandıklarını söylemiştir.

Bir aracı bulmak için sosyal medyayı kullandıklarını kabul eden Ürdün'deki mültecilerin sayısının Türkiye'dekilerden daha fazla olmasıyla birlikte, her iki örnekte de bu amaçla sosyal medya kullanan insanlar olduğunu ve kaçakçıların bulunduğunu görebiliriz. Ürdün örnekleminin %7,6'sı ve Türkiye örnekleminin %2,3'ü, Suriye'den çıkmalarına yardım etmek için kaçakçıların sosyal medya aracılığıyla onlarla iletişim kurma girişiminde bulunduğunu belirtmiştir.

Tablo 46'daki sonuçlar, insan kaçakçıları ile iletişime geçen mültecilerin bazılarının kaçakçılık işlemini yapan insanların kimliğini doğrulamadan iletişime geçtiklerini göstermektedir. Aynı tablodaki sonuçlar bu kişilerle iletişime geçen büyük çoğunluğun ise o insanlar hakkında doğru bilgi edinmek için ön araştırma yaptığını göstermektedir. Ürdün ve Türkiye'deki katılımcıların çok az bir kısmı ise bu soruya cevap vermemiştir.

Tablo 47'deki sonuçlar Ürdün örnekleminin %1,3'ünün ve Türkiye örnekleminin %3,3'ünün kaçakçılarla sosyal medya aracılığıyla kurulan bir iletişim neticesinde fiziksel sömürü girişimine maruz kaldıklarını beyan edenlerin oranını göstermektedir. Ürdün örnekleminin %4,0'ü ve Türkiye örnekleminin %6,6'sı cevap vermeyi reddetmiştir. İstismara uğradığını belirtenlerle birlikte cevap vermeyi reddedenlerin sayısının toplamı, istismar edilmediğine açıkça yanıt verenlerden daha azdır. Bu, sosyal medya araçlarının Suriyeli mültecileri fiziksel veya maddi açıdan istismar etmenin bir yolu olmadığını veya onu kaçakçılık veya seyahat aracı olarak fazla kullanmadıklarını göstermektedir. Bu rakam çok yüksek olmasa da, sosyal medyanın kaçakçılar tarafından olumsuz şekilde kullanıldığını ispatlayan bazı durumlar vardır.

Tablo 48'deki sonuçlar başka bir ülkeye girmek için sosyal medya aracılığıyla onlarla iletişim kurduktan sonra kaçakçılar tarafından fiziksel olarak sömürülen insanları duyduğunu söyleyenlerin oranını (Ürdün'deki örneklemin %58,7'si ve Türkiye örnekleminin %60,1'i) vermektedir. Bu oranlar bu kanaate sahip çok sayıda katılımcı olduğunu göstermektedir. Soruyu sorma sorma şeklini değiştirerek, sosyal medya aracılığıyla fiziksel veya finansal olarak sömürülen bir kişinin sesini duyup duymadıkları

sorusuna, Ürdün örnekleminin %58,7'si ve Türkiye örnekleminin %60,1'i "Evet" cevabını vermiştir.

Diğer mültecilerin kaçakçılar tarafından sömürülme hikayelerini bilmeleri, aynı sorunla karşılaşmalarını engelleyen bir farkındalık oluşturmaya hizmet eder.

Öte yandan, bu sorunun cevapları bir önceki soruda kendileri hakkında sorulan sorulara dönük bir gösterge olabilir. Belki de bazıları bu soruyu kendilerini düşünerek cevaplandırmış olabilir ancak yaşadıkları korku nedeniyle bunu açık bir şekilde ifşa etmek istememekte ya da devamında gelecek başka sorulardan kaçınmak istemektedirler.

Tablo 67'deki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %76,2'sinin ve Türkiye'deki örneklemin %79,9'unun, Suriyeli mültecilerin sosyal medyadaki kötü muamelelerini gördüklerinde veya okuduklarında kendilerini memnun hissetmediklerini söylemektedir. Olumsuz algı oluşturacak kullanımların sosyal iletişim yoluyla yayılmasının mültecileri etkilemesi, özellikle yayınlanan yorumlar üzerinde hiçbir kontrol olmadığı ve bu araçlarda ne yayınlandığının kontrolünün zor olduğu anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle, sosyal medyadaki suiistimallerin yayılması üzerindeki kontrollerin olmaması, mültecilere yönelik nefret söylemini arttırmaktadır.

Odak grubundaki katılımcıların Suriyeli mültecilerin sosyal medyadaki kötüye kullanımlarını gördüklerinde veya okuduklarında hissettikleri duyguları ve bu konudaki düşünceleri hakkındaki tartışmalarda, bazı katılımcılar diğerlerine çok kırgınken öfke veya kızgınlık göstermemektedir. Alıntı 27 ve Alıntı 28'de söylendiği gibi kırgın olanlar, sosyal medyada kötü paylaşımlara veya yorumlara bakmamaları gerektiğini düşünmektedir. Çünkü bunların cahil ve ideolojik olarak hareket eden küçük gruplar olduğunu düşünmektedir. Geride kalan çoğu insanın nötr olduğunu ve mültecilere sempatik yaklaştıklarını değerlendirmektedir.

“Çok fazla endişem var ve kendimi sosyal medyada yazılanlarla meşgul etmiyorum çünkü sorumluluk duygusu olmayan insanlar tarafından yazılmaktadır. Acımız dünyanın sosyal medyada bizim hakkımızda yazdıklarını önemsemekten çok daha büyüktür.” (Alıntı 27 , Amman Katılımcı 5, Erkek, 45, Lise mezunu/ çalışıyor)

“İstismar, mültecilerin çektiği acı hakkında hiçbir şey bilmemelerinden kaynaklandı.” (Alıntı 28 , İstanbul Katılımcı 11, Bayan, 43, Lise mazunu/ çalışmıyor)

Bazı katılımcılara göre sosyal medyada yayılan imaj, Alıntı 29'daki gibi, önemli değildir çünkü mülteciler çok çalıştığında ve diğerleri de onları toplumda başarılı gördüklerinde değişebilir.

“Herkes bakış açısına göre bir şeyler görüyor. Geleceğimizle ilgilenmeli ve kendimiz hakkında kötü konuşan herkese cevap vermek yerine kendimizi inşa etmeliyiz. Dünya başarılarımızı görecektir ve onların gözünde imajımız değişecektir”
(Alıntı 29, İstanbul) Katılımcı 6, Erkek, 27, Lise mezunu/ çalışmıyor)

Bazı insanların sosyal medyadaki Suriyeli mültecilere kötü ve olumsuz davranma alışkanlığına sahip olduğunu bilmek, onlara sinirlenmeyi gerektirmemelidir. Çünkü tüm toplum örneklerinde, hayatın içerisinde iyi ve kötü insan olagelmıştır. Alıntı 30 ve 31'deki görüşlerin de bu doğrultuda olduğu görülmektedir:

“Bu normaldir, tüm insanlar melek değildir ve sonunda Allah istediğini yapar.” (Alıntı 30, İstanbul Katılımcı 9, Erkek, 24, Liseden az mezun/ çalışıyor)

“Suriyelilerin diğerlerine göre daha fazla eleştirisi var, bu yüzden sosyal medyada bunu görmek normal” (Alıntı 31, Amman Katılımcı 7, Bayan, 32, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Sosyal medyanın belirli siyasi gündemleri veya partileri takip eden, mültecilerin yanlış bir şey yapıp yapmadığına bakılmaksızın her tarafın fikirlerini tanıtmak ve vizyonunu veya politikasını yansıtmak istediğinden dolayı kendilerini sinirlendirmemeleri için yeterli bir neden olduğunu düşünenler vardır. Katılımcılar, Alıntı 32, Alıntı 33 ve Alıntı 34'de düşündükleri gibidir.

“Türk medyasının iki tarafı var: mültecilerle birlikte olan hükümet medyası ve mültecilere karşı muhalif medya ve her taraf kendi görüşünü doğrulamak için sosyal medya kanallarını kullanıyor.” (Alıntı 32, İstanbul, Katılımcı 10,

Erkek, 33, Yüksek lisans mezunu/ Mühendis çalışıyor)

"Çoğu, hükümetin imajını zedelemek için mültecileri kullanan muhalefet partileri halkın çoğunluğunu oluşturmuyor." (Alıntı 33 , İstanbul, Katılımcı 3, bayan, 35, Yüksek lisans mezunu / çalışmıyor)

"Bazı web siteleri, mültecilerin haberlerini ve görüntülerini bazen siyasallaştırıyor ve gerçeklikten uzak bir şekilde yansıtıyor." (Alıntı 34, Amman, Katılımcı 14, erkek, 27, Kolaj mezunu/ çalışıyor)

Sosyal medya herkese açık bir platform olduğu için burada yapılar yorumlara sinirlenmemek gerekmektedir. Her türlü görüşün paylaşıldığı bu ortamda olumlu ve olumsuz fikirler olacaktır. Alıntı 35'teki katılımcının düşüncüleri de bu yöndedir:

"Umurumda değil çünkü; bu Suriyelilerin gerçek imajı değil. Bu bir kişi tarafından yazılmış bir görüş, bununla birlikte iyi insanlar da var" (Alıntı 35 , Amman Katılımcı 6, erkek, 22, Lise mezunu/ çalışıyor)

Kendisini kızgın ve küskün hissedenler bu itibarsızlaştırmanın Suriyeli mültecileri riske soktuğunu, insanlık dışı davranıldığını ve sosyal medya yoluyla kendileriyle ilgili olumsuz imaj verildiğini düşünmektedirler. Katılımcılar, Alıntı 36 ve Alıntı 37'de düşündükleri gibidir.

"Kalp ekşimemi hissediyorum çünkü medyadaki bu küçük düşürmeyi hak etmiyoruz." (Alıntı 36 , İstanbul Katılımcı 15, erkek, 19, Lisans öğrencisi)

"Üzgün hissediyorum çünkü Suriyeliler için

sıklıkla gömülen başarı hikayeleri var.” (Alıntı 37 , İstanbul Katılımcı 10, erkek, 33, Yüksek lisans mezunu/ Mühendis çalışıyor)

Olumsuz fotoğrafların veya gönderilerin sosyal medyada yayınlanması ve sürekli olarak yayınlanması, Alıntı 38'e katılanların söylediği gibi onların kalben üzülmelerini artırmıştır.

"Suriyeli mültecileri kötü bir şekilde yazmak veya onları aşağılayıcı bir şekilde tanımlamak psikolojik acı çekmelerine neden oluyor" (Alıntı 38 , İstanbul, Katılımcı 3, bayan, 35, Yüksek lisans mezunu /çalışmıyor)

Bu kategorideki katılımcılar, psikolojik kaygı, öfke, ırkçılık, kırgınlık, hüzn, acı, hakaret, psikolojik taciz, istenmeyen olmak gibi duygularını ifade eden bir dizi kelimeyi tekrarlamıştır: Üzüntü, güçsüzlük ve bir şeyler yapmama veya kötüye kullanıma cevap vermeme, adaletsizlik, mevcut durumdan nefret etme, haklardan mahrum bırakma, vatandaşlık için kıskançlık, geçmiş için nostalji, ölme arzusu, iftira, vicdan azlığı, memnuniyetsizlik, üzücü, baskı, önyargı, damgalanma, psikolojik yorgunluk, hayal kırıklığı, kırılma, nefret ve ırkçılık, Alıntı 39'daki katılımcı da bu duyguları paylaşmaktadır.

"Medyada açıkça gösterilen ırkçılık ne kadar sürecek?" (Alıntı 39, İstanbul Katılımcı 2, bayan, 21, Lisans öğrencisi)

Aynı ülkeden olmak ve kendileri için bir şeyler yapmakta başarısız olmak veya bir şey yapamamak, Suriyelilere sosyal medyada hakaret edildiğinde Alıntı 40 ve Alıntı 41'deki katılımcıların açıkladığı gibi stresli olmanın bir başka nedenidir .

"Bu sitelerden birinde suistimal gördüğümde, onları savunurken ve onların yanında yer alırken ve medyada herhangi bir Suriyeli'nin aşağılanmasını kabul etmediğimde, ülke halkının adaletsizliğini caydırmak için hemen öfke duyuyorum ve acele ediyorum." (Alıntı 40 , İstanbul Katılımcı 5, Bayan, 33, Lise mezunu/

çalışmıyor)

“Çok kızgınım çünkü bütün Suriyelilerin kötü olduğunu ve kendini savunma hakkımız olmadığını gösteren çok sayıda yazılı materyal vardır.” (Alıntı 41 , İstanbul Katılımcı 8, Erkek, 21, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Gerçekliğin bu şekilde yanlış beyanı, yanlış bilgi, iftira, yalanlar ve istismarın tüm mültecilere genelleştirilmesi, katılımcıları sinirlendiren başka bir nedendir; çünkü bazı olumsuz davranışlar ve hatalar kamuoyu için kışkırtıcı olabilir; Alıntı 42’de bir örneği verildiği gibi bazı katılımcılar da bu şekilde düşünmektedir.

“Üzgün, kederli ve üzgün hissediyorum, çünkü bir gün aynı yeri yozlaştıracağım çünkü mülteciyim! Onlardan biriyim ve aynı ıstıraba maruz kaldım ve sosyal medyada insanların yanlış imajını iletmeyi kabul etmiyorum.” (Alıntı 42, Amman, Katılımcı 3, erkek, 34, Yüksek diploma/ çalışmıyor)

Katılımcıların sosyal medyada suistimal okuduğu veya gördüğü zaman sinirlenmesini sağlayan diğer bir neden de, bu sürekli suistimalin diğerlerinin onlardan nefret etmesine, onlara sempati kaybetmelerine ve insanların onlara yardım etmekten vazgeçmesine neden olmasıdır. Ayrıca Suriyelilerin ülkelerine geri gönderilmesi konusunda bir kanaatin sığınılan toplumlarda yaygınlaşmasına yol açmaktadır. Bu doğrultuda iki katılımcının görüşleri Alıntı 43 ve Alıntı 44’daki gibidir.

“Kızgınım çünkü bir mülteciyi sosyal medyada kötüye kullanmak, empati şansını diğer tüm sığınmacılara indiriyor! Toplumun genel olarak mülteci algısını olumsuz yönde etkiler ve kötüye kullanma tüm mültecilere karşı kışkırtmaya katkıda bulunur.”(Alıntı 43, Amman, Katılımcı 4, Bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

“Bazı mültecilerin kötü imajından sonra herkesin bizden nefret ettiğini hissediyorum.” (Alıntı 44 , Amman Katılımcı 11, Erkek, 19, Lisans

5.3.5. Sosyal Medyanın Suriyeli Mültecilerin İmajları Üzerine Etkisi

Tablo 68'deki sonuçlar, Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin sosyal medyanın mültecilerin imajı üzerindeki etkisine dair düşüncelerini göstermektedir. Ürdün'deki örneklemin %30,0'u ve Türkiye'nin örnekleminin %21,8'i sosyal medyanın Suriyeli mültecilere yönelik nefreti ve düşmanlığı azalttığını söylemiştir. Ürdün'deki örneklemin %41,3'ü ve Türkiye'deki örneklemin %40,3'ü tarafsız olduğunu ve gerçeği açıkladığını söylemiştir.

Odak gruplarına katılanlar, bazılarının sosyal medyayı nefret ve hakaret yayma, bazı Suriyelileri suiistimal etme, olumsuz bireysel eylemleri yayma, bazı hataları iletme ve mültecilerle ilgili Alıntı 45 ve Alıntı 46'da belirtilen yanlış görüntülerin yayılması gibi olumsuz amaçlar için kullandığını düşünmektedirler.

“Sosyal medya ve haber siteleri tarafsız değildir; her biri kendi ideolojik konumlanışlarına göre Suriyeli mülteci meselesini ele almaktadırlar. Meseleye olumsuz bakanlar Suriyelilerin gerçek imajını çarpıtan ve Suriye'yi tahrip eden hikâyeler yayınlayan bir yaklaşıma sahiptirler. Bu bağlamda Avrupa'daki bazı siyasi organizasyonlar mülteciler üzerinde olumsuz bir kanaat oluşmasına öncülük ettiler”(Alıntı 45, Amman Katılımcı 10, Bayan, 48, Doktora/ çalışıyor)

“Sosyal medyada yazan çok sayıda insan etkilenen kişinin deneyimini yaşamadı ve çok sayıda kötü gerçeği gizledi ve diğer partiyi başka bir açıdan gördü ve tartışma sosyal medyada gerçekleştiğinde kurbanı suçluyor, görüşlerini çevrelerine ve kültürlerine göre ifade ediyor ve hakaret ediyorlar. Bu felaket ve zalimce deneyimine ek olarak psikolojik olarak onu etkiler.” (Alıntı 46, Amman

Tablo 66'daki sonuçlar, Ürdün'deki örneklemin %54,1'inin ve Türkiye'deki örneklemin %32'sinin sosyal medya aracılığıyla sunulan Suriyeli mültecilerin imajının olumlu olduğunu göstermektedir. Ürdün'deki örneklemin %9,2'si Türkiye örnekleminin %17,2'si olumsuz görmüş ve onlara karşı nefret söylemine yol açmıştır. Öte yandan, Ürdün ve Türkiye örneklemelerinin %26,1'i sosyal medyanın tarafsız olduğunu düşünmektedir. Ürdün'deki örneklemin %10,6'sı ve Türkiye'deki örneklemin %24,8'i ise sosyal medyanın tarafsızlığı hakkında bilgi sahibi olmadıklarını söylemiştir.

Tablo 67'deki sonuçlar, mültecilerin genel olarak medyadaki Suriyeli mültecilere kötü muamele yapıldığını düşündüklerini göstermektedir. Ürdün örnekleminin %76,2'si ve Türkiye'deki örneklemin %79,9'u mültecilere yapılan muameleden memnuniyetsiz olduğunu söylemiştir. Ürdün örneklemin %13,2'si ve Türkiye örneklemin %11,2'si umursamadığını belirtmiştir. Ürdün örneklemin %10,6'sı ve Türkiye örnekleminin %8,9'u bu soruya cevap vermeyi reddetmiştir.

Tablo 68'deki sonuçlar, sosyal medyanın Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin imajı üzerindeki etkisini göstermektedir. Ürdün örneklemin %8,3'ü ve Türkiye örneklemin %8,9'u, sosyal medyanın mültecilere yönelik nefret ve düşmanlığı artırdığını söylemiştir. Ayrıca, Ürdün örneklemin %20,5'i ve Türkiye örneklemin %29'u sosyal medyanın Suriyeli mültecilerin imajını nasıl etkilediğini bilmediklerini veya açık cevap vermek istemediklerini söylemiştir.

Tablo 65'teki sonuçlar, Ürdün örnekleminin %85'inin ve Türkiye örnekleminin %76,9'unun kötü niyetli yorumlara cevap vermediğini belirtmektedir. Bu cevapları verenler gerekçeleri itibarıyla iki gruba ayrılmıştır. Ürdün örnekleminin %47,5'i ve Türkiye örnekleminin %40,3'ü olan ilk grup, kendilerine veya ailelerine yönelik kötü yorumlara maruz kalmaktan kaçınmak için bu yorumlara cevap vermediklerini söylemiştir. İkinci grup, Ürdün örneğinin %38,0'ı ve Türkiye örneğinin %36,6'sını oluşturmaktadır ve bu yorumlara cevap vermek için yeterli zamanı olmadıklarını, bir çeşit boşa zaman olarak gördüklerini söylemiştir.

Odak grup tartışmasında kötü yorumlara cevap veren ya da karşılaştıklarında cevap vereceklerini söyleyen **ilk kategori** için cevapladıkları yollar üç gruba ayrılmaktadır.

Bunlardan **ilki**, okuyucuya Alıntı 47 ve Alıntı 48'deki katılımcıların yaptığı gibi anlattığı konu hakkında daha fazla ayrıntı verme, gerçekleri açıklığa kavuşturmaya ve açıklamaya çalışma, mantıklı bir tartışma ve ikna edici bir yöntem izleme yaklaşımıdır.

“Onlara yalnızca bir an için Suriyeli mültecilerin yaşadığı durumda yaşadıklarını ve kendilerini mültecilerin bulunduğu yere koyacaklarını hayal etmelerini söylüyorum” (Alıntı 47, İstanbul Katılımcı 12, Erkek, 22, Kolej mezunu/ çalışmıyor)

“Ürdünlü ve Iraklılardan gelen tüm bursların Suriyelilere verildiğine dair yorumlarına rastladığımda, onlara zor koşullardan geçtiğimizi ve herhangi bir fırsattan yararlanmak istediğimizi açıklarım.” (Alıntı 48, Amman Katılımcı 1, Bayan, 30, Yüksek lisans öğrencisi)

Katılımcılardan bazıları mülteciler hakkındaki olumsuz yorumlara, sakince, dengeli bir şekilde cevap vermeye çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bunu yaparken de motivasyonlarının iyi insanlar olduklarını, kimseye zarar vermek niyetlerinin olmadığını göstermek istediklerini belirtmişlerdir. Alıntı 49’da ifade edilen görüş de bu yaklaşımı destekler niteliktedir.

“Cevabımız kültürümüzü ve ahlaki temsil ediyor. Gerekirse, mantıklı ve rasyonel bir şekilde kanıt ve ipuçlarını kibar bir şekilde kullanarak yanıt veriyorum, her biri kültürünün düzeyi hakkındaki görüşlerini ifade ediyor.” (Alıntı 49, Amman Katılımcı 10, Bayan, 48, Doktora / çalışıyor)

Güvenilir bilgilerle cevap vermek, rakamları ve gerçekleri kullanmak, Suriyelilerin meydana gelen tüm sorunların doğrudan bir nedeni olmadığını kanıtlar. Suriyelilerin içerisinde bulundukları durumları açıklamak, okuyucunun aşağıdaki durumlarda belirtilen ekonomik durumlar veya diğer sorunlar hakkındaki gerçeği anlamasını sağlamaktadır. Aşağıdaki Alıntıda bu yaklaşımın bir örneği görülebilir:

“Tersini ispatlayan ve sorunu ve nedenlerini açıklayan bilimsel gerçekleri objektif olarak sağlayarak yanıt vereceğim. Kötüye kullanım veya

agresif olmak yerine tavsiye ve tartışma etiği kullanıyorum.” (Alıntı 50, Amman Katılımcı 2, Erkek, 33, Lisans mezunu/ çalışıyor)

2- Duygusal bir cevabı ya da yorumu yanıtlayan ya da cevaplayacak olan **diğer grup**, aynı kaygıyı paylaşmaları gereken aynı dine mensup insanlar olduklarını hatırlatarak Suriyelilere karşı olumsuz şeyler yazmayı ya da kötü niyetli mesajlar göndermeyi durdurabileceklerini düşünmektedir. Cevaplarında, acılarını hissetmelerini ve kendilerini onların yerlerine koymalarını sağlamaya çalışmaktadır. Mültecileri kırılmamaları gerektiğini, savaş nedeniyle geldiklerini ve geri döneceklerini ve mültecilerin saygı duymaları gereken kardeşleri ve misafirleri olduklarını açıklamaktadır. Alıntı 51 sığınmanın mültecilerin seçimi olmadığını, şartların onları buna zorladığını göstermektedir:

“Trkçılık olmadan yazıyorum ve insanlara mültecilerin aynı zamanda insan olduğunu ve felaketleri ve talihsizlikleriyle hiçbir ilgilerinin olmadığını açıkça belirtiyorum. Diğer insanların terör, açlık, korku ve evsizlik olmadan yaşama hakları var. Her mülteci bir kardeşi veya oğlunu, hatta bütün ailesini ve evini kaybettiği için ülkelerini, ebeveynlerini ve evlerini terk ettiler. ”(Alıntı 51, Amman Katılımcı 15, Erkek, 32, Yüksek lisans öğrencisi)

Bir grup katılımcı, İslam dininin ahlakından bahsetmenin ve farklı ırklarla nasıl başa çıkılacağına yanı sıra Hz. Muhammed'in ahlakından bahsetmenin ya da basit dua gibi dini bir yorum yapmanın Suriyelilere saldırgan yazılar ya da yorumlar yoluyla saldıranlara yeterli olduğunu düşünmektedir.

Sosyal medya aracılığıyla şu minvalde yorumlarda bulunuyorlar: *“Allah sizi affeder”, “Allah'da Yüce, Yüce Olan Büyük”, “Allah bana yeter, O ne güzel vekildir ”.*

Birinci kategorideki **son grup** savunmacı bir şekilde cevap vereceklerini ve hatta agresif cevap vereceklerini belirttiler. Bu şekilde cevap vererek olumsuz yorum yazarları Suriyelilere karşı daha fazla yorum yapmaktan ve yazı yazmaktan alıkoyacaklarını düşündüklerini ifade ettiler. Alın teriyle çalışmak ve rızkını kazanmak için onlara saygı duyması gerektiği görüşünü yazan kişiye açık bir şekilde iletirler. Dahası, Alıntı 52 ve Alıntı 53'teki katılımcıların yaptığı gibi durumları ne şekilde olursa olsun, Suriyelileri

yorum ve gönderilerle savunurlar.

"Adaletsizliğe maruz kalmadan bunu yaşamış olan insanları yargılama. Teşekkür ederim, mülteci olmadan önce Suriye'liyim ve insanlarla hiçbir ilgin yok!" (Alıntı 52, Amman Katılımcı 11, Erkek, 19, Lisans öğrencisi)

"Her tencere içerideki şeyi yayıyor ve herkes kökenini ifade ediyor ve ahlakını ortaya koyuyor, ben de insanlara zaman zaman diğer mültecileri kucaklamak ve haklarını ve itibarlarını korumak konusunda Suriyelilerin rolünü yazıp hatırlatıyorum." (Alıntı 53, Amman Katılımcı 14, Erkek, 27, Kolej mezunu/ çalışıyor)

Sessiz kalmayı ve kötü niyetli yorumlarla karşılaşılırsa cevap vermemeyi veya yorum yapmamayı tercih eden **ikinci kategori** ise, **üç gruba** ayrılacak gerekçelerini şöyle açıklamaktadır:

1- Birinci grup: cevap vermenin işe yaramayacağını, cevap vermenin zaman kaybı olduğunu, cevap vermenin bir fayda ve olumlu bir sonuç sağlamayacağını düşünüyorlar. Çünkü kimse bunu umursamamaktadır. Alıntı 54 veya 55'teki katılımcıların da belirttiği gibi, sosyal medya kanallarında saçma bir gönderiye cevap vermek ve saçma tartışmalara girmek için zamanlarını boşa harcamak istememektedir.

"Yanıt, birçok tarayıcı tarafından yayılması ve okunması durumunda kötüye kullanımı engellemeyecek, bu yüzden yorumum veya cevabım saçma oluyor" (Alıntı 54, İstanbul Katılımcı 14, Bayan, 20, Liseden az mezunu/ çalışıyor)

"Ne istediğini ifade eden herkese cevap vermem. Ne yazık ki, bazı insanlar neler olup bittiğinin farkında değiller ve sürüyle yürüyorlar." (Alıntı

55, Amman Katılımcı 5, Erkek, 45, Lise mezunu/
çalışıyor)

Bazıları bu yorumlara cevap vermenin gerekmediğini düşünüyor ve Alıntı 56'daki katılımcı gibi söz konusu hesapların ilgili paylaşımlarını sosyal medya platformunun resmi kanallarına rapor ediyorlar:

"Yorum yapmıyorum, ancak Facebook'a bir rapor gönderiyorum ve genellikle siliniyor." (Alıntı 56, İstanbul Katılımcı 7, Bayan, 33, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Bazıları sosyal medya konuşmalarına katılmanın katılımcıların bazıları için çocukça olduğu görüşünü taşımaktadır. Tartışma ve çekişme, aşağıdaki katılımcının da ifade ettiği gibi açıklığa kavuşturulması gereken konuları daha büyük sorun haline getirmektedir:

"Yanıtlamıyorum çünkü kötü ve cahil görüş beyan eden kişi, cehaletinden dolayı fikrini değiştirmeyecek. Cevabımın veya yorumumun fayda sağlayacağını hissediyorsam, yorumlayacağım ve cevaplayacağım, ancak bu yanıtları verenler eğitim seviyesi düşük insanlar ve bunlara cevap vermeye gerek yoktur." (Alıntı 57, Amman Katılımcı 7, bayan, 32, Lisans mezunu/ çalışıyor)

2- İkinci grup, Suriyeli mültecilerle ilgili bazı yorumlara ve yayınlara sinirlenen, ama paylaşımların içeriğine katıldıkları için de cevap vermeyen katılımcılardan oluşmaktadır. Bu grup cevap vermiyor, çünkü bazı mültecilerin davranışları hakkında Alıntı 58'deki katılımcının vurguladığı gibi durumu açıklayan eylemler hakkında yazılı olanlarla aynı fikirdeler.

"Suriyelilerden hatalı olanlar var, ancak bunlar bireysel hatalar ve cevap veya yorum, bunu hak eden ve tüm Suriyelileri içermeyenlere verilmelidir" (Alıntı 58, Amman Katılımcı 11, erkek, 19, Lisans öğrencisi)

3- Cevap vermediklerini söyleyen **üçüncü grup** ise olumsuz bir tepkiden korkanlardan, daha fazla soruna yol açmasına çekinenlerden ve ahlaki olarak saldırılmasından sakınanlardan oluşmaktadır. Bu gruptakiler ülkeleri olmadığını düşünüyorlar ve bu

doğrultuda Alıntı 59, 60, 61 ve 62'deki katılımcılar insanların kendilerini ve ailelerini kovmalarından korktuklarını beyan etmiştir:

“Cevap vermekten korkuyorum çünkü ben bir kızım ve küfürlü yorumlarla beni rahatsız edebilir” (Alıntı 59, İstanbul Katılımcı 2, bayan, 21, Lisans öğrencisi)

“Yorum yapmam. Kendim için korkuyorum çünkü mülteciyim. Hedef olmak istemiyorum. Yabancı bir ülkedeyim ve sorunları sevmiyorum” (Alıntı 60 Amman Katılımcı 4, bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

“Sessiz kalıyorum, çünkü kişinin yazdığını veya tartışmaya girip istismar edebileceğini ve çekişme ve çatışmayı kışkırtmaktan ve anlaşmazlığı yaymaktan kaçınacağımı bilmiyorum” (Alıntı 61, Amman Katılımcı 6, erkek, 22, Lise mezunu/ çalışıyor)

“Cevap vermem ve yorum yapmam; çünkü yazan kişilerin hoşnutsuzluk ve acımasızlık derecelerini biliyorum ve bu nedenle bir cevabı yanıtlamak için fikrini değiştirmek zor, ama tam tersine daha fazla kışkırtılacak ve benim için önemli sorunlara neden olabilir.” (Alıntı 62, Amman Katılımcı 9, erkek, 39, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Tablo 66'daki sonuçlar Ürdün'deki örneklemin %54,1'inin ve Türkiye'deki örneklemin %32' sinin sosyal medya aracılığıyla sunulan Suriyeli mültecilerin imajını olumlu bulduğunu ve sempatik geldiğini göstermektedir. Ürdün'deki örneklemin %9,2'si ve

Türkiye örnekleminin %17,2'si sosyal medya aracılığıyla sunulan Suriyeli mültecilerin imajının olumsuz olduğunu düşünmektedir ve onlara karşı nefret söylemine yol açmaktadır. Ürdün örneklemin %26,1'i ve Türkiye örneklemin %26,1'i sosyal medya aracılığıyla sunulan Suriyeli mültecilerin imajının tarafsız olduğunu düşünmektedir.

Medyada ve sosyal medyada yayınlananların yaşadıkları ülkedeki Suriyeli mültecilerin imajı üzerindeki etkisine ilişkin bakış açıları üç kategoriye ayrılmıştır:

A- Birinci kategori, medya ve sosyal medya aracılığıyla yayınlananların Suriyeli mültecilere adaletsizliklere neden olduğunu ve imajlarını çarpıttığını düşünmektedir.

B- İkinci kategori ise, medya ve sosyal medya tarafından yayınlananların imajlarının iyileştirilmesine yardımcı olduğunu ve katkıda bulunduğunu düşünürken,

C- Üçüncü kategori bazı Suriyelilerin yaptıklarının mülteci imajını çarpıtmanın nedeni olduğunu ve bunun Ürdün ve Türkiye'deki medyaya yansıdığını düşünmektedir.

Birinci kategorideki bazı katılımcılar, bazı sosyal medya kanallarında Suriyeli mültecilerle ilgili olumsuz haberler yayıldığını ve bu olumsuz görüntülerin tüm Suriyeliler böyleymiş gibi servis edildiğine dönük açıklamalar yaptılar.

Sonuç olarak, mültecilere yönelik yabancı düşmanlığı ve nefret, aşağıda açıklandığı gibi yayılmıştır:

“Nefreti arttırmaya çalışan sayfalar var, ama diğer tarafta nötr olan sosyal medya sayfaları da var.” (Alıntı 63, Amman, Katılımcı 10, bayan, 48, Doktora / çalışıyor)

“Medya, biz mültecileri bedavadan geçinen, hatta hırsızlık yapan insanlar olarak sunuyor” (Alıntı 64, İstanbul, Katılımcı 1, bayan, 31, Doktora öğrencisi)

İstanbul'un odak grubundaki katılımcılar, sosyal medyanın mülteciler hakkında yanlış bilgilerin yayılmasında rol oynadığını ve Suriyelilerin hırsızlık yapan, çalışmadan para alan insanlar olarak göstermelerine katkıda bulunduğunu da düşünmektedir. Çoğu insan, problemleri artıran ve bazen nefrete neden olan abartılar ve olumsuz etkiler nedeniyle tüm Suriyeliler hakkında kötü fikirlere sahiptir. Bazı katılımcılara göre, Türkiye'deki bazı medya organları, mültecileri, Türk halkının paralarını yiyen ve mültecilerin Türk

vatandaşlarından daha fazla yardım aldıklarını iddia eden bir şekilde gösterim soktular. Bu durum tüm yardımların onlara yapıldığı algısını oluşturarak kin ve nefret tohumlarının ekilmesine neden olmuştur.

Ayrıca, medyanın ve sosyal medya kanallarının, Alıntı 65'teki katılımcının belirttiği gibi belirli bir propaganda için çok hızlı bir şekilde inanılan yanlış fikirleri, söylentileri ve yalanları yayarak bazı küçük problemleri büyük sorunlara dönüştürdüğü değerlendirilmektedir.

“Birçok bağlamda, şefkatli bir şekilde sunulmadılar, ancak aşağılayıcı bir biçimde... Suriyeli bir kadının aylık maaş almak için kuyruğa girmesini medya, ülkesini terk eden burada başkalarına bağımlı olarak, oturduğu yerden maaş alan insanlar imajı oluşturarak sundu” (Alıntı 65, İstanbul Katılımcı 11, Bayan, 43, Lise mezunu/ çalışmıyor)

Bazı katılımcılara göre, bazı medya ve sosyal medya kanalları mültecilerin Ürdün'deki varlıklarının Ürdün ekonomisini Alıntı 66'da belirtildiği gibi tahrip edeceğini göstermektedir.

“Sosyal medyada Suriyelilerin Ürdün'e geldiklerinde n beri ekonomik bir sıkıntıya yol açtığı konusunda bir eleştiri var ve bunun doğru olduğu gerçeğini inkar etmiyorum ve bunu ispatlayan çalışmalar var, ama bazıları Ürdün'deki ekonomik sorunların tüm nedeninin Suriye olduğunu ileri sürüyor.” (Alıntı 66, Amman Katılımcı 5, erkek, 45, Lise mezunu/ çalışıyor)

İkinci kategorideki bazı katılımcılar, sosyal medyanın, Suriyelilerin yaşadığı koşullara sempati ve anlayış göstererek, mültecilere yönelik nefreti azaltmaya yardımcı olduklarına ve katkıda bulunduklarına inanmaktadır.

Suriye'nin komşu ülkeleri olan Ürdün ve Türkiye'deki katılımcılar Alıntı 67'deki kanaati paylaşmaktadır.

“Ürdün halkından sosyal medyada herhangi bir

şiddete veya nefrete tanık olmadık, ancak Ürdün halkı bizi kardeş olarak gördüğü için bizde kardeşler gibi davrandık. Ürdün’de Lübnan’da olduğu gibi istismarı görmedim.” (Alıntı 67, Amman Katılımcı 6, erkek, 22, Lise mezunu/ çalışıyor)

Tartışma sonucunda sosyal medya, mültecilere acılarını netleştirerek yardım ve destek sağlamıştır. Ayrıca birçok partiyi ve kurumu proje uygulamaya teşvik etti ve Alıntı 68'deki katılımcının bakış açısı olarak mültecilere yardımcı olacak çeşitli yardımlar sağlamak için farkındalık oturumları düzenlenmiştir.

“Medyada ve sosyal medyada görünen şey, Ürdün halkının çoğunluğunun Suriye devrimine sempati duyduğu ve Suriyelilerle işbirliği yaptığı yönünde; savaşın bitmesini bekliyorlar ve Beşar Esad rejimini destekleyenler bile mülteci krizine sempati gösteriyorlar” (Alıntı 68, Amman Katılımcı 3, erkek, 34, Yüksek diploma / çalışmıyor)

İstanbul’daki bazı katılımcılar, genellikle Türk medyasının ve sosyal medya kanallarının Suriye halkı ile ilgili olumsuz yönden önce olumlu taraf gösterdiğini ve her zaman Suriyelilerin imajını düzeltmeye ve söylentileri yenmek için sahadan raporlar hazırlayarak savunmaya çalışan Türkler olduğunu düşünmektedirler.

Bazı katılımcılar, sosyal medyayı Suriyelilerle Türkler arasındaki iletişimi artıran, acı çeken mültecilere olumlu bakan ve Suriyeli mültecilerin imajını iyi ve kabul edilebilir kılan durumlara sebep oluşturan bir araç olarak görmektedirler.

Amman'ın katılımcıları, gelenek ve göreneklerin yakınlığı ve Ürdün ve Suriye toplumları arasında şecere paylaşımından ötürü, ev sahibi toplumda, medyanın ve sosyal medyanın olumlu bir şekilde yansıtılmasının kabul edildiğini ifade etmiştir. Bu yüzden sosyal medyada Suriyeliler hakkında olumlu haberler yayılmış ve böylece sosyal medya mülteciler ve vatandaşlar arasındaki mesafenin kapanmasına, aşinalık ve kabullenmenin daha da artmasına vesile olmuştur.

Üçüncü kategorideki katılımcılardan oluşan bir grup, 69. Alıntıda açıkça görüldüğü gibi, sosyal medyayı tarafsız gördüklerini ve yerin içinde ne olduğunu açıkladığını

söylemiştir. Bazı Suriyelilerin yaptıkları, imajlarını çarpıtma nedeniydi ve bu hem Ürdün hem de Türkiye'deki medyaya yansımıştır.

“Aslında hatalar yapan ve ustaca davranan Suriyeli insanlar var, bu nedenle bazı siteler Suriyelilerin sahte imajını genişleten konulara odaklandı” (Alıntı 69, Amman Katılımcı 11, erkek, 19, Lisans öğrencisi)

Gerçekleri, Suriye savaşının gerçekliğini, acıyı, ıstırabı ve mültecilerin nasıl yaşadığına dair gerçek resmi anlatmak, bazı katılımcılara göre sosyal medyayı tarafsız kılmaktadır. Ayrıca, mültecilerin aldığı yardımın Birleşmiş Milletlerden olduğunu, vatandaşların öfkesini gidermek için her şeyin onları barındıran ülkenin kaynaklarından olmadığını, burada olmanın onların da arzu ettikleri bir şey olmadığını, savaş koşulları nedeniyle ev sahibi ülkelere sığındıklarını mülteciler beyan etmektedir.

Sosyal medyadaki haberler ve yorumlar, inceleme ve haberlerin doğrulanmasından sonra profesyonelce gidenleri iletmıştır ve mültecilere yönelik sorunları gündeme getirecek ya da başkalarını bu konuda kışkırtmak için bireysel hataları genelleştirmemiştir, ancak Alıntı 70'teki katılımcının sorunlarına çözüm aradığını objektif olarak aramıştır.

Ürdün'deki sosyal medya haberleri bireysel hataları genelleştirmede ancak Lübnan'daki sosyal medyadaki haberler ve yorumlar, mülteciler hakkında genelleştirmeci bir yaklaşıma sahiptir.

“Ürdün'deki sosyal medya, Lübnan medyasının sosyal medya kanallarının mülteciler için nefret ve sıkıntı yaydığı gibi değildi.” (Alıntı 70, Amman Katılımcı 8, erkek, 31, Lisans mezunu/ çalışıyor)

İstanbul'daki bazı katılımcılar, sosyal medyada yer alan haberlerin mesaj ve resimleri doğru bir şekilde ilettiğini düşünmektedir. Bu durum Türk halkının gerçeği daha iyi görmesine yardımcı olmuştur. Suriye'de neler olduğunu, mültecilerin kimler olduğunu ve ölümden nasıl kaçtıklarını gözler önüne sermiştir. Bu grup, gerginliği hafifletmeyi ve Türklerle çarpışmayı önlemeyi amaçlayan kampanyalar olduğunu ve bazı sosyal medya platformlarının Suriyelilerin haklarını tarafsız bir şekilde bilmelerini sağlamıştır.

Suriyelilerin Türk toplumunda sosyal medyaya yansıyan kötü temsiliyle ilgili olarak, bazı Suriyelilerin Türk medyasının değil tüm Suriyelilerin imajını bozmanın nedeni olduğuna inanıyorlar çünkü kötü ve aptalca davranıyorlar veya imajlarını kötüleştiren

Türklere hakaret etmektedir. Suriyelilere yönelik genel duygunun sonucunu dikkate almayan bazı Suriyelilerin sorumsuzca tepki vermesi veya davranış sergilemesi, Türk toplumunda bu kötü imajın medya ve sosyal medyaya yansımalarının nedenidir. Bir diğer neden ev sahibi ülkenin (Türkiye) geleneklerinin mülteciler tarafından ihlal edilmesi ve bunun açıkça vatandaşların gözleri önünde yapılması. Aynı zamanda, Suriyelilerin kendilerinin neden olduğu kötü imajda, ülkenin gelenekleri ve alışkanlıkları hakkında çok fazla şey bilmeden ve ülkeler arasındaki farklılıklara saygı göstermeden aniden gelmeleri de etkili olmuştur. Bunu yapan ve şöhret için aptalca davranışlar sergileyerek dolaşan kişi, tüm Suriyelileri kötü bir tabloya soktu ve herkes aynımış gibi yayılmıştır ve fotoğraf göndererek medya ve sosyal medyaya yansıyan herkes aynısını yapmıştır sonra ev sahibi ülkedeki insanlar tüm Suriyeliler aynıdır olarak düşünmeye başlamışlardır.

5.3.6. Suriye Çatışma olaylarında Aktivistlerin sosyal medyada yaptıklarının İki Taraflı Etkileri

Aktivistler ya da mültecilerin takip ettiği sosyal medya sayfalarını yönetenler tarafından ve geleneksel medya dahil olmak üzere çeşitli yollardan bilgi akışı sağlanmaktadır. Bu aktivistler, izleyicilere sosyal medya kanalları aracılığıyla bilgi aktarmaktadır. Sosyal medya haber platformlarını yönetenler, belirli konuları diğerlerinden daha fazla aktarmaya, bazı konuları görmezden gelmeye veya hikayeleri kendi perspektiflerinden anlatmaya eğilimli olabilirler.

Burada, medya mesajlarının sosyal medya aracılığıyla mülteciler dahil alıcıları doğrudan etkilediğini ve dolaylı olarak iki aşamadan oluşan bilgi akışı kuramına göre yayıldığı değerlendirilmektedir. Bu ilk aşamayı kanaat önderlerinin verdiği mesaj, ikinci aşamayı ise bireyler arasında yayılan mesaj oluşturmaktadır.

Tablo 74'teki sonuçlar Ürdün ve Türkiye'deki katılımcıların çoğunu oluşturan Ürdün ve Türkiye için sırasıyla %53,5'lik ve %48,8'lik oranlar aktivistlerin Suriye'de olanları sosyal medya aracılığıyla resim ve videolar göndererek paylaşımlarını doğru bulduklarını söylemiştir. Ürdün örneklemin %17,2'si ve Türkiye örneklemin %6,9'u aktivistlerin yaptıklarının olumsuz olduğunu söylemiştir. Ürdün örneklemin %29,4'ü ve Türkiye örneklemin %44,2'si iki taraflı etkinin de söz konusu olduğunu, yani olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurduğunu düşünmektedir.

Amman ve İstanbul'daki odak gruplarındaki katılımcıların görüşleri, bazı aktivistlerin Suriye'de olanların fotoğraflarını ve videolarını gönderirken ve paylaşırken neler

yaptıklarına ilişkin olarak olumlu ve olumsuz algı olmak üzere ikiye bölünmüştür. Bu etkinin olumlu olduğunu düşünenler, esas olarak sosyal medyanın gerçekte neler olduğunu hemen netleştirdiğini ve Suriyelilere görüşlerini özgürce ifade edebilmeleri için bir platform vermesi gerçeğine bağlamıştır. Sosyal medya aynı zamanda Suriyeli mültecilerin acı çektiğini ve insanların yardım etmeleri için farklı yollar önerdiğini tüm dünyaya göstermiştir.

Sosyal medya ayrıca Suriyelilere yönelik ilgi alanlarını belirlemeye yardımcı oldu ve maruz kaldıkları sorunlara ve bunların nasıl çözüleceğine odaklanılmasını sağlamıştır. Bunun olumlu bir şey olduğunu düşünen katılımcılar, bu aktivistlerin gerçeği aktarmaya yardımcı olduğu ve Suriye’de olup bitenler hakkında bilgi verdiği, halkın çektiği acıyı ve onların hikayelerini tüm dünyaya ilettiklerini düşünmektedirler. Alıntı 71 ve 72 bu görüş için örneklik teşkil etmektedir:

“Olumlu, çünkü resmi televizyon ve haber kanalları gibi, gerçeği söylemekten çekinmiyor, daha siyasallaşmış kısıtlamalar olmadan aktarıyorlar.”
(Alıntı 71, İstanbul Katılımcı 13, erkek, 58, Lisans mezunu/ çalışıyor: tercüman)

“Bazıları cesur! İkinci bir tavırları olmadıkça, insanlara yardım etmek ve önemli bilgileri iletmek için kendilerini riske atıyorlar.” (Alıntı 72, İstanbul Katılımcı 3, bayan, 35, Yüksek lisans mezunu/ çalışmıyor)

Katılımcıların biri, aktivistlerin yatığı işin birçok açıdan olumlu olduğunu değerlendirmektedir. Örneğin Suriye’de kalanların ne acılar çektiği, bir şekilde yurt dışına gidebilenlerin bu durumu görerek kendi durumları için Allah’a şükretmeleri gerektiğini, içerde kalan eş dost ve akrabaları için de maddi ve manevi yükümlüklerini onlara hatırlatır. Buna örnek olarak Alıntı 73'teki açıklama verilebilir.

“Rejim suçlarını açığa çıkardığı için olumlu. Dünyaya insani felaketin büyüklüğünü bilmelerini sağladılar ve küresel sessizlik için bir mazeret olmadılar. Suriye sorununun çözülmemesi insanlığın olmadığını

gösteriyor.” (Alıntı 73, İstanbul Katılımcı 1, bayan, 31, Doktora öğrencisi)

Aktivistlerin sosyal medya aracılığıyla resim ve videolar göndererek Suriye’de yaşananları tüm çıplaklığıyla gözler önüne sermesinin olumlu bir şekilde tanımlanmasının ana nedenleri şunlardı:

- 1- Suriye’de neler olup bittiğini anlatır ve insanlara sınırlardaki durumu bildirmektedir.
- 2- Dünyaya gerçeği söylemekte, gerçekleri, haberleri ve Suriyelilerin acılarını açığa çıkarmakta, özgürlük umudunu göstermektedir. Alıntı 74’e katılımcının belirtildiği gibi:

“Bütün medya bizim acımızı iletmeyi bıraktı. Bu nedenle, aktivistlerin çalışması çok gerekli çünkü aktivistler tarafından gönderilen fotoğraf ve videolar gerçeği taşıyor ve önyargısız bir şekilde Suriye’de olanların tüm dünyaya açıklanması gerekiyor.” (Alıntı 74, Amman Katılımcı 7, bayan, 32, Lisans mezunu/ çalışıyor)

- 3- Dünyaya Suriye’deki yıkımın, Alıntı 75’in açıkladığı gibi ne kadar doğru olduğunu açıklamaktadır:

“Uydu kanallarının politikaları ya da medyanın tahrip olmuş bölgelere ulaşamaması ve dünyaya ne olduğunu bildirememesi nedeniyle, geleneksel medyanın yokluğunda, olanları aktarıyor.” (Alıntı 75, Amman Katılımcı 10, bayan, 48, Doktora/ çalışıyor)

- 4- İnsanların sempatisini kazanmaya ve dünyadan yardım aramaya yardımcı olmaktadır.
- 5- Çözüm bulmak için kurumları harekete geçirmektedir.
- 6- Rusya ve Suriye rejimlerinin 76. Alıntıda belirtildiği gibi, Suriye halkına karşı suçlu olduğunu ortaya koymaktadır.

“Devrimin ikonları olan eylemciler vardı; Beşar Esad ve ortaklarının suçlu olduğu eylemleri bu ikonlaşmış eylemcilerin fedakarlığı ve belgelendirilmeleri olmasaydı Suriye meselesi şimdiye kadar devam etmeyecekti. Yani tüm

dünyaya mal olan bir mesele olamayacaktır. Onların sayesinde tüm dünya öğrenebildi. Zira bu ailenin 1980'lerden bugüne dek suçluluğun uzun bir geçmişi var.” (Alıntı 76, Amman Katılımcı 5, erkek, 45, Lise mezunu/ çalışıyor)

7- Suriye tarihinin önemli bir aşamasını belgelemeye katkıda bulunarak, Suriyeliler için ülkelerinin anılarında ve kalplerinde kalmasını sağlamaktadır.

Öte yandan, odak gruplarındaki bazı katılımcılar, bazı aktivistlerin Suriye'de olup bitenlerin fotoğraf ve videolarını göndererek yaptıklarının olumsuz olduğunu düşünmektedir. Bu katılımcılara göre bazı video ve resimlerde gösterilenler yanlış ve yanlış olduğu için bazı söylentilere ve yanlış haberlere yol açabilmektedir. Ayrıca bu aktivistlerin bazıları fikirlerini aktarırken abartıya kaçabilmektedirler. Medyada ve yazışmalarda profesyonellik eksikliği, Alıntı 77 ve Alıntı 78'de belirtildiği gibi bu aktivistlerin yaptıklarının bir başka olumsuz yönünü içermektedir.

“Aktivistlerin %90'ı verimsiz ve zararlı veya yanlış olabilecek haberleri yayınlamak için yarışıyorlar. Daha da önemlisi, kopyalama ve yapıştırma konusunda aktifler ve çok azı alandan gerçek haberleri bildiriyorlar.” (Alıntı 77, İstanbul Katılımcı 11, bayan, 43, Lise mazunu/ çalışmıyor)

“Aktivistlerin rolü değil medyanın rolü olduğunu düşünüyorum. Aktivistler medyanın iyi çalışmasına izin vermeli. Aktivist medya insanının aksine profesyonelliği aratır. Bazen paylaştıkları fotoğraf gerçek değildir. Aktivistler işleri büyütür, tarafsızlıktan yoksundurlar; kameraları olan ve medya mensubu oldukları anlamına gelmeyen bir grup amatör olarak tanımlanabilirler.” (Alıntı 78, Amman Katılımcı 4, bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

Bazı katılımcılar bazı aktivistlerin doğru ve yanlış fotoğraflar ve videolar kullandıklarını, ayrıca birçok bağlamdaki hikayenin çarpıtıldığını ya da tamamen yalan söylendiğini düşünmektedir. Bazen doğruluktan ve güvenilirlik ilkelerinden yoksundurlar;

bu da gerçeği çarpıtmaya ve okurları yanlış yönlendirmeye yol açmaktadır; bazıları ahlaki ihlaller de dahil olmak üzere, bazıları başkalarının hikayelerini bilgisi olmadan yayınlarlar ve bu da Alıntı 79'da belirtildiği gibi zararlara ve sorunlara yol açmaktadır.

“Şu anda her eylemci istediğini yapıyor ve ait olduğu politik yöne göre uygun gördüğü şeyleri yayınlıyor. Bazıları yalan söylüyor, bazıları gerçeği istiyor... Ve kimin yalancı kimin samimi olduğunu bilmiyoruz.” (Alıntı 79, Amman Katılımcı 3, erkek, 34, Yüksek Diploma/ çalışmıyor)

Dahası, aktivistler tarafından sosyal medyayı kullanmanın, bu masum insanların hareket alanlarını ve rotalarını ortaya koymaya katkıda bulunabileceğini ve yaşamları için gerçek bir tehdit ve tehlike oluşturduğunu görüyorlar. Başka bir ifadeyle bu insanların kayıt edilmesi, takip edilmesi gibi bir risk barındırmaktadır.

Katılımcılar ayrıca sosyal medya aracılığıyla gönderilen videoların ve resimlerin bazen düşmanlar lehine kullanıldığını ve bazı insanlar tarafından kişisel niyet, amaç veya iş için yararlanıldığını düşünmektedir. Bazı katılımcılar, bazı aktivistlerin sosyal medyada yaptıklarını sorumsuz kullanım olarak görmekte, çünkü Suriyelilere ne yapıldığını okuyan veya görenlerin genel duygularını dikkate almamaktadır.

Diğer katılımcılara göre, katliamın fotoğraflarını ve videolarını yayınlamak ve insanların öldürüldüklerini göstermek ailelere şiddetli acı vermekte ve onlara kayıp, yıkım ve acılarını hatırlatmak; bu insanları bir gerilim altında tutarak Alıntı 80'deki katılımcının açıklığı kavuşturduğu gibi psikolojik durumlarını kötü bir şekilde etkilemektedir.

“Bu olumsuz kötü bir duygu. Çocuklarımızı ve ebeveynlerimizi binaların molozlarının altında gördüğümüzde ölümcül bir duygu.” (Alıntı 80, Amman Katılımcı 12, kadın, 34, Liseden az mezun/ çalışmıyor)

Katılımcılardan bazıları, bir takım fotoğraf ve videoların, Suriyeli mültecileri barındıran ülkenin gelenek ve göreneklerine aykırı davranışlar içerdiğini ve her ülkenin gelenek ve göreneklerindeki farklılıklara saygı duymama davranışları gösterdiğini

düşünmektedir. Alıntı 81'de belirtildiği gibi bir katılımcı, aktivistlerin bazı insanların hikayelerine odaklanan video ve resimler gönderirken aslında ne yaptığını ve tüm çocukların, kadınların ve yaşlıların acılarını aktarmadığını görmüştür.

“Olumsuz çünkü bazı aktivistler devrimi yanlış tanıtıyorlar, medya yutturmacalarını hak etmeyen konular var, aynı zamanda daha fazla ele alınması gereken konular var.” (Alıntı 81, İstanbul Katılımcı 6, bayan, 27, Lise mezunu/ çalışmıyor)

Diğerleri, eylemcilerin Suriye muhalefetine hatalarını açığa çıkardığını düşünmektedir ve birçok insanın, Suriye'nin savaşına duyduğu sempatiyi, muhalefetin yaptıkları eylemleri gördüklerinde, özellikle de bunlara karşı olumsuz bir tartışma oluşturan bazı katılımcılar olarak gördüklerinde kaybettiren rejimden farklı değildir.

Katılımcılardan bazıları aktivistlerin yaptığı şeyin doğru olmadığını düşünmektedir. Çünkü muhaliflerin bazı hatalarının gün yüzüne çıkmasına imkan vermiştir. Bu da direnişe ve Suriye savaşına dönük ilginin azalmasına yol açmıştır. Ayrıca muhaliflerin arasında bir ittifak olmadığının aktivistler tarafından gösterilmesi, diğer ülkelerin muhaliflere olan desteğinin azalmasına neden olmuştur. Alıntı 82'de ifade edildiği gibi muhaliflerin uyumsuz hareket etmesi onları rejimden farksız bir hale getirmiştir.

"Fotoğrafçılığa ve sosyal medyaya gönderme konusundaki abartılı ilgi, devrimi azaltan ve destekçilerinin samimiyetini kaybeden belalardan biri. Buna ek olarak, medya amatör bir çalışma değildir ve "Devrimci Medya"nın çoğu medyada en ufak bir ilkeye sahip değildir, bu nedenle medya üretimi olumlu içerikten daha olumsuzdur. "Devrimciler" tarafından sosyal medyada yayınlananların sansür veya düzenleme yapılmaması, devrimi deforme eden videoların, fotoğrafların ve haberlerin yayılmasına yol açtı ve diğer birçok konu devrime karşı olumsuz bir şekilde sömürüldü". (Alıntı 82, Amman Katılımcı 15, erkek, 32, Yüksek lisans öğrencisi)

Katılımcıların bazıları, bazı sosyal medya aktivistlerinin mezhep sorunları gündeme getirdiğini ve rejim de dahil olmak üzere belirli bir gündemde bulunma ve intikam alma duygusu yaratma ve Suriyelilere karşı nefreti teşvik etme konusunda politikleştiğine inanmaktadır.

Alıntı 83'teki tartışma, bazı katılımcıların sosyal medyanın insanları harekete geçirdiğini ve kategorilere ayırdığını ve bazı aktivistler tarafından yanlış bilgilerin yayılması yoluyla insanların görüşlerini olumsuz yönde etkilediğini düşündüklerini ortaya koymuştur ve bu da doğru haberi paylaşayan ve yayınlayan iyi aktivistleri olumsuz etkilemiştir çünkü onları haber atlama arayan yalancılarla karıştırmıştır.

"Çoğu durumda sadece daha sonra takip edilmeyen bazı hikayelerin bir haber atlaması ve kısa bir süre için takip edilen birkaç makalede bile. Hikayelerin çoğu bazı sosyal medya sayfalarını tanıtmayı ve sayfanın takipçilerini artırmayı amaçlıyor" (Alıntı 83, Amman Katılımcı 5, bayan, 45, Lise mezunu/ çalışıyor).

Katılımcılardan bazıları ayrıca, aktivistlerin yaptıklarının etki oluşturma ihtimalinin sınırlı olduğunu düşünmektedir. Daha büyük bir etki elde etmek için, sosyal medyadaki haberleri Batılı insanlar tarafından takip edilmeli ve Alıntı 84'teki katılımcının işaret ettiği gibi dünyanın anlamasını sağlamak için küresel dilde yazılmalıdır.

"Bir etki yaratma olasılığı sınırlıdır, bu yüzden benim cevabım onların etkisinin orta olduğu idi. Daha büyük bir etki elde etmek için sosyal medyadaki haberleri Batılı insanlar tarafından takip edilmelidir." (Alıntı 84, Amman Katılımcı 14, erkek, 27, Kolej mezunu/ çalışıyor)

5.3.7. Sosyal Medya Aracılığıyla Hikayeleri Yayılmış Suriyelilere Dönük Olumlu ve Olumsuz Etkiler

Hem Amman hem de İstanbul'daki odak gruplarındaki katılımcıların, Suriyeli

mültecilerin hikayelerinin sosyal medyada paylaşılmasının etkilerinin olumlu ve olumsuz olduğu yönünde farklı kanaatleri bulunmaktadır. Etki düzeyleri itibariyle ise olumlu etkileri bulanlar veya olumlu etkiler bulmayanlar bulunmaktadır.

Bununla birlikte, sosyal medyanın Suriye halkının çektiği acıyı diğer ülkelere ve insan hakları örgütlerine yansıtarak gizlenenleri ortaya çıkarabileceği konusunda fikir birliği vardı. Bu kanal Suriyeli mültecilere bağış yapılması açısından farklı vesilelere de yol açmıştır.

Sosyal medyada mültecilerin bireysel olarak çektiği acıların paylaşılması Suriyeli mülteciler konusunun daha fazla dikkat çekmesini sağlamıştır. Alıntı 85'te ifade edilen görüş de bunu destekler mahiyette çekilen toplu ıstıraba odaklanmak yerine bireysel acıları dikkate almaya dönüktür:

"Sosyal medya aracılığıyla sunulan herhangi bir mültecinin öyküsü çözülebilir veya çözümlenebilir. Ayrıca, sosyal medya da insanların başına gelenlerin okunmasını ve izlenmesini sağlayarak acı çeken Suriyelilerin dayanışmasına katkıda bulundu." (Alıntı 85, İstanbul Katılımcı 13, erkek, 23, Lisans mezunu/ çalışıyor: tercüman)

Sosyal medya, hikayeleri medyada yer alan Suriyeli halkın çektiği acılara ışık tuttuğunda etkili olmuştur ve seslerini Batı ülkelerine duyurmuş ve tüm dünyada Suriye insani krizinin bilinmesini sağlamıştır. Alıntı 86'da gösterildiği gibi ıstırap çekenlerin acılarının bilinmesiyle uluslararası kamuoyunun dikkatinin çekilmesi başarıldı.

"Bu, dünyadaki insanların %80'inin bizi bilmediği gizli fotoğrafları aktardı. Şimdi, sosyal medya sayesinde herkes Suriye halkının çektiği acıyı biliyor... Ayrıca yardıma ihtiyaç duyan ve kendileri ile başarılı bir şekilde ilgilenilen insanlara ulaşılmasını da sağladı." (Alıntı 86, Amman Katılımcı 8, erkek, 31, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Sosyal medyanın bu bağlamda oluşturduğu etki, ilgili insanlar için olumluydu. Çünkü mültecilerin yaşadığı sorunların dünyaya duyurulmasını ve destek/yardım ve yeniden yerleştirme sağlayan örgütlere ulaşmasını sağlayarak mültecilerin psikolojik desteğine de

katkıda bulunmuştur. Sosyal medyanın Suriye hikayelerinin aktarılmasındaki hızı nedeniyle, Alıntı 87’de de belirtildiği gibi, Arap ve uluslararası örgütlerin, sivil toplumun, mülteci işleriyle ilgili kuruluşların ve destekçilerin ilgilerinin çekilmesine yardımcı olmuştur.

“Hikayeleri sosyal medyada yayılan birçok insan, daha fazla yardım alabilme imkanına kavuştu veya başka ülkelere daha iyi aktarma imkânına kavuştular” (Alıntı 87, Amman Katılımcı 4, bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

Öte yandan, odak gruplarındaki tartışmalar, sosyal medyanın birçok kişinin çektiği acıyı iletmeyen, ancak belli bir durumda ya da başka bir durumda olan kişilerin durumunun kısmi bir resmini yansıtan bireysel vakalara ışık tuttuğunu ortaya koydu. Ayrıca, bu kapsamın, Alıntı 88’de açıklandığı gibi, Suriyeli mülteci topluluklarında herhangi bir gerçek değişikliğe yol açmadığından endişe etmişlerdir.

“Büyük konu açıklanmadı ve göz ardı edildi”
(Alıntı 88, Amman Katılımcı 13, bayan, 25, Kolej mezunu/ çalışıyor)

Katılımcılar ayrıca, sosyal medyada belirli Suriyelilerin hikayelerinin yer almasının, belli kişilerin şöhretinin artmasına katkıda bulunduğunu ve diğer insanların unutulmasına yol açtığını düşünmektedir. Bu doğrultuda kapsama alanını belirli konulara odaklamak, Alıntı 89’da da ifade edildiği gibi ilginin bazılarını yoğunlaşmasını sağlamıştır.

“Hak etmeyen insanları aydınlatmaya ve onlara odaklanmaya katkıda bulundu.” (Alıntı 89, Amman Katılımcı 7, bayan, 32, Lisans mezunu/ çalışıyor)

Bu tür trajik öyküler yayınlamak, ne bu hikayelerin içinde olan insanlara ne de diğer Suriyelilere bir yarar sağlamış değildir. Çünkü sosyal medyada insanların üzücü öyküleri yayımlandığında, genel olarak Suriye halkının ruhu bundan olumsuz etkilendi ve onlara kaybettiklerini hatırlatarak acı duymalarına neden olmuştur.

Trajik hikayelerin devam ettirilmesi ve tekrarlanmasındaki amacın uluslararası kamuoyunun konuya ilgisini canlı tutmak olduğu ileri sürülebilir. Ancak katılımcıların çoğu bu trajik hikayelerin tekrarlanan paylaşımlarına sempati duymadıklarını ve bu

durumdan sıkıldıklarını ifade etmektedir. Alıntı 89'daki açıklama bu duruma örneklik teşkil etmektedir.

“Sosyal medyayı kullanma konusunda farkındalığı olmayan bazı bireyler, özellikle zayıf kadınlara, özellikle de uluslararası kuruluşlara daha fazla yardım ve fon getirmek amacıyla ihtiyaç duyan diğerlerinden istifade etti.” (Alıntı 89, Amman Katılımcı 10, bayan, 48), Doktora / çalışıyor)

Tablo 35'teki sonuçlar Ürdün örnekleminin %19,1'i ve Türkiye örnekleminin %31,4'ü günde dört saatten fazla sosyal medya kullandıklarını göstermektedir. Ürdün örnekleminin %27,4'ü ve Türkiye örnekleminin %36'sı sosyal medyayı günde 2-4 saat kullandıklarını belirtmiştir. Sosyal medyayı günde iki saatten az kullananlar Ürdün örnekleminin %53,5'i ve Türkiye örnekleminin %32,7'si. Genelde çıkan sonuçlar, sosyal medya bağımlılığı olduğunu ve bazı mülteciler için bu bağımlılığın önemli sosyal destek modellerinin etkisini azalttığını ve depresyondan sonra sosyal geri çekilmeye yol açtığını göstermektedir.

Katılımcılar, bazı insanların sosyal medyada ünlü olmak için bir hesap oluşturabileceğini, meseleyi bir meta olarak sömürebileceğini ve ahlaki bir kaygı duymadan para kazanmak için bunu ticarileştirebileceğini düşünmektedir. Sosyal medya, mültecilerle ilgili haberleri kimi zaman doğru bir şekilde iletememiş, bu da yanlış haberlerin doğrulanmadan dolaşıma sokulmasına sebep olmuş ve sonuç olarak Alıntı 90'da belirtildiği gibi mültecilerin imajının bozulmasına yol açmıştır.

“Sosyal medya, abartı ya da yanlış hikayeler nedeniyle güvenilirliğini ve gerçekliğini de kaybetti.” (Alıntı 90, Amman Katılımcı 12, bayan, 34, Liseden az mezun/ çalışmıyor)

Katılımcıların, sosyal medya aracılığıyla hikayeleri yayılmış Suriyelilere dönük hangi seviyede etkisi olumsuz olduğunu düşündükleri ve görüşleri üç seviyeye ayrılmıştır:

- 1- **Birinci seviye**, bunun olumsuz etkisinin diğer ülkelere giden Suriyeli **mülteciler** üzerindeki etkisi
- 2- **İkinci seviye**, Suriye olayları ile ilgili haber ve hikayeleri sosyal medya aracılığıyla yayınlayan ve paylaşan kişiler üzerindeki etkisi.
- 3- **Üçüncü seviye**, bunun olumsuz etkisinin Suriye içinde kalan Suriyeliler

üzerindeki etkisi.

İlk seviyede belirtilen zararın en büyük olduğunu düşünen ilk katılımcı grubu, görüşlerini bir dizi nokta ile desteklemiştir:

- Bu, mültecilerin sömürüsüne kötü katkıda bulunmaktadır ve mültecilerin yoksul ve yardıma muhtaç oldukları konusunda tek bir imaj taşımaktadır.

- Hikayeleri sosyal medya aracılığıyla yayınlanan bazı kişileri karalamaya katkıda bulunmaktadır.

- Psikolojilerini olumsuz etkilemiştir çünkü herkesin akrabalarından biriyle şehit veya sokakta vücut parçalarıyla ilgili olarak sosyal medyada bir paylaşım paylaştığını görmek kolay değildir.

- Sosyal medyada her öyküyü yayınlamak veya paylaşmak aileleri iletişim bahanesiyle parçalara ayırmaktadır, çünkü muhafazakar bir toplum olduktan sonra Suriye toplumunda daha fazla açıklığa yol açmıştır.

- Sığınma ülkelerindeki bazı Suriyeli mülteci olumsuzluklarına odaklanmaya kötü katkıda bulunmuştur.

- Bazı insanlar, bu onlara bir yarar getirse bile dünyanın hikayelerini ve hayatlarının ayrıntılarını bilmesini istemeyebilir. Saygınlıklarının sosyal medya kullanıcıları tarafından çukurlaştırılmasını istemeyen insanlar bulunmaktadır.

- Bazıları Suriyelilerin ve Suriye insani krizinin anlaşılmasında çarpıklıklara yol açan yanlış haberler ve bilgiler yayınlatabilir.

- Birçok hikaye yayınlanmıştır, ancak bu yayınlama veya paylaşma onlara çok fazla yardımcı olmamıştır. Onlara hiç fayda sağlamayan boş anlamsız duygular sağlamaktadır.

- Sosyal medyada gerçekten ihtiyaç sahibi olan herkesin hikayesi anlatılmamıştır. Bu nedenle STK'ların bu mültecilere ulaşması zorlaşmıştır. Tam aksine sosyal medyada fazla yer bulan hikayelerdeki insanlar ise ihtiyaçlarının ötesinde yardım almışlar.

- Arap ülkelerindeki sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan ve paylaşılan bazı mültecilerin skandalları vardı, bu da genel olarak Suriyeli mültecilerin itibarını olumsuz etkilemiştir.

Sosyal medyada mülteci hikayeleri yayınlamanın mültecilere zarar verdiğini hisseden bu seviyede grubun görüşlerine baktığımızda, psikolojik ya da sosyal zarar etrafında dönmektedir.

Psikolojik zarar açısından, imajlarının her zaman yardıma ihtiyaç duydukları gibi yansıtıldığını ve birçok bağlamda diğerlerinin sosyal medyada mültecilere sempati gösterdiğini görüyorlar, ancak bu sempati onlara herhangi bir yararlı eylemde

bulunmamaktadır.

Sosyal zarar açısından, görüşler, ev sahibi toplulukların halklarıyla durumlarını ve varlıklarını etkileyen imajlarının bozulmasına odaklanmıştır. Ayrıca, devrim öncesi Suriye toplumunun muhafazakar olduğu ve sosyal medya kullanımının dış dünyaya açıklığı artırdığı aile bağlarını da etkiledi. Sosyal medya, mültecilerin aileleri arasındaki sosyal bağları da uzun süre kullanarak azaltmaktadır.

İkinci seviye, Suriye Çatışma olayları ile ilgili haber ve hikayeleri sosyal medya aracılığıyla yayınlayan ve paylaşan kişiler üzerindeki etkisi.

Bu grupta belirtilen noktalar, ister medya mensubu ister amatör olsun, bu hikayelerin yayınlanmasını ve paylaşımını yapan kişilere atıfta bulunmaktadır. Bu grubun diğer iki gruba göre daha fazla olumsuz etkilenmesinin nedenleri ise aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır:

- Bu paylaşımları yapan çoğu insanın asıl amacı insanlara yardım etmek değil kendi ün ve şöhretlerini artırmaktır.

- Bu sosyal medya yayınlarında belirli kontrollerin olmaması yanlış veya doğru haberleri ayırt etmeyi zorlaştırmaktadır. Sonuç olarak, insanlar sahte veya yalan olabileceğinden insanların muhtaçlara bağış yaparken mütereddit olmasına yol açmaktadır.

- Bu insanların büyük bir kısmı mültecilerin çektiği acıları görselleştirmek ve iletmek için gelmiştir. Bu görselleştirme gerçekleştiğinde, yardım gelirken bazıları mağdur dağıtılmıştır ve geri kalanı çalındı. Diğer taraftan bu yardımlar görsel şovlara dönüştürülüp, bu insanların durumları sömürüldükten sonra filme alan insanlara gitmektedir. Ancak bu yardımların dağıtılması ve fotoğraflanması iki boyutlu bir olumsuzluğa dönüşmüştür.

Bunlardan ilki yardımların bir kısmının dağıtılıp kalan kısımlarının çalınması, diğeri ise yardım çalışmalarının görsel şovlara dönüştürülmesidir. Alıntı 91'de açıklandığı gibi kullanıcılar tarafından istismar edilmiştir.

“Yardım ve destek geliyor, ancak bazıları mültecilere dağıtılıyor, geri kalanı satılıyor veya geri çekiliyor, onlarla fotoğraf çekiyor, görsel şovlar yapıyorlar, mültecileri istismar ediyorlar ve onlara acı veriyorlar!” (Alıntı 91, İstanbul Katılımcı 15, erkek, 19, Lisans öğrencisi)

Yukarıda belirtilen grup, sosyal medya kullanıcılarının ün kazanmaya çalıştığını ve Alıntı 92'deki katılımcının açıkladığı gibi yalnızca mültecilere yardım etmeyi veya maddi yardım almayı amaçlamak yerine şöhret kazanmaya çalıştıklarını görmüştür.

"Bu süreç bir meslek haline geldi. Bir grup insan ihtiyacı olan insanların fotoğraflarını çekmek için geliyor, insanların acılarını daha fazla yardım almak için kullanıyorlar. (Alıntı 92, İstanbul Katılımcı 6, erkek, 27, Lise mezunu/ çalışmıyor)

Olumsuz etkinin Suriye ve hala Suriye’de yaşayanlar için daha yüksek etki ve risk barındırdığını belirten **Üçüncü Grup**, bunu sosyal medyada yayınlananların çatışmaya yol açması gerçeğine bağlamış ve bu mecrada yer alan herkesin tutuklanma ve öldürülme tehlikesi altında yaşadığını belirtmiştir. Alıntı 93’ün bu sonucu doğurabilecek bir etkiden bahsetmektedir:

"Bu yayın, siyasi rejimin kendilerini gizleyen ve yerlerini veya yerlerini bilmesini istemeyen bazı insanlara ulaşmasına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, onlara zarar veren onlara kolay erişim sağlar. (Alıntı 93, Amman Katılımcı 5, erkek, 45, Lise mezunu / çalışıyor)

Fotoğraf, video ve hikayelerin sosyal medyada yayınlanması rejimi bu insanların tutuklanması hususunda teşvik etmektedir. Bu paylaşımlar nedeniyle bu insanlar siber suçlar bahanesiyle yargılanma riskini taşımaktadır.

5.3.8. Sosyal Medyada Suriye Çatışma olaylarının En Çok Tekrarlanan Konuları

Medyanın ele aldığı ana konular ve öyküler ile genel olarak yurtdışındaki Suriye savaşı veya Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medyaya odaklanıldığında, Amman ve İstanbul'daki odak gruplarındaki katılımcıların bakış açıları iki grup altında toplanmıştır:

Birinci grup, sosyal medya aracılığıyla gösterilen hikayelerin Suriye dışındaki mültecilerin-olayların hikayeleri olmadığını, ikinci grup ise sosyal medyanın Suriye dışından gelen hikayelere daha fazla odaklandığını ve onlara daha fazla yer verdiğini düşünmektedir.

İlk grubun bahsettiği hikayeler; devrimin hikayeleri, savaşlar, bombardıman, yıkım, terörizm, Şam kırsalındaki kimyasal katliamlar ve Han-Sheikhoun kenti, Rakka'daki Uluslararası Koalisyonun bombalanması, kırsal Halep ve Deir Ezzor, Idlib katliamları ve Rakka'da IŞİD'in varlığı gibi konulara ilişkindir. Aynı grup ayrıca sosyal medyanın, Suriyeli tutukluların öyküleri, Suriye içinde yer değiştirme, sivillere yönelik

bombardımanları ayırt etmeme, ev yıkımları, ev hırsızlığı, demografik değişim, ülkeden ayrılanların mülklerine el koyma yasası gibi birbirinden farklı ama tümü Suriye'nin içinde olan olaylara odaklandığını düşünmektedir. Bu doğrultuda, sosyal medyada ele alındığı düşünülen diğer konulardan bazıları şöyledir: Suriye'de siyasi güç transferi, serbest silahlar diyarı, serbest demokratik seçimler, masum insanların öldürülmesi, imha, kuşatma, işsizlik, yaşam ve sağlık koşulları, soykırım, kötü yaşam koşulları, güvensizlik, silahların acımasız kullanımı, işkence, aşırılıkçılık, insan haklarının sömürülmesi, ihlaller ve rejimin adaletsizliği, ordu kontrol noktaları ve rejim yanlısı tüccarlar, uluslararası olarak yasaklanmış silahların kullanımı, eğitim, sağlık sorunları, şiddet ve baskı, şehitler, zulüm ve kaçırma. “Halep Yanıyor” – “Daraa yok edildi” gibi kampanyalar.

Suriye içinden gelen hikayeleri anlattıktan sonra etkisine değinen bazı katılımcılara göre sosyal medya, Suriye'deki insani yardımlara katkıda bulunmuştur. Bu, fiziksel engelli veya psikolojik sorunları olan insanlara olumlu bir şekilde yansımıştır. Sonuç olarak Suriye'nin içinden gelen hikayelere ışık tutulması, Suriyelilere maddi ve manevi yardımlar olarak dönmüştür.

Katılımcıların sosyal medyada sunulan şeylere ilişkin bakış açıları, Alıntı 94'daki katılımcının belirttiği gibi Suriye'de meydana gelen yıkım ve bombardıman etrafında temerküz ediyordu.

“Sunulan tek şey, Suriye'de meydana gelen yıkım ve bombalama ile ilgili. Gerçekten sert sahneler! Böyle klipler izlerken çok ağlıyordum ve psikolojim olumsuz etkileniyordu.” (Alıntı 94, İstanbul Katılımcı 11, bayan, 43, Lise mezunu/ çalışmıyor)

İkinci grup, sosyal medyanın Suriye dışındaki hikayelere daha fazla odaklandığını düşünmektedir. Bu görüşe göre, örneğin sosyal medyada sıklıkla mültecilere ev sahipliği yapan ülkelerde bulunan kamplardaki mülteciler, deniz yoluyla Avrupa'ya sığınma çabaları, mültecilerin sorunları ve uluslararası toplumun başarısızlığı, kamplarda yaşam, Rukban kampının krizi, sığınma ülkelerindeki Suriyeli mültecilere ne olduğu gibi konular sosyal medyada geniş yer bulmaktadır.

Bu gruptakiler ayrıca, sosyal medyanın mültecilere verilen bağışlar ve maddi yardımlar, gençliğin ve göçün geleceği, denizdeki insanları kurtarmak, Lübnan'daki mülteci sorunları, deniz yoluyla yasadışı ve düzensiz göç riski, kötü yaşam koşulları gibi konulara odaklandığını düşünmektedir.

Bu grubun görüşüne göre sosyal medyanın odaklandığı diğer konu başlıkları şu

şekilde sıralanabilir: mülteciler için nefret söylemi, bazı toplumların çok sayıda mülteciyi kabul etmemesi, mültecilerin karşılaştığı zorluklar ve tehlikeler, mültecilerin yoğunlaşması ve iltica sorunları, boğulma gibi trajik hikayeler, Avrupa'ya göç, ailenin yeniden birleşmesi, olumsuz etkilere odaklanma ev sahibi ülkelerdeki mülteciler, komşu ülkelerdeki iş fırsatlarının eksikliği, krizin çözümsüzlük süresi, mültecilerin ekonomik ve sosyal durumları.

Bir katılımcı, sosyal medyanın bir açığa odaklandığını düşünmekte ve Alıntı 95'teki katılımcının söylediği gibi bu aç her şeyi kapsamamaktadır.

“Medya bir fırsattır! Şanslı olanların hikayelerini, dünya medyada duyuyor, ama hepsi şanslı değil!”
(Alıntı 95, İstanbul Katılımcı 5, bayan, 33, Lise mezunu / çalışmıyor)

Yukarıda da belirttiğimiz gibi, hem İstanbul'daki hem de Amman'daki odak grup tartışmalarındaki katılımcıların görüşleri neredeyse aynıydı. Temel olarak Suriye içinde veya dışındaki olumsuz hikayelerin daha çok olduğu kanaatindedirler. Katılımcılardan biri ise bu konuda diğerlerinden farklı düşünmekte, olumlu hikayelerin daha fazla olduğunu ifade etmektedir. Alıntı 96'da görüşlerini ifade eden bu katılımcı, insani yardım girişimlerinin de yaygın olduğunu bu kapsamda örnek olarak insani güdülere sahip Dubbara isimli genç bir grubun olduğunu belirtmektedir. Bu grubun Suriye'nin dışında temsilcileri olan başarılı bir grup olduğunu ileri sürmektedir.

“İnsani yardım girişimlerini ve yardımlarını yapanlar üzerinde bir odak oluştu, örneğin Dubbara, gerçek insani yardım güdülerine sahip bir grup genç, Suriye dışında kendi ülkelerinde ve her ülkede bir temsilcisi var. Alıntı 96, Amman Katılımcı 9, erkek, 39, Lisans mezunu/ çalışıyor)

5.3.9. Suriye İç Savaşında Sosyal Medya ve Savunmasız Gruplar

Tablo 64'teki sonuçlara göre katılımcılar, krizdeki en savunmasız grupların kadınlar ve çocuklar olduğunu düşünmekte, bu en savunmasız grupların sorunlarına odaklanmada

sosyal medya araçlarının etkilerini olumlu değerlendirmektedirler. Bu konuda Ürdün'deki katılımcıların görüşlerinin Türkiye'dekilerden farklı olduğu görülmektedir. Ürdün örnekleminin %46,5'i ve Türkiye'deki örneklemin %16,2'si olumlu etkinin çok büyük olduğunu düşünmektedir. Ürdün'deki örneklemin %32,7'si ve Türkiye'deki örneklemin %28,1'i ise olumlu etkisinin büyük olduğunu belirtmiştir. Ürdün'deki örneklemin %11,6'sı ve Türkiye'deki katılımcıların %34,3'ü olumlu etkinin orta düzeyde, Ürdün örnekleminin %6,9'u ve Türkiye örnekleminin %13,9'u ise olumlu etkinin düşük olduğunu düşünmektedir. Son olarak Ürdün örnekleminin %2,3'ü ve Türkiye örnekleminin %7,6'sı sosyal medya araçlarının etkisiz olduğu kanaatindedir.

Türkiye ile Ürdün'deki katılımcılar arasında sosyal medyanın rolünü nasıl gördükleri konusunda gözle görülür farklılıklar bulunmaktadır. Ürdün'den alınan örneklemin beşte dördü (%79.2), sosyal medyanın olumlu rolünün çok büyük veya büyük olduğunu düşünürken, Türkiye'deki örneklemin yalnızca %44.3'ü bu doğrultuda fikir belirtmiştir.

Odak grubundaki katılımcıların cevaplarına göre, Suriye'nin içinden veya dışından kadın ve çocuklarla ilgili sosyal medyaya yansıyan, geleneksel medyada ele alınan konular temelde şunlardan oluşmaktadır: Kuşatma altındaki kadınların çektiği acılar, Suriye hapishanelerinde yaşanan tecavüz ve gözetimler, taciz vakaları, geçim karşılığında cinsel istismar, genç yaşta evlendirilen kızlar, fiziksel şiddet sorunları, Avrupa'da yayılmış namus cinayetleri hikayeleri, As-Suwayda'da kaçırılan kadınların hikayeleri, Suriye'de kişisel statü yasasının birkaç yıl önce değiştirilmesi, cinsiyete dayalı şiddet, kaçakçılık mafyası yoluyla fiziksel olarak kadınların istismarı, bazı kamplarda kötü muamele vakaları, yüksek boşanma oranları, kadınlar arasında yüksek okuma yazma bilmeme oranı, kadınların eşlerinin ölümü, Suriyeli kadınların Arap milletlerinin eşleriyle ticaret için evlenmesi, tutuklanan kadınların sosyal duruşları, dullar, kadınların cezaevlerinde zorbalık ve işkence görmeleri ve militanların tacizleri.

Alıntı 97 ve Alıntı 98'de gösterildiği gibi, sosyal medya, Suriyeli kadınların damgalanmasına yol açtı; Suriyeli kadınların konu edindiği cinsel konular onların zorluklarla mücadele etme hikayelerini gölgede bıraktı.

"Sosyal medyada yayınlanan bazı haberler sayesinde, Suriyeli kadınlar kapalı bir toplumdan açık bir topluma dönüşen fahişeler olarak tasvir edildi." Alıntı 97, İstanbul Katılımcı 6, erkek, 27, Lise

mezunu / çalışmıyor)

“Sosyal medya, sevdiklerini kaybeden veya yardıma ihtiyacı olan çocukları ve geçim sıkıntısı çeken kadınların acılarını öne çıkardı.” (Alıntı 98 , Amman Katılımcı 4, bayan, 29, Lisans mezunu/ çalışmıyor)

Suriyeli kadınların sosyal medya aracılığıyla temsil edilmesi, muhafazakar Suriye toplumunun kadınlarına neler yapıldığının, tecavüzlere maruz kaldıklarının duyulmasını sağladı böylece aynı toplumsal karakteristiğe sahip, aynı “davanın” mensubu diğer ailelerin tepkisi çekilebilmiştir.

Katılımcılar, sosyal medyada öykülerine odaklanılmış beş Suriyeli çocuktan bahsettiler. Bu çocuklar ve hikayeleri şöyledir: Çocuk Hamza El-hatib ve işkence öyküsü, ailesi deniz yoluyla giderken teknenin batmasıyla Avrupa'nın kıyılarında ölen çocuk Aylan Kurdi, enkazdan çıkan Halepli çocuk İmran, iç savaştan önce bloğunda bazı materyaller yayınladığı için tutuklanan Tal El-Mallohi ve protez eksikliği nedeniyle metal kutular üzerinde yürüyen ve daha sonra Türk Kızılayı tarafından tedavi edilen kız. (Katılımcılar kızın adını bilmiyorlardı ancak bahse konu kızın adı Maya'dır).

Görsel 19: Aylan Kurdi



Avrupa'nın Kıyılarında Ölen Çocuk

Görsel 20: İmran



Enkazdan Çıkan Halepli Çocuk

Iylan ve İmran gibi çocukların isimlerinin hatırlanmaması sosyal medyada daha az tekrar eden fotoğrafların daha zor hafızalara kazınmasına, sık paylaşılan fotoğraflardaki isimlerin ise akıllarda daha kalıcı olmasını sağladığını göstermektedir. Katılımcılar ayrıca basına yansımamış iki çocuğun hikayesinden daha bahsettiler. Bunlardan biri arasında sıkışıp kaldığı molozlardan ona yardım etmek isteyen bir adama onun kendisine yaklaşmasına izin

vermemek için “Amca peçem yok!” diye bağırın bir kız çocuğuydu. Bir diğeri ise “Allah'a her şeyi anlatacağım!” diyen bir çocuktur.

Bazı katılımcılar sosyal medyada çocukların fotoğraflarının şöhret için kullanıldığını düşünmektedir. Alıntı 99'daki katılımcı çocuk ve insan ticareti hikayelerinin, organ satışlarının ve İmran ve Iylan gibi çocukların şöhret için resimlerinin kullanılmasının olumsuz etkisine vurgu yapmaktadır.

“ Beni en çok üzen şey, çocuk ve insan ticareti hikayeleri, organlarının satışı ve İmran ve Iylan gibi çocukların şöhret için resimlerinin kullanılması” (Alıntı 99 , Amman Katılımcı 12, bayan, 34, Liseden az mazunu/ çalışmıyor)

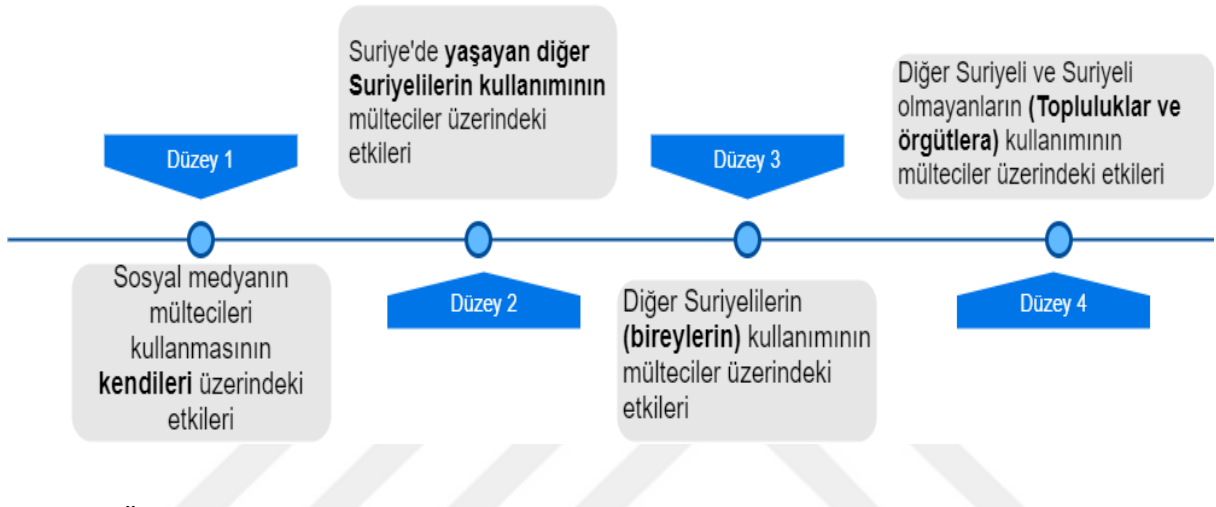
TARTIŞMA

Araştırma bulguları, medya kuramları bağlamında derinlemesine sunulacak aynı

zamanda araştırma kapsamında ortaya konan şekil ve tablolar aracılığıyla çalışmanın hipotezi ve sonuçları yorumlanacaktır. Analiz, anket sonuçları ve odak grup görüşmelerinden elde edilen ifadeler ile gerçekleştirilecektir.

Bir önceki bölümde de yer aldığı üzere, sosyal medya kullanımının mülteciler üzerindeki etkilerinin temel olarak dört düzey halinde temsil edildiği görülmektedir.

Şekil 5: Sosyal Medyanın Mülteciler Üzerindeki Etkilerinin Düzeyleri

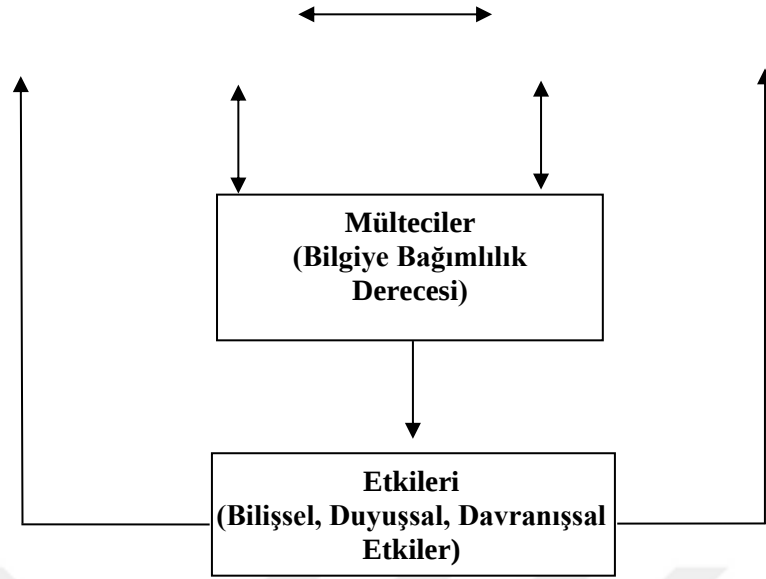


Önceki bölümde yer alan bulgularda görüldüğü gibi, mültecilerin bilgiye erişmek veya hizmetlerden yararlanmak için online platformlara veya bu platformlarda yer alan gruplara katılmaya başvurduğu anlaşılmaktadır. Mültecilerin sosyal medyaya bağımlılığı, kişisel hedeflerdeki, sosyal statüdeki ve içeriğe kolay erişimdeki farklılıklardan kaynaklı olarak kişiden kişiye değişmektedir. Söz konusu bağımlılığın farklı etkileri bulunmaktadır.

Medya bağımlılığı kuramı, medyanın daha belirgin ve yoğun bir şekilde bilgi aktarmasıyla birlikte daha fazla bilişsel, duygusal ve davranışsal etki sağladığı görüşüne dayanmaktadır. Bu görüşe göre, bireyler ne kadar yararlı bilgi almayı beklerse, medyaya olan güvenleri de o kadar fazla olmaktadır. Melvin L. De Fleur ve Sandra J. Ball-Rokeach (1976), bağımlılığın medya üzerindeki etkilerini üç ana kategoride sınıflandırmışlardır. Bunlar, bilişsel etkiler, duygusal etkiler ve davranışsal etkilerdir. Aşağıda yer alan ve Rokeach ve Fleur'un medya bağımlılığı kuramındaki öngörü biçimlerini içeren çalışmalarından yararlanılarak oluşturulan şekil, medya bağımlılığı kuramının belirli sosyal medya etkilerini nasıl öngördüğünü göstermektedir.

Şekil 6: Ball-Rokeach & DeFleur'un (1976) MSD Stimülasyon Modu





Ball-Rokeach & DeFleur'un yaklaşımlarına ve yukarıdaki şekle dayanarak, sosyal medya etkilerinin üç tipte olduğunu söylemek mümkündür. Bu etkiler aşağıdaki gibi açıklanabilir.

1- **Bilişsel Etkiler:** Gizemleri açığa çıkarmak, olayları doğru anlamak, bilgi veya açıklamalar almak, mültecilere ev sahipliği yapmak gibi toplumda tartışmalı konulara doğru bir eğilim oluşturmak, önceliklendirme, öne çıkan sorunları bilmek ve toplumdaki birçok konu arasında problemleri zorlamak bilişsel etkiler olarak sıralanabilir.

2- **Duyuşsal Etkiler:** Duyguları ifade etme, korku, endişe, ahlaki destek, yabancılaşma ve duygusal duyarsızlaştırma duyuşsal etkileri yansıtan örneklerdir. Yine örnek olarak, medyada şiddete sık maruz kalmak ve şiddet içeren olaylar gerçek olduğunda başkalarına yardım etmek donukluk veya ilgisizlik hissine ve isteksizliğe yol açmaktadır. Şiddetin tekrarı, terör, afetler ve suikastler bireyler arasında korku uyandırmaktadır.

Klapp (1972), kitle iletişim araçlarının merkezi iletişim rolü oynadığı toplumlarda, medya bilgisinin doğasının insanların morali ve yabancılaşma düzeyi üzerinde önemli etkileri olduğunu ileri sürmüştür. Birey, iletişim sürecinde psikolojik, ahlaki, eğitici, eğlendiren ve sosyal memnuniyet sağlayan işlevleri yerine getirmeyi, yeni beceriler kazanmayı ve faydalı bilgiler edinmeyi amaçlamaktadır (De Fleur ve Rokeach, 1976).

3- **Davranışsal Etkiler:** De Fleur ve Rokeach'e göre, davranışsal etkilere iki temel davranış dahil edilmektedir. Bunlar, hareketlilik ve hareketsizliktir. Hareketlilik, sıralı olmakla birlikte hareketsizlik olaylara katılmaktan kaçınmaktır.

Davranışsal etkiler, bireyin davranışlarına etki eden farklı iletişim kaynaklarından

gelen bilgileri, özetle etkileyici faktörleri içermektedir. Sosyal medyaya maruz kalma, bireylerin mevcut eğilimlerini destekleyen bilgileri seçmelerini sağlayan seçici maruz kalma, davranışsal etkileri kapsamaktadır. Bir birey bir sorun için bilgiye ihtiyaç duyduğunda, sorun hakkında dış bilgi kaynaklarından bilgi aramaya başlamaktadır.

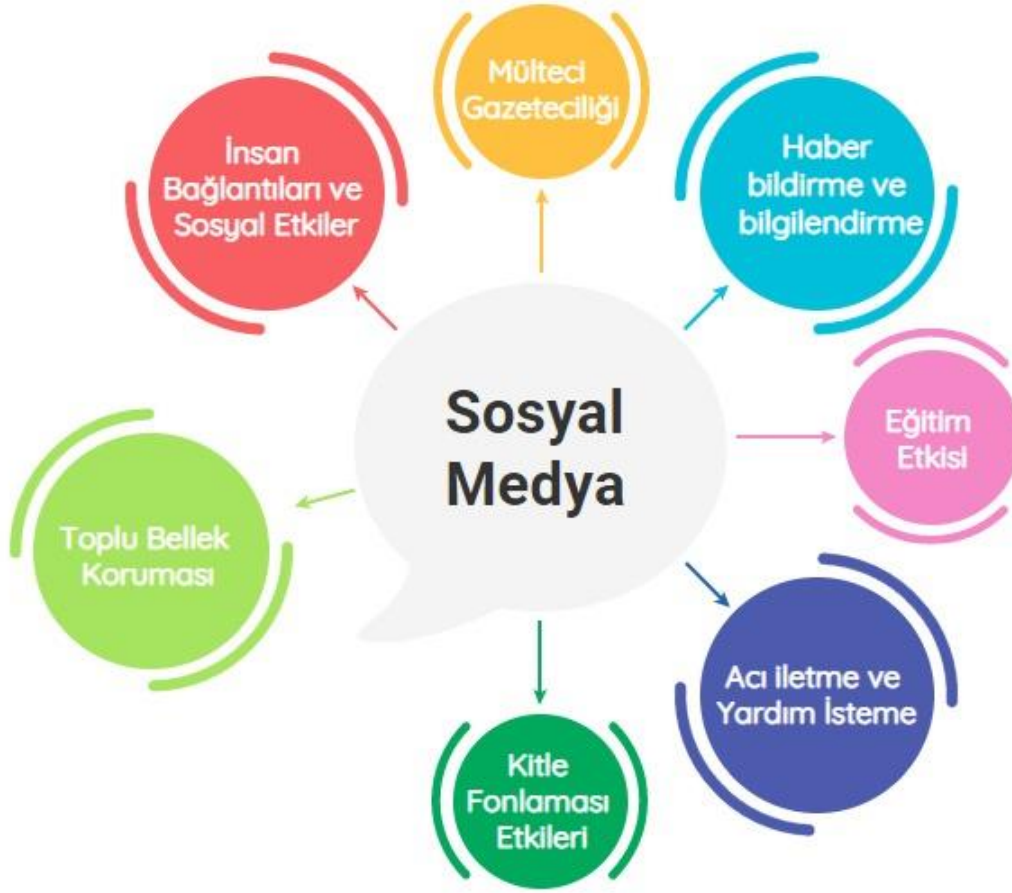
Donohew, Tipton ve Haney, *Bilgi Arama Stratejileri*'nde, bireyin iletişim mesajı seçimini ve mevcut eğilimleri güçlendirmek için bilginin kullanımını etkileyebilecek çeşitli faktörler olduğunu belirtmiştir. Bu faktörler, belirli amaçlara hizmet etmek için bilgileri kullanma, belirli bir konudaki temel ihtiyaçları karşılama, eğlence, çeşitlendirme ihtiyacı veya kişilik özelliklerini içermektedir (Donohew vd., 1978).

Bu durum, sosyal medyayı kullanarak mülteci hedeflerinin çeşitliliği üzerine yapılan çalışmanın sonuçlarıyla doğrulanmıştır. Ayrıca yukarıda yer verilen bulgular, Katz, Bulmer ve Gurevitch'in kullandığı ve takdir ettiği gibi izleyicinin, bilgi ve eğitim, eğlence, kişisel kimlik, entegrasyon ve sosyal etkileşim ve kaçakçılık olmak üzere beş farklı nedenden dolayı izlemek istediğini seçtiğini doğrulamaktadır. Kullanımlar ve doyumlar dört adımda özetlenmektedir. İlk olarak, izleyici aktiftir ve bu yüzden kitle iletişim araçlarını belirli bir amaç için kullanmaktadır. İkinci olarak, izleyiciler, tatmin olmalarına yardımcı olacağına inandıkları medya kuruluşunu seçerler. Üçüncü adımda, diğer medya kaynaklarının da bazı memnuniyetler sağladığı belirtilmektedir. Son olarak, medyadan gelen memnuniyetler izleyiciye saptırma, eğlence ve bilgi getirmektedir (Katz vd., 1973).

Mültecilerin sosyal medyaya duydukları iştah, kullanımlar bağlamında ve elde edilen getiri ise doyumlar ışığında açıklanabilmektedir. Mültecilerin sosyal medya kullanımları ile elde ettiği doyumlar, gerçekte elde ettikleri doumlara göre tatmin edici deneyimler olarak görülmektedir.

Nicel ve nitel araştırmaların bulgu analizlerine dayanarak sosyal medya kullanımının Suriyeli mülteciler üzerindeki olumlu etkilerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Şekil 7: Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Olumlu Etkileri



Mültecilerin sosyal medya kullanımlarının birçok ihtiyacı karşıladığı anlaşılmaktadır. Mültecilerin, belirli bir alandaki becerilerini ve bilgilerini arttırmalarına yardımcı olacak bilgi edinme arzusu ya da eğitim veya yardım arama gibi bilişsel ihtiyaçları, aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak için sosyal medya araçlarının kullanımı gibi duygusal ihtiyaçları, duygularını ifade etmek için kişisel bütünleştirici ihtiyaçları veya stres atma, eğlence ve acıdan kaçma gibi eğlence ihtiyaçları söz konusudur.

Bulgulardan sosyal medya kullanımının motifleri, iki kategoriye ayrılabilirdiği sonucuna ulaşılmıştır:

A) **Faydacı güdüler:** Kendini tanıma, bilgi edinme, fayda ve deneyim hedeflenir.

B) **Ritüel güdüler:** Zaman geçirmek, bağlantı kurmak, arkadaşlık kurmak ve problemlerden kaçmaktır.

Medya materyallerini kontrol eden ve bu materyallerin halka nasıl yansıdığını denetleyen insanlar, bilgi aktarımı alanında büyük etkiye sahiptir ve yaptıkları yayınlarda istedikleri mesajı verme gücünü ellerinde bulundururlar. Medya mesajları, birçok aşamadan geçtikten sonra birincil kaynaklarından bireylere iletilirler ve bu aşama, medya

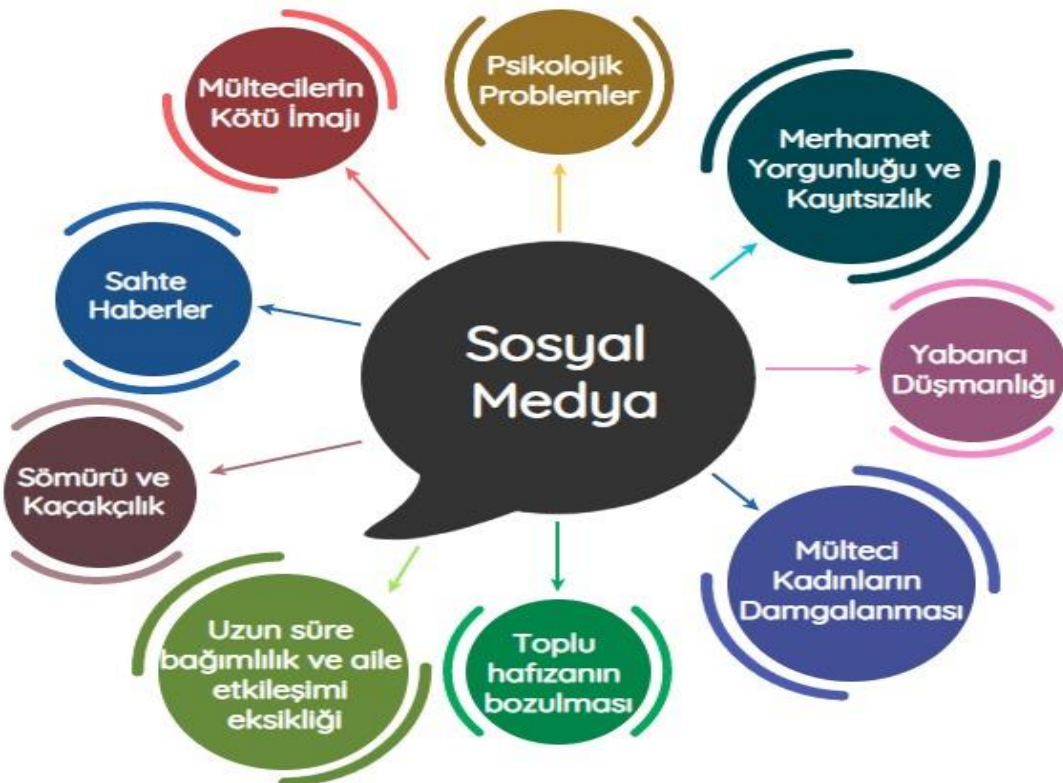
mesajının birçok bölümünü barındırmaktadır. Medya malzemesi, çeşitli karar vericiler tarafından oluşturulmakta, formüle edilmekte ve sonrasında yayınlanmaktadır.

Böylece medya malzemesinin ortaya çıkması için geçen süre, medya malzemesini formüle etme ve çeşitli değişkenler bağlamında ortaya koyma gücünü arttırmaktadır. Eşik bekçisinin veya öncelikle medya müdahalesine katılanların haberleri değerlendirerek, bazı haberlerin yayınlanmasına izin vermesi, bazılarını durdurması veya değiştirmesi, dolayısıyla bilgi üzerindeki gücü, medya izleyicisini etkilemektedir.

İlk kez 1947 yılında Kurt Lewin tarafından kullanılan eşik bekçisi kavramı, daha sonra D. M. White tarafından medya mesajlarını belirleyen kişi olarak tanımlanmıştır. Eşik/kapı bekçisi, hangi bilgilerin gruba veya bireye taşınması ya da taşınmaması gerektiğine karar vermektedir. Sosyal medyada ise eşik bekçisi rolünün kaybolmadığını söylemek gerekmektedir. Çünkü sosyal medyadaki birçok haber kanalı platformu, yayın politikasını göz önünde bulundurmakta ve sonuç olarak gerçeği söylemeden önce politikasına yönelik öncelikler bağlamında hareket ederek, medya mesajlarını politikalarıyla eşleşecek biçimde yönlendirmektedir.

Sosyal medyanın Suriyeli mültecilerin yaşamları üzerinde olumlu etkileri olduğu gibi, nicel ve nitel araştırma bulgularına göre olumsuz etkileri de mevcuttur. Aşağıdaki şekil, sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerindeki olumsuz etkilerini özetlemektedir:

Şekil 8: Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler üzerindeki Olumsuz Etkileri



Suriyeli mülteci öykülerinin sosyal medyada yayınlanmasının olumsuz etkileri, Ürdün ve Türkiye'deki Suriyeli mültecilerle yapılan odak grup görüşmelerine göre, aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi kısa ve uzun dönem (manevi düzey ve maddi düzey) olumsuz etkiler olarak ortaya konmuştur:

Tablo 81: Kısa ve Uzun Dönem Olumsuz Etkiler

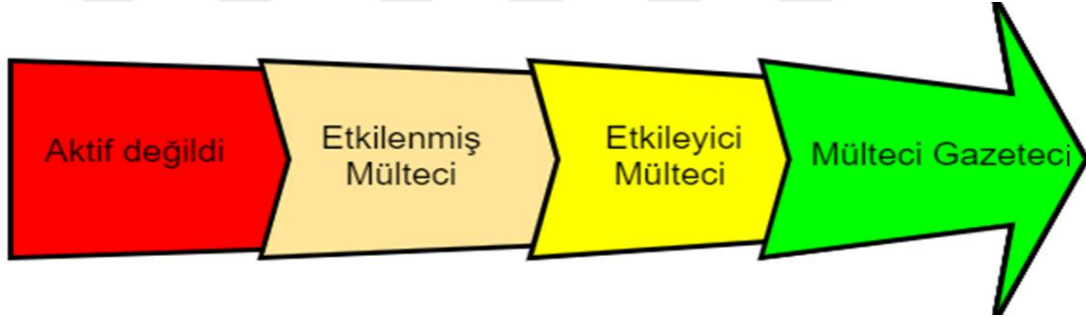
Kısa Dönem Etkiler	Uzun Dönem Etkileri
1- Sosyal paylaşım sitelerinde kontrol eksikliği, mültecilerin sömürülmesine kapı açmaktadır. (Maddi Etki)	1- Okuyucuların duygularından istifade edebilir ve duyguları şefkat içinde yorgunluğa çevirebilir. (Manevi Etki).
2- Mültecilerin hikayelerini sosyal medyada çok fazla duyurmak, mültecilere gerçek yardım ya da destek sağlamadan yalnızca sempati getirmektedir. (Manevi Etki)	2- Bazı bilgiler ve haberler, yalanlar, söylentiler ve çelişkiler nedeniyle Suriye devriminin itibarını olumsuz etkilemektedir. (Maddi Etki)
3- Sosyal medya, bazı mülteci sorunlarına odaklandığında ve diğerlerini görmezden geldiğinde, Suriyeli mülteci kriziyle ilgili dünya algısını etkileyebilir. (Maddi Etki)	3- Bazı bağlamlarda, sosyal medyadaki bazı haberler veya yayınlar Suriyelilere yönelik nefret söyleminin artmasına katkıda bulunmaktadır. (Manevi Etki)
4- Sosyal medya platformları, siber suçların Suriyelileri sahtekarlığa uğratması ve fiziksel olarak sömürmesi için bir forum olabilir. (Maddi Etki)	4- Yıkım, taciz ve sıkıntılı kişilerin sosyal medya yoluyla aktarılması onlara ve akrabalarına acı vermekte ve kalplerini kırmaktadır. (Manevi Etki)
5-Sosyal medyanın aşırı kullanımı, sosyal medya bağımlılığına yol açmakta ve sosyal bağların veya aile bağlarının kötü etkilemesine neden olmaktadır (Manevi ve Maddi Etki)	5- Sosyal medya aracılığıyla yayınlamanın, muhtaçlara yardım uygunsuz bir şekilde filme alındığında davaları sunulan insanlara çok incitici bir hakarete neden olabilir ve duygularını dikkate almadan ve acıların haysiyetine saygı duymadan onları dünyanın önünde karalayabilir. (Manevi Etki)
	6- Sosyal medya aracılığıyla hikaye yayınlayan ve rejimin suçlarını gösteren kişiler için ve ayrıca Suriye içerisindeyken hikayeleri yayınlanan ilgili kişiler için fiziksel zarar ve tutuklamaya neden olabilir. (Maddi Etki)
	7-Suriyeli kadınların imajını etkilemiştir; onları tecavüzlü ve fahişe olarak ya da yaşlı erkeklerle para nedeniyle evlenen kişiler göstermiştir. (Manevi Etki)

Sonuçlar, “**Mülteci Gazeteci**” olgusunun, Suriyeli mülteciler arasında yıllarca süren baskı ve sansür yasağı nedeniyle interneti kullanma korkusundan sonra oluşmaya başladığını göstermiştir. Sosyal medya, ifade özgürlüğünde baskı altında kaldıktan sonra, videolar ve resimler kullanarak sosyal medyada haberler yayınlayan Suriyeli mülteci gazeteci olgusunun ortaya çıkmasını olumlu yönde etkilemiştir.

Suriye'de resmi olarak yasaklı olan Facebook ve YouTube gibi sosyal paylaşım siteleri ülke genelinde popülerdir ve Suriyeliler, bu sitelere uluslararası proxy sunucuları ile güvenlik duvarını atlatarak erişebilmektedir (Williams, 2011). 2011'de Suriye, hesapları izlemek ve kimlikleri ve ne planladıklarını ortaya çıkarmak için Facebook'taki beş yıllık erişim yasağını kaldırmıştır. Böylece sosyal medya, Suriyeli mültecilerin etkilenmesini ve aynı zamanda “mülteci gazeteci”nin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Aşağıdaki şekil, Suriyeli vatandaşın, internet ve sosyal medyayı kullanmasına izin verilmeyen bir vatandaştan, sosyal medyadan etkilenen iki aşamayı geçerek “mülteci gazeteciye” dönüşmesini yansıtmaktadır.

Şekil 9: Sosyal Medya Mülteciler Etkilenenden (etkilenmiş) Etkileyene (etkileyici) Dönüştürmektedir



Yukarıda görüldüğü gibi, sosyal medya, sosyal medya ile ilgilenen Suriyeli mültecinin, etkilenmesine ve aynı zamanda mülteci gazeteci olarak etkilemesine katkıda bulunmuştur.

Araştırmada edinilen cevaplara göre çocukların sorunları, kuşatma altında ve mülteci kamplarında acı çekmek, sağlık ve eğitimden kaynaklanan sorunlar, kötü beslenme, bomba ya da kimyasal saldırılarda öldürülmeleridir. Bunların yanı sıra, fiziksel şiddet, zorla çocuk işçiliği, Suriyeli öğrencilere karşı ırkçılık, yoksulluk nedeniyle yaygın olan hastalıklar, soğuk ve sıcak hava şartlarında gerekli imkanlara ulaşamama, aşılama yetersizliği nedeniyle çocuklar arasında yayılan hastalıklar, Avrupa'ya göç girişimi sırasında yaşanan mağduriyetler, Suriyeli çocuklara yönelik olumsuz klişeler, kimyasal kötü muamele görmüş çocukların öldürmesi ve yasadışı göç sırasında denizde boğulma sonucu yaşanan kayıplar da çocukların yaşadığı sorunlar arasında yer almaktadır.

Katılımcıların cevaplarına göre, Suriyeli kadınların ve çocukların sosyal medyada paylaşılan hikayeleri sadece olumsuz hikayelerdir. Hiç kimse, Suriyeli kadınlarla veya

hayatlarındaki kötü koşullarının üstesinden gelen çocuklarla ilgili olumlu etkiye sahip başarı öykülerinden bahsetmemiştir. Bahsettikleri tüm hikayeler, trajik ve olumsuz psikolojik etkilere sahiptir. Genel olarak medya, alıcıların öncelik sırasına ve endişelerine göre bir role sahiptir ve medyanın mültecileri barındırmayan konulara daha fazla odaklandığı görüşü hakimdir. 1968'deki bir araştırmada Gündem Belirleme kuramının geliştiren McCombs ve Shaw, medyanın daha fazla dikkat ettiği konular ile bu konulara artan halk ilgisi arasında bir ilişki olduğunu açıklamıştır. Önceliklendirme, önem ve dikkatin kaydırılması ve konuların medya gündeminden kamu gündemine taşınması anlamına gelmektedir (McCombs ve Shaw, 1972).

Sosyal ağlar - sorunları veya belirli olayları vurgulamaya yardımcı olan içerik linkleri ve multimedya gibi yeni medya içeriğinin belirli özellikleri- halk gündeminin belirlenmesinde rol oynamaktadır. Sosyal ağlar, gazetecilerin gündemini ve özellikle savaş ve krizlerle ilgili bazı konuların kamuoyunun gündemini oluşturma kapasitesine sahiptir.

Sosyal medyada acı çekme hikayelerini tekrarlamak, okuyucunun/ izleyicinin giderek sempatisinin kaybolmasına veya merhamet yorgunluğu yaşamaya başlamasına neden olmaktadır. Tekrarlanan haberler, okuyucunun mesajlardan kaçmasını engelleyerek deyim yerindeyse okuyucuyu hapseder. Sürekli tekrarlanan mesajlarının toplanması, halkın algılarını yönlendirerek seçme şanslarını azaltacak bir etki yaratmakta ve halkın farklı fikirleri benimsemesine ve farklı değerlerin bir kişiden diğerine göre değişmesine yol açmaktadır. Burada, medyanın etkisinin doğrudan görünmediği, ancak uzun bir süre sonra tek bir konuyla ilgili ardışık medya mesajlarının toplanmasıyla dolaylı olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Aşağıdaki şekilde, “acı” videolar, fotoğraflar ve savaş haberlerinin sosyal medya aracılığıyla tekrarlanmasıyla, medya mesajını alan okuyucular/ izleyiciler arasında oluşan merhamet yorgunluğunun oluşum aşamaları gösterilmektedir.

Şekil 10: Sosyal Medya Kullanıcılarının Savaş Haberleri Nedeniyle Merhamet Yorgunluğunu Oluşturmak



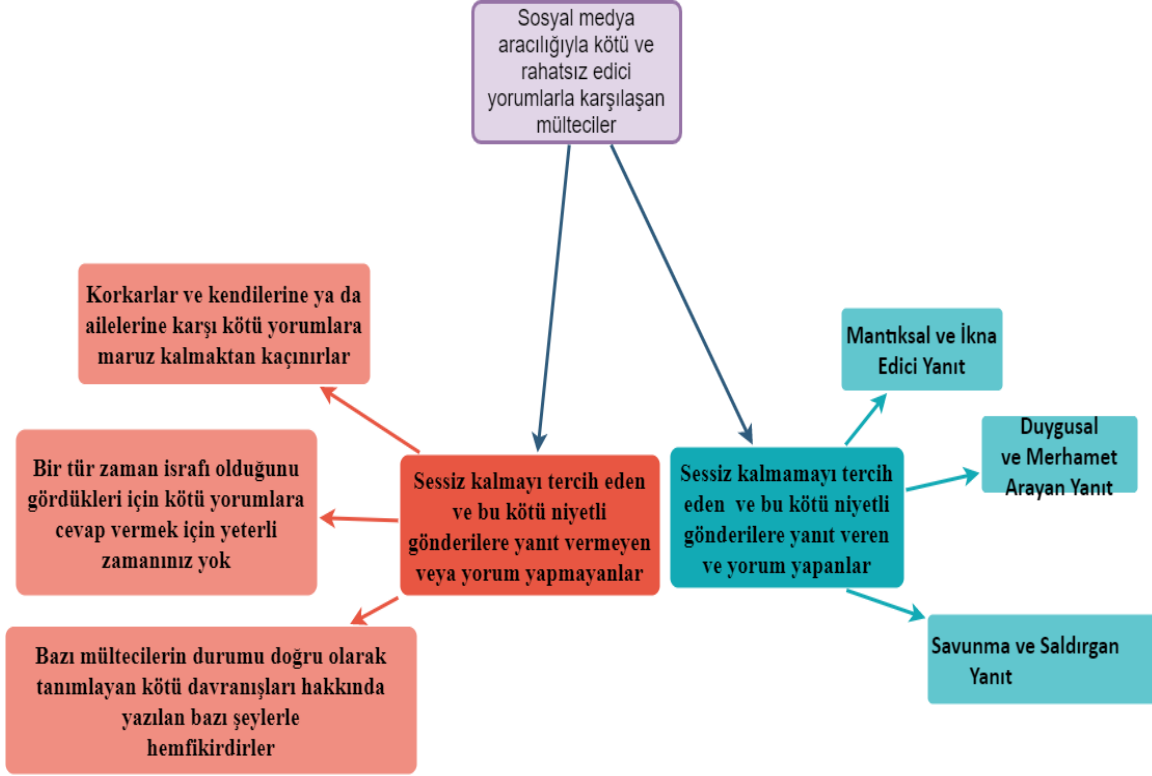
Amman ve İstanbul'da gerçekleşen odak grubu görüşmelerinde katılımcılara, sosyal medyada mültecilere yönelik kötü niyetli yorumlarla karşılaşılış ve karşılaşmama ve Suriyeli mülteciler aleyhinde hakaret içeren yorum, haber, fotoğraf gibi yayın içeriklerine cevap verip vermeme konusu yöneltilmiştir.

Görüşmelerdeki tüm katılımcılar, Suriyeli mültecilere karşı sosyal medya aracılığıyla kötü niyetli yorumlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Ankete katılanların çoğunluğu, sosyal medyada kendilerine karşı yapılabilecek agresif yorumlara cevap vermemeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir. Cevap vermeme nedenleri ise dışlanma ve daha fazla suistimalle karşı karşıya kalma korkusudur.

Bu durum, mültecilere yönelik istismların sosyal iletişim yoluyla yayılmasının mültecileri etkilediğini göstermekle birlikte, özellikle yayınlanan yorumlar üzerinde hiçbir kontrolün olmaması ve bu araçlarda ne yayınlandığının kontrol altına alınmasının zor olması bağlamında değerlendirilebilmektedir. Başka bir deyişle, sosyal medyada oluşan suistimallere yönelik kontrollerin eksikliği, mültecilere yönelik nefret söylemini arttırmaktadır. Mülteciler, sosyal medyanın düşmanca kullanılmasının kendi bakış açıları üzerinde olumsuz etkiye yol açtığını düşünmektedir.

Aşağıdaki şekil, Suriyeli mültecilerin sosyal medyada hakaret içerikli yorumlara yönelik yanıtlarına ilişkindir:

Şekil 11: Sosyal Medyada Agresif Yorumlarda Bulunan Mülteciler



Herhangi bir olay ve/ veya içeriğin, metinleri ve anlamları düzenleyen ve geçerli sosyal deneyimleri ve değerleri kullanan medya çerçeveleri bağlamına yerleştirilemediği sürece yayınlanmaya uygun görülmediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Olumsuz bir görüntünün ve mesajın medyada çerçevelenmesi, mültecilere yönelik nefretin kapısını açmaktadır. Dolayısıyla medya, etkinliği tanımlamak, büyütmek ve ardından bir çözümü basitleştirmek ve geliştirmek, genel ve önemli sosyal formatlarda sunmak için içeriğin bir bölümünü kullanmaktadır.

Bu noktada, bir sosyal grubun veya genel olarak toplumun, bazı üyelerin görüşleri nedeniyle üyeleri tecrit edebileceğini, ihmal edebileceğini veya hariç tutabileceğini belirten Suskunluk Sarmalı kuramından söz etmek yerinde olacaktır. Söz konusu kuram, bireylerin tecrit korkusu olduğunu vurgulamakta ve sonuç olarak tecrit korkusunun, bireylerin görüşlerini dile getirmek yerine sessiz kalmayı tercih ettiklerini ileri sürmektedir. Medya, hem baskın fikri hem de insanın baskın fikrin ne olduğu hakkındaki algısını etkileyen önemli bir faktördür (Noelle-Neumann, 1993).

Suskunluk Sarmalı kuramının temelleri, bireyin bir toplumda yaşadığı, bileşenleri ve kompozisyon faktörleriyle kamuoyu çevresiyle etkileşime girdiği gerçeğine dayanmaktadır. Böylece bireyler, içinde bulundukları toplumda hüküm süren kamuoyuna göre görüşlerini oluşturma eğilimindedir. Böylece, kamuoyu, medyanın birleşik kamuoyu oluşturma fikrini desteklediği düşünceler doğrultusunda oluşturulur.

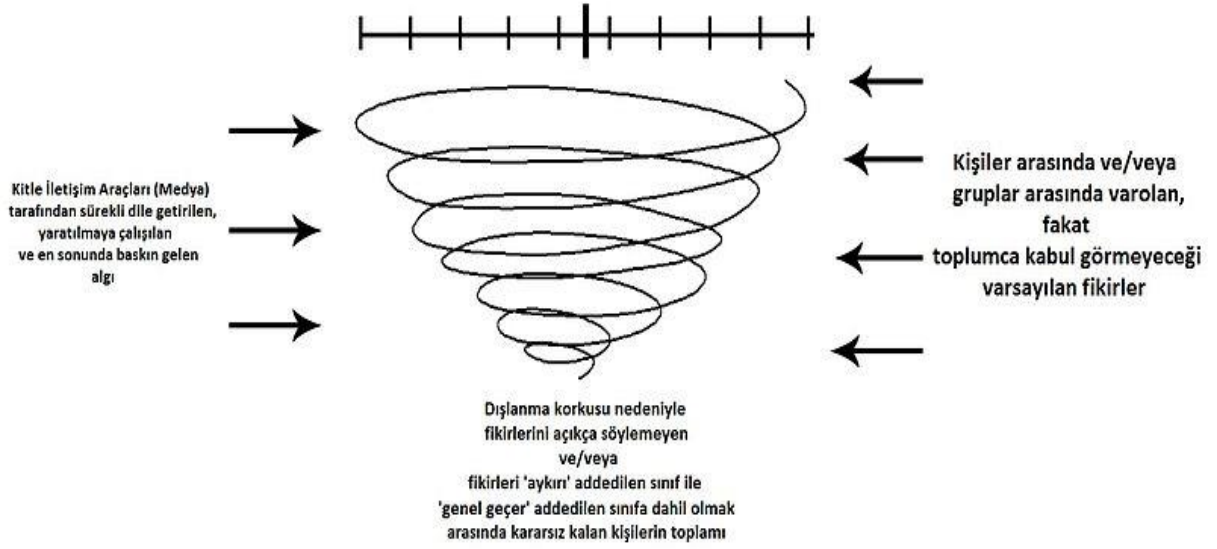
Bireyler, toplumsal tecritten ve benimsedikleri yaklaşımın veya görüşün karşıtlarından korkarak, grubun zulmünden kaçınmak için sessizlik halini alırlar. Eğer medyaya aykırı görüşlere inanıyorlarsa kişisel görüşlerini engellerler ve tartışmalara katılmaktan kaçınırlar. Bu noktada sessizlik kabullenme değil reddetme ifadesidir.

Suskunluk sarmalı kuramı, insanların azınlık bir gruba girdiklerinde neden fikir, görüş ve tercihlerini iptal ettiklerini açıklamaya çalışır. Çoğunluk tarafından yapılan agresif yorumlarla karşılaşp bu çoğunluğa katıldığını kabul edenler, saldırıya uğramaktan kaçınmak için mültecilere saldırmanın kamuoyuna uygun olduğunu düşünerek sessiz kalmayı tercih etmektedirler.

Azınlık daha sessiz hale gelir ve çoğunluk daha sesli hale gelir. Kuram, hızla değişen medya ortamımızda kamuoyunun nasıl oluştuğunu açıklar. Her ne kadar Web 2.0, popüler düşünceye uygun olmayan düşünceleri ifade etmek için daha fazla kanal ve olanak sunsa da, baskın görüşün ne olduğunu bize söylemede büyük rol oynamaktadır.

Sosyal medya azınlığın sesi değildir. Medyanın çoğunluk görüşüne bakışı, karşıt kamuoyunu da silikleştirmektedir. Medya, hegemonyanın ortak danışmanı olarak hareket etmektedir. İnsanlar, izole edilmekten kaçınmak ve üstün grup tarafından işkence edilmekten korunmak için hain görünebilmektedirler. Mülteciler, kamuoyunun kendilerine aykırı olduğuna inandıklarında konuşma konusunda isteksiz olmakta ya da korku duymakta ve sessiz kalmayı tercih etmektedirler.

Şekil 12: 1980'li yıllarda Elisabeth Noelle Neumann tarafından geliştirilen ‘Suskunluk Sarmalı Kuramı’



Burada sosyal medya aracılığıyla çerçevelenmiş ve yönlendirilmiş medya mesajlarının fikir ve eğilimleri etkileme yeteneği görülmektedir. Bu nedenle, iletişim sürecindeki ileti ögesi, insanların algılarındaki ve ikna noktasındaki etkileri sebebiyle yeniden düşünülmekte ve değerlendirilmektedir.

Katılımcılar, Suriyeli mültecilerin sosyal medya kanalları aracılığıyla bir “felaket” olarak nitelendirildiklerini gördüklerini, bazı kullanıcıların yaptıkları yorumlarla mültecilerin geçimlerini gasp ettiklerini ve bu nedenle onlardan nefret ettiklerini iddia etmişlerdir. Ev sahibi ülkedeki bu yaklaşımların sonucu olarak nefretin yayılması, mültecilere karşı kışkırtıcı yorumlarda, ahlaksız tepkilerde ve suçlamalarda açıkça görülür.

İstanbul’daki bazı katılımcılar, devrimin başlangıcında sosyal medyanın olumlu etkileri olduğunu ancak bazı gündemler doğrultusunda nefret söyleminin sistematik olarak güçlendirildiğini ve sosyal medyanın nefret dolu içeriklerin yayılmasına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin, Twitter’da hashtagler aracılığıyla birtakım agresif yorumlar ile birlikte Suriyelileri Türkiye’den kovmak için yapılan kampanyalar etiketlenmektedir.

Amman’daki katılımcılar, Suriyelilerin Ürdün’e geldiklerinde ekonomik sıkıntılara yol açtıklarına yönelik görüşlere paralel olan sosyal yaşantıda, medya ve sosyal medyadaki eleştirilerden söz etmişlerdir.

Goffman, "Medya Çerçevesini", insanların bir noktada sosyal durumlardan daha fazla haberdar olmaları için medyanın kullandığı beklentilerin spesifik yapısı olarak tanımlar.

Çerçevelemenin, haberlerin seyirciler tarafından algılanmasını etkilediği düşünülmektedir, bu şekilde çerçeveleme, ikinci düzey bir gündem belirleme biçimi olarak yorumlanabilir - sadece izleyicilere ne düşünceleri gerektiğini söylenmez (gündem belirleme kuramı), aynı zamanda bu konu hakkında nasıl düşünülecekleri de söylenir (gündem belirleme kuramının ikinci seviyesi). (Goffman, 1974).

Robert M. Entman'a göre, medya çerçevelerinin mesaj üzerindeki etkisi sadece çerçevenin kasıtlı olarak oluşturulması ile değil, medya mesajını yönetenlerin amaçları doğrultusunda isteyerek ve belki de istemeden mesajı silip ihmal etmesi ile elde edilmektedir (Entman, 1989).

Achilli, Suriyeli mülteci krizinin uzun süren doğasının çarpıcı olduğunu belirtmiştir; hem Suriyeli mültecilerin hem de Ürdün'deki ev sahibi toplulukların bedelleri yüksek olmuştur. Ürdün, altyapısını zorlayan ve iç istikrarını tehdit eden büyük mülteci akını nedeniyle şiddetli bir gerilim altında kalmıştır. Bunun, krallıkta yaşayan Suriyeli mültecilerin yaşam koşulları üzerinde önemli bir olumsuz etkisi olmuştur. Mültecilerin akışı, okul, temizlik, konut, yiyecek, enerji, su ve konut sektörüne olan talebi dayanılmaz bir biçimde arttırmıştır (Achilli, 2015).

Literatürde, Suriyeli mültecilerin imajının, medya aracılığıyla belirli çerçevelerle ve belirli hedefler içinde çerçevelendiği görülmektedir. Bu çerçeveleme, daha önce tartışıldığı gibi, merhamet yorgunluğuna ve Suriyeli mültecilere karşı ev sahibi ülkedeki tüm olumsuz şeylerin nedeni olarak "nefret ve yabancı düşmanlığını" oluşumuna yol açmıştır.

Ayrıca, sosyal medyanın etkisi, mesaj aktarıldığında ve tekrarlandığında sihirli bir mermi olarak daha büyük ve daha güçlüdür.

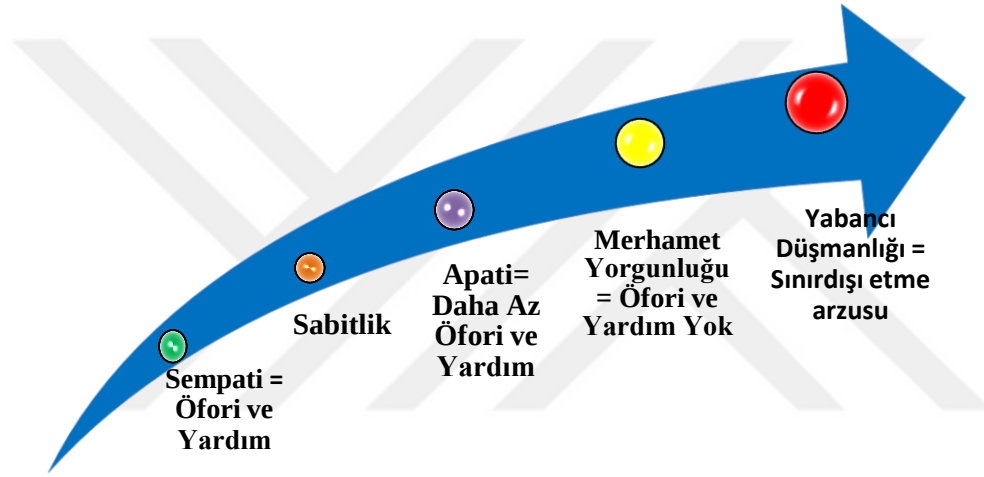
"Sihirli Mermi" ve "Hipodermik İğne" modelleri, Harold Lasswell'in 1927 tarihli *Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Tekniği* kitabında yer almaktadır. Sözü edilen modeller, izleyicilerin pasif konumda olduğunu ve medya mesajlarının onlardan daha güçlü olduğunu belirtmektedir. Örneğin, Facebook aracılığıyla bir dizi yerel medyayı takip eden herhangi bir birey, ilgili medya platformlarında "mültecilerin ülkede yük" olduğunu içeren içeriklerle karşılaşabilir ve daha sonra bu içerikler, içerikten etkilenen alıcılar tarafından otomatik olarak iletilebilir böylece söz konusu içerikler yayılabilecektir. Tıpkı bir damara enjekte edilen ve vücudun her tarafına birkaç dakika içinde ulaşan intravenöz bir sıvı gibi

medya, kitleler üzerinde doğrudan, güçlü, hızlı ve doğrudan bir etkiye sahiptir.

Sosyal medyada, mültecilerin toplumda ekonomik ve sosyal sorunlara yol açtıklarına dair olumsuz imajların sunulması, düşmanca mesajlara maruz kalmaktan kaçınılamaması, nefretin tesis edilmesi ve mantıksız bir şekilde kabul edilmesi, sosyal medyanın etkisini göstermektedir.

Bu nedenle, olumsuz mesajı yayınlamak ve tekrarlamak, mültecilere yönelik nefret duygusu yaratarak halkı etkilemiştir ve aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi, halkın mülteciler hakkındaki duygularını değiştirmiştir.

Şekil 13: Suriyeli Mültecilerin Sosyal Medyada Temsil Edilmesinin Yabancı Düşmanlığı Oluşumundaki Rolü



Yukarıda yer verilen sonuçlara ve (Şekil 2: Araştırmanın Hipotez Modeli)'ye göre, sosyal medyanın Suriyeli mültecileri çeşitli düzeylerde etkilediği görülmektedir:

Birincisi: Sosyal medyanın etkisi, çeşitli nedenlerle mültecilerin kendilerini sosyal medya için kullanmaları yoluyla doğrudan olmuştur.

İkincisi: Sosyal medya, Suriyeli olmayan mültecilerin, aktivistler, medya profesyonelleri ve Suriye içindeki diğer Suriyeliler gibi sosyal medya için kullanılmasından etkilenmiştir.

Üçüncüsü: Suriyeli olmayan bireylerin sosyal medyayı kullanmaları etkili olmuştur

Dördüncüsü: Mültecilere yardım etmek, onlara bağış toplamak ve onlar hakkında bilgi yayınlamak için sosyal medya kullanan kurumlardan da etkilenilmiştir.

Bu dört seviyenin -daha önce ayrıntılı olarak açıklandığı gibi- olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur.

Yukarıda gerçekleştirilen analiz ve yorumlamalar, çalışmanın hipotezinin geçerliliğini doğrulamakta ve kanıtlamaktadır.

SONUÇ

Sosyal medya, zor durumda olan mültecilerin Facebook veya diğer sosyal medya platformlarında oluşturulan sayfalarda birbirleriyle iletişim kurmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal medya savaş koşullarında böyle bir öneme ulaşmıştır. Sosyal medya mültecilerin hayatına katkıda bulunabilir. Sosyal medyanın devrimlerde, özellikle Arap devrimlerinde ve Suriye iç savaşında rolü büyüktür ve sosyal medyanın Suriyeli mülteci yaşamına olumlu ve olumsuz katkıları vardır.

Mültecilere yardım etmek için sosyal medya aracılığıyla, ailelerin birbirlerini bulmasına yardımcı olmak için gönüllüler tarafından oluşturulan ağlar da geliştirilmektedir. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ve Instagram gibi sosyal medya ortamları, Suriye'den gelen tüm bilgileri dünyaya aktarmak, kolektif hafızanın oluşumuna hizmet etmek ve Suriyeli mülteci krizine dikkat çekmekte önemli rol oynamaktadır.

Mültecilerin, sosyal medyada eğitim, yardım veya duygusal ihtiyaç arama ya da aile ve arkadaşlarla iletişim kurarak duyguları ifade etme ve belirli bir alandaki becerilerini ve bilgilerini arttırmak için yeni bilgiler edinme gibi birçok ihtiyacı karşıladığı görülmektedir. Sosyal medyada stresten kurtulmak, zaman geçirmek ve acıyı iletmek gibi eğlence ihtiyaçlarını ifade etmek mümkün olmakta veya bunlara sahip olmak için kişisel bütünleyici ihtiyaçlar karşılanmaktadır.

Suriyeli halkın, yardım kurumları ve organizasyonlarıyla bağlantı kurabilmesi, eğitim, iletişim, bilgi ve yardım için kitle fonlamasına başvurulabilmesi, mültecilere sempati duyulması ve vatandaş gazeteciliğinin bir fenomen haline gelmesine yardımcı olması sosyal medyanın mülteci krizindeki olumlu etkileri olarak görülmektedir. Aynı zamanda sosyal medya, mülteci gazeteci oluşumuna katkıda bulunmuştur.

Sosyal medyanın olumlu etkileri yanında, mültecilere yönelik sahte haber yaymak, sığınmacılara karşı yabancı düşmanlığını arttırmak, kadın mültecileri damgalamak, cinsel ve cinsiyete dayalı şiddeti arttırmak, mültecilere karşı merhamet yorgunluğu yaratmak gibi konularda olumsuz rolleri ve etkileri de vardır. “Acılı” videolar, fotoğraflar ve savaş haberlerinin sosyal medya aracılığıyla tekrarlanmasıyla medya mesajını alan okuyucular/ izleyiciler arasında merhamet yorgunluğu oluşmaktadır.

Sonuçlara göre sosyal medya, Suriyeli mültecileri çeşitli düzeylerde etkilemektedir: İlk olarak, sosyal medyanın etkisi, mültecilerin sosyal medyayı çeşitli nedenlerle

kullanmaları yoluyla doğrudan olmuştur. İkinci olarak, sosyal medya, eylemciler, medya profesyonelleri ve Suriye'deki diğer Suriyeliler gibi Suriyeli mülteciler konusunda mülteci olmayan Suriyeli halkın kullanımından etkilenmiştir. Üçüncü olarak, Suriyeli olmayan bireylerin sosyal medyayı kullanmaları etkili olmuştur. Son olarak, mültecilere yardım etmek, onlara bağış toplamak ve onlar hakkında bilgi yayınlamak için sosyal medya kullanan kurumlardan da etkilenilmiştir.

Bu dört seviyenin olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur. Yapılan analiz ve yorumlamalar, çalışmanın hipotezinin geçerliliğini doğrulamakta ve kanıtlamaktadır. Böylece sosyal medya kullanımının Ürdün ve Türkiye'de yaşayan mültecilerin yaşamı üzerinde olumsuz ve olumlu etkileri olduğu hipotezinin geçerliliği de teyit edilmektedir.

Literatür ve araştırma problemi, tablolar ve odak group görüşmeleri bağlamında ortaya çıkan sonuç, sosyal medyanın Türkiye ve Ürdün'de yaşayan Suriyeli mülteciler üzerindeki etkilerini aşağıdaki gibi sıralamayı mümkün kılmıştır:

- 1- Mültecilerin yegane iç iletişim ve kendilerini anlatabilme ortamı sosyal medya tarafından sunulmaktadır.
- 2- Sosyal medyayı kullanan Suriyeli mültecilerin sayısında artış gözlenmiştir. Bu artış, bağlantının erişilebilir, ucuz ve erişilebilir olması ve ayrıca internette gezinmeden korkma veya sansür olmaması nedeniyle ortaya çıkmıştır.
- 3- Sosyal medya aynı zamanda Suriyeli ergenleri, ebeveynlerini ve sosyal medyayı Suriye'de yerinden edildikten sonra kullanmaya başlayan çocukları etkilemiştir.
- 4- Suriyelilerin, sığındıkları ülkede sosyal medyayı sansür korkusu olmadan özgürce kullanmaları, sosyal medya kullanımlarında artışa yol açmıştır. Suriyeliler, kaçtıktan sonra, sosyal medyayı kullanma korkusunu yenerek interneti özgürce kullanmaya başlamıştır.
- 5- Suriyeli mültecilerin en fazla kullandığı sosyal medya platformu Facebook'tur. Bunun nedeni Facebook'un kullanımının kolay olması ve sınırsız sayıda karakter içeren metin yazımı sağlaması ve ayrıca görüntülerin ve videoların gönderiye dahil edilmesini sağlaması olabilir.
- 6- Sosyal medyanın mültecilere kendileri gibi birçok açıdan olumlu etkileri vardır:
 - Sosyal ağ oluşturmak, akraba ve arkadaşlarla bağlantı kurmak.
 - Yeni arkadaşlıklar kurmak.

- Yeni dilleri öğrenmede yardımcı olmak.
- Pazarlama, ticaret ve işlerini gerçekleştirebilmek için ticari iş yapmak.
- İş bulmak ve yeni beceriler kazanmak.
- Ev sahibi ülkelerin kültür ve geleneklerini açıklamada mültecilerin bilişsel bilgilerinin artırılması ve ev sahibi ülkelerin geleneklerinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunan video ve fotoğraflar hakkında bilgi edinmek
- Suriyeli mültecilere yardım sağlayan yerel ve uluslararası kuruluşların gönderilerine erişerek yardımları nasıl elde edecekleri hakkında daha fazla bilgi edinmek.
- Benlik, düşünce ve sorunları ifade etmek ve sayfalarında ve hesaplarında bununla ilgili yazmak.
- Mültecilere krizin son haberleri ve durumlarla ilgili bilgi vermek.
- Mültecilerin çektiği acıları dünyalara aktarmak, sonra da uluslararası toplumdan daha fazla yardım sağlamak.
- Sosyal medyayı eğlence için kullanmak ve boş vakit geçirmek, hatta stres ve kaygıdan kurtulmalarına yardımcı olacak bir araç olarak bile görebilmek.
- Dünyaya gerçeği söylemek, gerçekleri, haberleri ve Suriyelilerin acılarını açığa çıkarmak.
- Dünyaya Suriye'deki yıkımı tüm gerçekleriyle açıklamak
- İnsanların sempatisini kazanmaya ve dünyadan yardım aramaya katkı sağlamak.
- Çözüm bulmak için kurumlara müdahale konusunda bilgi vermek.
- Suriye halkına karşı rejimlerin suçluluğunu açığa vurmak.
- Ortaya çıkan "Mülteci Gazeteci" olgusuna olumlu katkıda bulunmak, Suriyeli mülteciler tarafından yıllarca süren baskı ve sansürden dolayı interneti kullanma korkusundan sonra oluşuma katkı sağlamak.
- İfade özgürlüğü ve ifade korkusuzluğunu sağlayan Suriyelilerin, sosyal medya oluşumuna katkıda bulunmaları, konuyla ilgili bilgilendirici paylaşımlar yapmaları sonra özgürlük ifade etmeleri.
- Mültecilerin sosyal medya üzerinde etki yaratmasına neden olmak

7 - Sosyal medyanın Suriye sorununa ve genel olarak Suriyelilere olumlu etkileri vardır:

- Tüm dünyayı Suriyeli mülteci krizi ve Suriye'de yaşananlar hakkında bilgilendiren ve haberlerini her yerde ortaya çıkaran bir bilgi kaynağı olmak.
- Suriye tarihinin önemli bir aşamasını belgeleyerek Suriye'nin anavatanının anılarında ve kalplerinde kalabilmesi için Suriye halkının kolektif hafızasına

katkıda bulunmak.

- Savaşta en savunmasız gruplar olan kadın ve çocukların öykülerine odaklanmak. Örneğin, Çocuk Hamza El-Hatib ve işkence öyküsü, boğularak Avrupa'nın kıyılarında ölen Aylan Kurdi, Avrupa'ya Halep'ten gelen İmza'dan çıkan İmran ve Suriye çatışma olaylarından önce blogunda bazı materyaller yayınlamaktan tutuklanan Tal EL-Mallohi.

- STK'lar ve ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından sosyal medya kullanılması, mültecilere yardımın ulaşmasında etkili olmuştur, ayrıca mültecilere yardımcı olmak için çok sayıda kalabalık finansman kampanyası pazarlamak için kullanılmıştır.

8- Sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerinde olumsuz etkileri vardır:

- Suriyeli mültecileri sömüren bazı kaçakçılar tarafından Ürdün veya Türkiye'ye gidenler de dahil olmak üzere başka bir ülkeye seyahat etmek veya göç etmek için kullanılmak.

- Suriyelilere yönelik nefret ve yabancı düşmanlığını arttıran ve mülteci imajını olumsuz yönde etkileyen kötü niyetli içerikleri yayınlanmak.

- Mültecilere karşı saldırgan içeriklerin yayınlanması, özellikle suistimalden korktukları için cevap vermekten çekinen ya da sessiz kalan bireylerde olumsuz psikolojik etkiler oluşturabilir.

- Sahte haberlerin sosyal medya aracılığıyla yayınlanması, mültecileri Suriye'deki durumun istikrarlı olduğu düşüncesine yönlendirebilir ve mültecilerde geri dönmek gibi aldatıcı algılar oluşabilir.

- Mültecilerin aileleri arasındaki sosyal bağların, sosyal medyada uzun süre kullanılması olumsuz etkiler yaratabilir.

9- Sosyal medya, Suriye sorunu ve genel olarak Suriyeliler üzerinde olumsuz etkilere sahiptir:

- Suriyeli mültecilerle ilgili haberlerin sosyal medyada tekrarlanması, merhamet yorgunluğuna yol açmaktadır çünkü herhangi bir değişiklik yapmadan veya katılanlara yardım etmeden, aynı hikayeleri okumak üzücüdür.

- Kadın Suriyeli mülteci ve Suriyeli kadınların damgalanmasına katkıda bulunmak. Başka bir ifadeyle, Suriyeli kadınların yaşadıkları zorlukların üstesinden geldikleri başarılı ya da olumlu hikayelerinden söz etmek yerine onları cinsel konulara odaklanarak damgalamak.

- Tüm insanların sosyal medya üzerinden yapılan kontroller olmadan

yazabilecekleri ve yayınlayabilecekleri, yayınlanmadan önce haber kaynağını doğrulayabilecekleri bir açık alan olmak; krizde bir tarafın başka bir tarafa ait olması.

- Suriyeli mültecilerin sosyal medyada olumsuz temsili, onlara daha az sempati duymasına neden olmuştur.

ÖNERİLER

Tüm bu sonuçlara göre, sosyal medyanın mültecilerin yaşamları üzerindeki olumlu etkisini artırmaya katkıda bulunacak ve araştırmacıları bu alandaki boşluklarda yeni araştırmalar yapmaya teşvik edecek bir dizi öneri getirebilmektedir:

- Mülteci meseleleriyle ilgili kuruluşlar sosyal medyayı daha sistematik bir şekilde kullanmalıdır, çünkü çok sayıda mülteci sosyal medyayı yardım haberleri ve diğer mülteci hakları hakkında daha fazla bilgi edinmek için kullanmaktadır.
- Tüm mültecilerin geleneksel olarak öğretmediği göz önüne alındığında, sosyal medya, Suriyeli mülteciler için uzaktan eğitim amacıyla kullanılabilir ve bu nedenle hükümetler sosyal medya aracılığıyla mültecilere eğitim sağlamak için sosyal medyayı kullanma seçeneğini göz önünde bulundurmalıdır.
- Mülteci barındıran ülkelerdeki hükümetler sosyal medya platformları aracılığıyla iletilen nefret söylemini durdurmalıdır. Sosyal medya, mültecilere karşı nefreti kışkırtmamalı. Açık bir alan olduğu için kontrol edilmesi zorsa, hükümetler, mültecileri rahatsız eden veya resmi kanalları aracılığıyla kendilerine karşı nefret söylemini teşvik eden video görüntüleri ifadelerini kullanmayı bırakmalı. Tam tersi bu kanalları, destek mesajlarını ve onlarla empati kurmak için davetiye yayınlamak için kullanmaktadır.
- Sosyal medyada, mültecilere yönelik “acılı” görüntülerin tekrarlanması, duyguları uyuşturmakta, bu görüntülere alışmayı sağlamakta ve artık mültecilerin acılarının boyutunun hissedilmemesine neden olmaktadır. Merhamet yorgunluğu olarak ifade edilen bu durumun önüne geçilmesi için söz konusu durumların tekrarlarını önlemek adına basın kuruluşları tarafından sosyal medyadaki merhamet yorgunluğunu açığa çıkaracak raporlar oluşturulabilir. Böylece televizyon veya radyo gibi normal

araçlardan daha fazla zaman harcanan sosyal medyada mültecileri olumsuz etkileyen merhamet yorgunluğu konusunda gerekli adımlar atılabilir.

-
- Mülteci gazeteci olgusu mevcut yüzyılda artmaktadır, bu nedenle sosyal medya kullanımında siber etik ve okuryazarlık çalışmaları yoğunlaştırılmalıdır.
- Mülteciler tarafından belirtilmeyen yardım kuruluşlarının kendilerini daha fazla tanıtmak için sosyal medya kullanımlarını artırmaları gerekmektedir.



KAYNAKLAR

- ABD-ALLAH, U.F.,
ALGAR, H.: 1983
ACHILLI, L.: 2015
ADİDA, C.,
LO, A.,
PLATAS, M.: 2017
AHMAD, A.
HAMASAEED, N.: 2015
ALENCAR, A.: 2017
AGYEMANG, G.: 2016
BALL-ROKEACH, S. J.,
DEFLEUR, M. L. : 1976
BASHOUR, H.: 2015
BSHARA, A.: 2013
CRESWELL, J.W.:
2008
COLLELO, T. ed.: 1978
COOPER, G.: 2015
DAİNOTTİ, A.,
SQUARCELLA, C.,
ABEN, E.,
CLAFFY K. C.,
CHİESA M.,
MICHELE RUSSO, M.,
PESCAPÉ, A.: 2011
DAMERON, K.: 2007
DANILOVA, V.: 2014
- The Islamic Struggle in Syria. Berkeley: **Mizan Press**.
- BRIEF POLICY Syrian Refugees in Jordan: a Reality Check. **EU publications**. Issue 2015/02, February 2015
- Engendering Empathy, Begetting Backlash: American Attitudes toward Syrian Refugees. **SSRN Electronic Journal**, 17(1), 1-51.
- The Role of Social Media in the “Syrian Uprising”, **Journal of Economic Development**, Environment and People Volume 4, Issue 2, 2015
- Refugee integration and social media: a local and experiential perspective. **Information, Communication & Society**, 21(11), 1588–1603.
- Perilous Journeys across the Seas: The Accounting Logic in Europe’s Agenda for Migration. In *Accounting in Conflict: Globalization, Gender, Race and Class* (pp. 1-27). **Emerald Group Publishing Limited**.
- A Dependency Model of Mass-Media Effects. **Communication Research**, 3(1), 3–21. doi:10.1177/009365027600300101
- Let’s Not Forget the Health of the Syrians Within Their Own Country. **Am J Public Health**. 105(12): 2407–2408.
- "Syria: the path of passion towards freedom: Bid in current history" 2013, **Arab Center for Research and Policy Studies**.
- Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods.
- Syria: A Country Study. Washington: GPO for **the Library of Congress**.
- Unlocking the Gate? How NGOs Mediate the Voices of the Marginalised in a Social Media Context. **In Media, Margins and Civic Agency** (pp. 29-42). Palgrave Macmillan UK.
- Analysis of country-wide internet outages caused by censorship. Paper presented at the **2011 ACM SIGCOMM Conference on Internet Measurement Conference**, Berlin, Germany, November 2–4; pp. 1–18.
- Self-Organizing Social Behavior Occasioned By Low-Cost Communication Technology: **The Indian Ocean Tsunami** of 2004
- Media and Their Role in Shaping Public Attitudes towards Migrants, **Institute of Globalization, Culture and Mobility**

- DEKKER, R.;
ENGBERSEN, G.,
KLAVER, J., VONK, H.: 2018
DONOHEW, L.,
TIPTON, L.,
HANEY, R.: 1978
ENTMAN, R. M.: 1989
ESSİZ, I.: 2016
FATTAH, K.: 2011
FUCHS, C.: 2014
GERBER, E.,
HUI, J.: 2013
GOFFMAN, E.: 1974
GİRE, S.: 2014
GREUSSİNG, E.,
BOOMGAARDEN, H. G.: 2017
GRİFFİN, E.: 2006
GUSTAFSSON, N.: 2016
HALBWACHS, H.
COSER, L. A. : 1992
HOLMES, S.,
CASTANEDA, H.: 2016
Howard, P.
- Smart Refugees: How Syrian Asylum Migrants use Social Media Information in Migration Decision-making, **Social Media + Society**, volume January-March 2018.
Analysis of Information-Seeking Strategies. **Journalism Quarterly**, 55(1), 25–31. doi:10.1177/107769907805500103
How the Media Affect What People Think: An Information Processing Approach. **The Journal of Politics**, 51(2), 347–370. doi:10.2307/2131346
Resentment rising against Syrian refugees in Turkey’s urban centers: International Crisis Group report, **Daily Sabah**, 25 January, viewed 28 February 2018.
Yemen: A Social Intifada In a Republic of Sheikhs. Middle East Policy, 18(3), 79–85, **Wiley Online Library**, Volume 18, Issue 3, Fall 2011 Pages 79-85
Social Media: A Critical Introduction. London: Sage. ISBN 978-1-4462-5731-9 (pbk), 978-1-4462-5730-2 (hbk)
“Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation,” **ACM Transactions on Computing-Human Interaction**, volume 20, number 6, article number 34.
Frame Analysis. Boston: **Northeastern University Press**.
The Role of Social Media in the Arab Spring, **Pangaea Journal**
Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe’s 2015 refugee crisis. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, 1-26.
A first look at communication theory. Boston: McGraw-Hill, eighth edition, **Wheaton College**
Social media, participation, peer pressure, and the European refugee crisis: a force awakens?. In AOIR 2016.
The 17th Annual Conference of the Association of Internet Researchers Berlin, Germany
On Collective Memory, **University of Chicago Press**
Representing the “European refugee crisis” in Germany and beyond: Deservingness and difference, life and death. **American Ethnologist**, 43(1), 12-24.
Democracy’s Fourth Wave?: Digital Media and the Arab Spring, Oxford

- Hussain, M.: 2013 Studies in Digital Politics, 1st Edition, **Oxford University Press**.
- JDAÏTAWÏ, A., UREN, V. S., RODRÍGUEZ-ESPÍNDOLA, O.: 2018 The Use of Social Media by NGOs to Promote Social Resilience: The Case of Syrian Crisis. In The **Third international conference for Refugees in the Middle East**: International Community: Opportunities and Challenges (pp. 425)
- KALLÏUS, A., MONTERESCU, D., RAJARAM, P. K.: 2016 Immobilizing mobility: border ethnography, illiberal democracy, and the politics of the "refugee crisis" in Hungary. *American Ethnologist*, 43(1), 25-37.
- KATZ, E., BLUMLER, J.G., GUREVITCH, M.: 1973 Uses and Gratifications Research: The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4 (Winter, 1973-1974), pp. 509-523, Oxford University Press on behalf of the **American Association for Public Opinion Research**
- KİRİŞÇİ, K.: 2016 Turkey's Role in the Syrian Refugee Crisis. **Georgetown Journal of International Affairs**, 17(2), 80-85.
- KİRİŞÇİ, K.: 2014 Syrian refugees and Turkey's challenges: Going beyond hospitality. Washington, DC: **Brookings Institution**.
- KLAPP, O.: 1972 Currents of Unrest. New York: Holt, **Rinehart and Winston**
- KLEİST, J.: 2017 What role does the media play in driving xenophobia? **World Policy Institute**, vol. XXXIV, no. 1, pp. 323-381
- LASSWELL, H.: 1927 Propaganda Technique in the World War, **University of Michigan**, New York
- LEE, R., KVASNY, L.: 2014 Understanding the role of social media in online health: A global perspective on online social support. **First Monday**, 19(1), 44-60.
- LEWIS-BECK, M.S., BRYMAN, A., LIAO, T.F.: 2004 The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods. **SAGE Publications**.
- LITTLE, D.: 1990 Cold War and Covert Action: The United States and Syria, 1945-1958. **Middle East Journal**, 44(1), 51-75.
- LEWIN, K.: 1943 "Forces behind food habits and methods of change". *Bulletin of the National Research Council*. 108: 35-65.
- MACTAVISH, E.: 2016 Barriers of Reporting Sexual Violence in Syrian Refugee Camps. Masters. **Royal Roads University**, Victoria, British Columbia.
- MAST, J., HANEGREEFS, S.: 2015 When News Media Turn To Citizen-Generated Images of War: Transparency and graphicness in the visual coverage of the Syrian conflict. **Digital Journalism** 3, 594-614. Issue 4: Photojournalism and Citizen Journalism: Co-operation, collaboration and connectivity.
- MCCOMBS, M.E., SHAW, D. L.: 1972 The Agenda Setting Function of Mass Media, **Public Opinion Quarterly** 36 (2)
- MEİS, M.: 2016 When is a conflict a crisis? On the aesthetics of the Syrian civil war in a

- social media context. **Media, War & Conflict**, 10(1), 69-86.
- MERRIMAN, J.: 1996 A History of Modern Europe: From the French Revolution to the Present. **W. W. Norton & Company**.
- MISHRA, D.: 2016 Role of Social Networking sites On Gender Violence. **International Journal of Advanced Information Science and Technology (IJAIST)**, 5(11), pp.8-62.
- NAS, A.: 2015 Representation of Syrian Refugees in Turkish Media: **A Critical Analysis of the News Items**.
- NOELLE-NEUMANN, E.: 1993. The spiral of silence: Public opinion, our social skin. Chicago: **University of Chicago Press**.
- OBAR, J. A., WILDMAN, S.: 2015 Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. **Telecommunications Policy**, 39(9), 745–750.
- ÖZDEMİR, Ö.: 2015 UK national print media coverage of sexual and gender-based violence (SGBV) against refugee women in Syrian refugee camps. **Syria Studies**
- PARKER, S.: 2015 Hidden crisis: violence against Syrian female refugees. **The Lancet**, 385(9985), 2341-2342.
- PASCASÍO, L.: 2017 Mediated Compassion And The Politics Of Displaced Bodies," **Eurasian Journal of Social Sciences**, Eurasian Publications, vol. 5(1), pages 1-10.
- RİFAT, M.: 2018 Public Opinion in Virtual Reality and Virtual fill Power, **Arab Publishing and Distribution**.
- POGHOSYAN, G., QURESHİ, M. A., IFRİM, G.: 2016 Topy: Real-time story tracking via social tags. In Joint European Conference on Machine Learning and Knowledge Discovery in Databases (pp. 45-49). **Springer International Publishing**.
- SACCO, V., GORİN, V.: 2018 Journalistic practices in the representation of Europe's 2014–2016 migrant and refugee crisis, **Journal of Applied Journalism & Media Studies** 7 (1), 3-14
- SANDIKL, A. SEMİN, A.: 2012 Bütün Boyutlarıyla Suriye Krizi ve Türkiye, 2012, **BİLGESAM**, 2012, s. 193.
- SHACKNOVE, A.: 1985 Who Is a Refugee? Ethics, Vol. 95, No. 2 (Jan., 1985), pp. 274-, **The University of Chicago Press Stable**
- SLOVÍC, P., VÄSTFJÄLL, D., ERLANDSSON, A., GREGORY, R.: 2017 Iconic photographs and the ebb and flow of empathic response to humanitarian disasters. Proceedings of the **National Academy of Sciences of the United States of America**, **PNAS**, January 24, 2017 114 (4) 640-644
- SMİT, R., HEİNRİCH, A., BROERSMA, M.: 2016 Witnessing in the new memory ecology: Memory construction of the Syrian conflict on YouTube. **New Media & Society**, 19(2), 289–307.
- SORENSEN, C., An Evolutionary Concept Analysis of Compassion Fatigue. **Journal of**

- BOLICK, B.,
WRIGHT, K.,
HAMILTON, R.: 2017
STEENSEN, S.: 2018
SUTTON, J.,
PALEN, L.,
SHKLOVSKI, I.: 2008
SZCZEPANIK, M.: 2016
TAYLOR, M.,
WELLS, G.,
HOWELL, G.,
BEVERLEY, R.: 2012
THOMAS, E.,
CARY, N.,
SMITH, L.,
SPEARS, R.
MCGARTY, C.: 2018
TOPRAK, A.
YILDIRIM, A.
AYGÜL, E.
BİNARK, M.
BÖREKÇİ, S.
ÇOMU, T.: 2014
VASTERMAN, P.: 2018
WILSON, A.: 2009
YEŞİLYURT, Y.: 2014
- Nursing Scholarship**, 49(5), pp.557-563.
- Journalism's epistemic crisis and its solution: Disinformation, datafication and source criticism. **Journalism**, 20(1), 185-189.
- Backchannels on the front lines: Emergent uses of social media in the 2007. **Southern California wildfires**.
- The 'Good' and 'Bad' Refugees? Imagined Refugeehood (s) in the Media Coverage of the Migration Crisis. *Journal of Identity and Migration Studies*, 10(2), 23.
- The role of social media as psychological first aid as a support to community resilience building. **The Australian Journal Of Emergency Management**, 27(1), 20-26.
- The Role of Social Media in Shaping Solidarity and Compassion Fade: How the Death of a Child Turned Apathy into Action but Distress took it away. **New Media & Society**, 14(1), p.146144481876081.
- Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "görülüyorum öyleyse varım!" **Kalkedon Yayıncılık**, Eğitim ve kültür Dizisi.
- From Media Hype to Twitter Storm. **Amsterdam University Press**.
- "Ukraine's 'Orange Revolution' of 2004: The Paradoxes of Negotiation", in Adam Roberts and Timothy Garton Ash (eds.), *Civil Resistance and Power Politics: The Experience of Non-violent Action from Gandhi to the Present*, **Oxford University Press**.
- Twitter'da Sözlü Yazılı ve Görsel Kültürün İzleri, İletişim Çalışmalarında Döjüital Yaklaşımlar Twitter, **Heretik Basın Yayın**: 18

ÇEVİRİMİÇİ KAYNAKLAR

- ACTED: 2018 Supporting Refugees in Informal Tented Settlements to Access Water and Sanitation, **ACTED**, (Çevrimiçi), <https://www.acted.org/en/supporting-refugees-in-informal-tented-settlements-to-access-water-and-sanitation/> 09.05.2018
- AHRAM: 2010 Ibrahim, Moses, Joseph, Lot, and Jacob preceded the Prophet Mohammad in Immigration, **Ahram**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/YAKpG> 03.04.2017
- ALARAB: 2015 When the image of a Syrian Refugee gives a New Life, 2015, **Alarab**, (Çevrimiçi), <https://cutt.us/T7KEF> 09.04.2018
- ALJAZEERA: 2016 Syrian Revolution, **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/NRrCg> 25.11.2017
- ALJAZEERA: 2015 Suriyeli Sığınmacılar 4 Milyonu Aştı, **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/UmFAR> 09.11.2017
- ALJAZEERA: 2011 NTC declares 'Liberation of Libya', **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/n31hr> 23.10.2017
- ALJAZEERA: 2011 Revolutions in Yemen, **Aljazera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/cTDym> 03.12.2017
- ALJAZEERA: 2013 The black box of the 1982 Hama massacre, **Aljazera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/z69dT> 21.12. 2017
- ALJAZEERA: 2012 This is How the Revolution began in Syria, **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/RNck6> 13.12. 2017
- ALJAZEERA: 2011 Chronology of Syria protests, **Aljazera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/gemI1> 22.12.2017
- ALJAZERA: 2015 Humans of New York It Tells Refugee Stories, **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/O04xZ> 12.03.2018
- AMMON: 2017 Can Jordan get a million Syrians into work? **AMMON**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/1PgPc> 28.02.2018
- AMMON: 2017 Hosting Syrian refugees cost Jordan \$10bn, **AMMON**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/Du5xr> 28.02.2018
- AMMON: 2017 Jordanians feel less safe since Syrian refugee crisis started, **AMMON**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/osHie> 28.02.2018
- ASIK, G.: 2017 Turkey Badly Needs a Long-Term Plan for Syrian Refugees, **HBR**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/sBui3> 02.12.2017
- ASSOCIATED PRESS: 2015 Abdul Halim al-Attar, Syrian Refugee in Viral Photo, is Now Running Three Businesses, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/pIOEM> 11.03.2017
- ALKHALIDI, S.: 2016 "Syrian Rebels say Russian Jets hit Refugee Camp along Jordan Border", **Reuters**, (Çevrimiçi), <https://www.reuters.com/article/uk-mideast-crisis-syria-south/syrian-rebels-say-russian-jets-hit-refugee-camp->

- [along-jordan-border-idUKKCN0ZS2VJ](#) 01.05.2017
- ALKOUSAA, R.: 2016 How Facebook hurt the Syrian Revolution, **Aljazeera**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/KTONA> 04.11.2017
- ALSAEEDI, S.: 2011 Hamza AlKhatib will be a Greater Symbol for the Syrians than Khaled Said or Bouazizi, **Alarabiya**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/iZc6C> 18.10.2017
- ALTAY, I.: 2017 “Refugee Crisis: A Closer Look at the Media's Role”. **Dailysabah**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/pleUb> 16.09. 2018
- AYDINLIKGAZETE: 2012 Sınırdışı Edin Bunları, **AYDINLIKGAZETE**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/NDMtL> 19.05.2017
- BARNARD, A.: 2016 Death Toll From War in Syria Now 470,000, **Nytimes**, (Çevrimiçi), <https://www.nytimes.com/2016/02/12/world/middleeast/death-toll-from-war-in-syria-now-470000-group-finds.html> 19.07.2017
- BBC: 2005 How the Rose Revolution Happened, **BBC**, (Çevrimiçi), <http://news.bbc.co.uk/2/hi/4532539.stm> 17.04.2018
- BBC: 2011 Syria Unrest: Pro-Assad Rallies in Damascus and Aleppo, **BBC**, (Çevrimiçi), <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-12892870> 05.11.2017
- BBC: 2011 Syria: Unblock Facebook without an Official Announcement, **BBC**, (Çevrimiçi), 08.11.2017 https://www.bbc.com/arabic/middleeast/2011/02/110209_syria_facebook
- BBC: 2011 New Media Emerge in 'Liberated' Libya, **BBC**, (Çevrimiçi), <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-12579451> 10.11.2018
- BENNETT, A.: 2016 Refaai Hamo: 5 Fast Facts You Need to Know, (Çevrimiçi), <https://heavy.com/news/2016/01/rafaai-hamo-syrian-refugee-obama-guest-state-of-union-age-wife-kids-death-killed-in-attack/> 20.08.2017
- BIOGRAPHY: 2015 Jack Dorsey Biography Computer Programmer, **Biography**, (Çevrimiçi), <https://www.biography.com/business-figure/jack-dorsey> 22.06.2019
- BRÖNING, M.: 2011 The Sturdy House That Assad Built: Why Damascus Is Not Cairo, **Foreignaffairs**, (Çevrimiçi), <https://www.foreignaffairs.com/articles/syria/2011-03-07/sturdy-house-assad-built> 25.09.2017
- CARNEGIE Damascus Spring, **Carnegie**, (Çevrimiçi), <https://carnegie-mec.org/syriaincrisis/?fa=48518> 19.11.2017
- CHEN, J.: 2018 Media Effect, **Investopedia**, (Çevrimiçi), https://www.investopedia.com/terms/m/media_effect.asp 07.10.2019
- CIA: 2019 Syria , Middle East: Syria, **CIA**, (Çevrimiçi), https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/print_sy.html 18.10.2019

- CLARKE, R.
SHOICHET, C.E.: 2015
CNN Image of 3-year-ld who Washed Ashore Underscores Europe's Refugee Crisis, **CNN**, (Çevrimiçi),
<https://edition.cnn.com/2015/09/02/europe/migration-crisis-boy-washed-ashore-in-turkey/index.html> 19.07.2019
- CLEMENT, J.: 2019
Most Popular Mobile Social Networking Apps in the United States as of September 2019, by Monthly Users, **STATISTA**, (Çevrimiçi),
<https://www.statista.com/statistics/248074/most-popular-us-social-networking-apps-ranked-by-audience/> 30.11.2019
- DEPILLIS, L.
SALUJA, K.
LU, D.: 2015
DOLLARHIDE, M.: 2019
75 Years of Major Refugee Crises around the World, **Washington Post**, (Çevrimiçi), <https://www.washingtonpost.com/graphics/world/historical-migrant-crisis/?noredirect=on> 04.05.2017
- DREDGE, S.: 2015
Social Media Definition, **Investopedia**, (Çevrimiçi),
<https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp> 08.04.2019
- DURAC, V.: 2018
How live video on Periscope helped 'get inside' the Syrian refugees story, **The Guardian**, (Çevrimiçi),
<https://www.theguardian.com/media/2015/sep/13/periscope-app-syrian-refugees-bild> 18.05.2019
- DW NEWS: 2019
How the Yemen conflict became a devastating humanitarian crisis, **Irishtimes**, (Çevrimiçi),
<https://www.irishtimes.com/news/world/middle-east/how-the-yemen-conflict-became-a-devastating-humanitarian-crisis-1.3692517> 08.12.2018
- ECONOMIST: 2015
How are Syrian refugees who fled to Germany faring? **DW NEWS**, (Çevrimiçi),
<https://www.dw.com/en/how-are-syrian-refugees-who-fled-to-germany-faring/av-47674104> 27.03.2019
- ELIBOL, K.: 2018
Syria's Drained Population, **ECONOMIST**, (Çevrimiçi),
<https://www.economist.com/graphic-detail/2015/09/30/syrias-drained-population> 29.06.2017
- ELHUSSEINI, F.: 2014
Türkiye'deki Suriyeli Mülteci Sayısı Açıklandı, **SÖZCÜ**, (Çevrimiçi),
<https://www.sozcu.com.tr/2018/gundem/turkiyedeki-suriyeli-multeci-sayisi-aciklandi-2331976/> 18.02.2019
- ElShaheed Facebook Sayfası
"The Arab Spring: conspiracies or national will?" **Middle East Monitor**, (Çevrimiçi), <https://www.middleeastmonitor.com/20140124-the-arab-spring-conspiracies-or-national-will/> 10.09.2017
- ERLICH, R.: 2016
<https://www.facebook.com/ElShaheed> (Çevrimiçi), 28.04.2018
- European Union: 2016
The Five Most Common Middle East Conspiracy Theories, **LOBELOG**, (Çevrimiçi), <https://lobelog.com/the-five-most-common-middle-east-conspiracy-theories/> 26.09.2017
- An Economic Take on the Refugee Crisis, A Macroeconomic Assessment

- for the EU, Institutional Paper 033 | 7. 2016, (Çevrimiçi),
https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/ip033_en_2.pdf
 18.05.2017
- FRANCE24: 2011 An invitation via "Facebook" to "a Syrian revolution against Bashar al-Assad", **france24**, (Çevrimiçi),
<https://www.france24.com/ar/20110227-syria-protests-bashar-al-Assad-invitation-facebook> 10.09.2017
- GHAZAL, M.: 2016 "6 Troops killed, 14 injured in Car Bomb attack on Syria Border", **The Jordan Times**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/N64YQ> 07.08.2017
- GIRE, S.: 2014 The Role of Social Media in the Arab Spring, **PANGAEA JOURNAL**, (Çevrimiçi), <https://sites.stedwards.edu/pangaea/the-role-of-social-media-in-the-arab-spring/> 08.01.2018
- GÖÇ İDARESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ "Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyelilerin İllere Göre Dağılımı," **Göç İdaresi Genel Müdürlüğü**, (Çevrimiçi),
http://www.goc.gov.tr/icerik3/gecici-koruma_363_378_4713 22.04.2017
- GÜREL, D. 2011 Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır?, **Denizergurel**, (Çevrimiçi),
<http://www.denizergurel.net/Instagramnedir-nasil-kullanilir/> 10.10.2018
- HABERYIRMI: 2017 Suriye Etnik Yapısı ve Dini Grupla, **Haberyirmi**, (Çevrimiçi),
<https://www.haberyirmi.net/2017/09/suriye-etnik-ve-dini-haritas.html>
 12.10.2017
- HANANO, A.: 2012 School Children who Ignited the Revolution in Syria, **reesyriantranslators**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/jYNP8> 18.09.2017
- HENDAWI, H.: 2014 Yemen's Crisis Reflects Arc of Arab Spring Revolts, (Çevrimiçi),
<https://apnews.com/be184e7b62f041c597f48bf0d9f14eb1> 23.12.2017
- HISTORY WORLD History of Syria, **HistoryWorld**, (Çevrimiçi),
<http://www.historyworld.net/wrldhis/PlainTextHistories.asp?historyid=nns01> 14.12.2017
- HUFFINGTON, A.: 2017 Citizen Journalism Quotes, **Azquotes**, (Çevrimiçi),
<http://www.azquotes.com/quotes/topics/citizen-journalism.html> 02.11.2018
- HÜRRİYET DAILY NEWS: 2013 Timeline of Gezi Park Protests, **Hurriyet Daily News**, (Çevrimiçi),
<http://www.hurriyetdailynews.com/timeline-of-gezi-park-protests--48321>
 06.04.2018
- IANCHOVICHINA, E.: 2018 Eruptions of Popular Anger The Economics of the Arab Spring and Its Aftermath, MENA DEVELOPMENT REPORT, International Bank for Reconstruction and Development / **The World Bank**. (Çevrimiçi),
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28961/9781464811524.pdf?sequence=5&isAllowed=y> 02.01.2019
- FIDH (International Federation for Human Rights): 2012 Violence against Women in Syria: Breaking the Silence, Paris: Norwegian Ministry of Foreign Affairs, the **Paris Bar Association** "Barreau de Paris Solidarité" and SyriArt. (Çevrimiçi),

- https://fidh.org/IMG/pdf/syria_sexual_violence-web.pdf 08.02.2019
- INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR MIGRATION
ISLAMI ANALİZ: 2014
IOM History, **International Organization for Migration (IOM)**, (Çevrimiçi), <https://www.iom.int/iom-history> 06.05.2017
- JONES, S.: 2015
Ortadoğu'yu Anlatan 40 Harita, **İslamianaliz**, (Çevrimiçi), <http://www.islamianaliz.com/ortadogu/> 18.08.2017
- KABALAN , N: 2019
Plato Computer-based Education System, **Britannica**, (Çevrimiçi), <https://www.britannica.com/topic/PLATO-education-system> 11.05.2019
- KALLAS, P.: 2019
Has International Intervention Pro War in Syria? **Insideover**, (Çevrimiçi), <https://www.insideover.com/politics/has-international-intervention-prolonged-the-war-in-syria.html> 03.11.2019
- KAYA, N.: 2015
Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps, Dreamgrow, (Çevrimiçi), <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> 12.11.2018
- KEMP, S.: 2019
300 Milyon Kullanıcıya Ulaşan Instagram, Twitter'ı Geride Bıraktı, **Naimkaya**, (Çevrimiçi), <http://www.naimkaya.com/2015/08/04/300-milyon-kullaniciya-ulasan-instagram-twitteri-geridebirakti/> 14.10.2018
- KENTON, W.: 2019
Digital 2019: Global Digital Overview, **Datareportal**, (Çevrimiçi), <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview> 20.02.2019
- KHADER, A.: 2013
What is Social Networking? **İNVESTOPEDIA**, (Çevrimiçi), <https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp> 10.04.2019
- KOÇOĞLU, S.: 2018
Anketin geçerliliği ve tutarlılığı için genel kurallar, **Alukah**, (Çevrimiçi), <https://www.alukah.net/eleid/8/50431/> 14.12.2017
- KURTZ, L.: 2010
Facebook Nedir? Neden Önemlidir? Facebook'un Özellikleri Nelerdir? Brandingturkiye, (Çevrimiçi), <https://www.brandingturkiye.com/facebook-nedir-neden-onemlidir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/> 07.04.2019
- MACID, M.: 2016
Otpor and the Struggle for Democracy in Serbia (1998-2000), **Nonviolent**, (Çevrimiçi), <https://www.nonviolent-conflict.org/otpor-struggle-democracy-serbia-1998-2000/> 10.04.2018
- MCCORMICK, R.: 2015
Sosyal Medyada "Madaya'ya Destek Kampanyası" Büyük ilgi Gördü, **Anadolu Ajansı**, (Çevrimiçi), <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/sosyal-medyada-madayaya-destek-kampanyasi-buyuk-ilgi-gordu/502624> 03.04.2019
- "YouTube drops Flash for HTML5 video as default, **Theverge**, (Çevrimiçi), <https://www.theverge.com/2015/1/27/7926001/youtube-drops-flash-for-html5-video-default> 12.05.2019

- MANFREDA, P.: 2019 What Is the Arab Spring? An Overview of the Middle East Uprisings in 2011, **Thoughtco**, (Çevrimiçi), <https://www.thoughtco.com/definition-of-the-arab-spring-2353029> 16.10.2019
- MENASHY, F., ZAKHARİA, Z.: 2018 Investing in the crisis: Private participation in the education of Syrian refugees, Education International under the “Global Response to the Increasing Commercialisation and Privatisation in and of Education” **University of Massachusetts Boston**, (Çevrimiçi), <https://www.fmreview.org/sites/fmr/files/FMRdownloads/ar/syria2018/zakhar-ia-menashy.pdf> 17.08.2018
- MERCY CORPS The World's 5 Biggest Refugee Crises, **Mercy Corps**, (Çevrimiçi), <https://www.mercycorps.org/articles/worlds-5-biggest-refugee-crises> 03.04.2019
- MERRIAM WEBSTER The Origin of the Word Refugee, **Merriam Webster**, (Çevrimiçi), <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/origin-and-meaning-of-refugee> 03.04.2017
- MİCHİGANRADIO: 2017 What happened to Dr. Rafeai Hamo, the Syrian refugee featured in Humans of New York? **MİCHİGANRADIO**, (Çevrimiçi), <https://www.michiganradio.org/post/what-happened-dr-rafaai-hamo-syrian-refugee-featured-humans-new-york> 09.08.2017
- MIDDLE EAST STAR: 2014 Syrian Refugees Biggest Humanitarian Crisis, **Middle East Star**, (Çevrimiçi), <https://www.middleeaststar.com/news/225225113/syrian-refugees-biggest-humanitarian-crisis> 21.11.2017
- MİDDLEEASTMONİTOR: 2019 Syrians told to ‘go home’ after Istanbul mayoral re-election: A Twitter hashtag telling Syrians to get out of Turkey began trending on June 24, 2019, **MİDDLEEASTMONİTOR**, (Çevrimiçi), <https://www.middleeastmonitor.com/20190624-syrians-told-to-go-home-after-istanbul-mayoral-re-election/> 25.08.2019
- MURPHY, C.: 2012 The Arab Spring: The Uprising and its Significance, **TRINITYDC.EDU**, (Çevrimiçi), <https://www.trinitydc.edu/magazine-2012/the-arab-spring-the-uprising-and-its-significance/> 26.09.2017
- Murphy, E.: 2019 Credibility & Citizen Journalism, **medium.com**, (Çevrimiçi), <https://medium.com/@s4900326/credibility-citizen-journalism-8d65ebc46347> 12.02.2019
- NABULSI, M.: 2005 Fiqh of the Biography of the Prophet - Lesson: 17 - Migration to Abyssinia, **Nabulsi**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/0xQuK> 03.05.2017
- NGAK, C.: 2011 Occupy Wall Street uses Social Media to Spread Nationwide, **CBSNEWS**, (Çevrimiçi), <https://www.cbsnews.com/news/occupy-wall-street-uses-social-media-to-spread-nationwide/> 06.04.2018

- NOORAN, A.: 2017 His name was Ahmad: Syrian Child Raped and Murdered in Jordan, **StepFeed**, 2017, (Çevrimiçi), <https://stepfeed.com/his-name-was-ahmad-syrian-child-raped-and-murdered-in-jordan-8334> 12.06.2018
- NPR: 2011 The Arab Spring: A Year Of Revolution, **NPR**, (Çevrimiçi), <https://www.npr.org/2011/12/17/143897126/the-arab-spring-a-year-of-revolution> 24.02.2018
- OCCUPY WALL STREET **Occupy Wall Street**, (Çevrimiçi), <http://occupywallst.org/> 11.02.2018
- OHCHR, 1967 Protocol Status of Refugees, **OHCHR**, (Çevrimiçi), <https://www.ohchr.org/AR/ProfessionalInterest/Pages/ProtocolStatusOfRefugees.aspx> 03.05.2017
- OHCHR İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, **OHCHR**, (Çevrimiçi), <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=trk> 08.05.2017
- OMNICOREAGENCY: 2019 YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, **Omnicoagency**, (Çevrimiçi), <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> 09.10.2019
- PARATER, L.: 2015 7 Videos Guaranteed to Change the Way you See Refugees, **UNHCR**, (Çevrimiçi), <https://www.unhcr.org/innovation/7-videos-guaranteed-to-change-the-way-you-see-refugees/> 19.06.2019
- Ray, M.: 2009 Social network, 29, 01, 2009 **britannica**, (Çevrimiçi), <https://www.britannica.com/technology/social-network> 26.07.2018
- PRESTON, J.: 2011 Protesters look for ways to Feed the Web, **The New York Times**, (Çevrimiçi), <https://www.nytimes.com/2011/11/25/business/media/occupy-movement-focuses-on-staying-current-on-social-networks.html> 06.04.2018
- RELIEFWEB: 2014 UN Children's Fund and Reach Initiative Report, 2014, Syrian refugees Staying in Informal Tented Settlements in Jordan: Multi-Sector Needs Assessment, **RELIEFWEB**, 02.10.2014, (Çevrimiçi), <https://reliefweb.int/report/jordan/syrian-refugees-staying-informal-tented-settlements-jordan-multi-sector-needs> 09.05.2017
- Refworld.org Convention Governing the Specific Aspects of Refugee Problems in Africa ("OAU Convention") **Refworld**, (Çevrimiçi), <https://www.refworld.org/docid/3ae6b36018.html> 11.05.2017
- REUTERS: 2008 The Damascus Declaration and the Crisis of the Syrian State! **Reuters**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/JFge4> 18.11.2017
- REUTERS: 2011 Social Media: a Double-Edged Sword in Syria, **Reuters**, (Çevrimiçi), <https://www.reuters.com/article/us-syria-social-media/social-media-a-double-edged-sword-in-syria-idUSTRE76C3DB20110713> 13.07.2011

- RODRIGUES, J.: 2011 "1982: Syria's President Hafez Al-Assad Crushes Rebellion in Hama", **The Guardian**, (Çevrimiçi), <https://www.theguardian.com/theguardian/from-the-archive-blog/2011/aug/01/hama-syria-massacre-1982-archive> 17.11.2017
- ROSEN, A.: 2017 Tweeting Made Easier, (Çevrimiçi), https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/tweetingmadeeasyier.html 10.04.2019
- ROUSE, M.: 2019 Social Networking, 2019, **Techtarget**, (Çevrimiçi), <https://whatis.techtarget.com/definition/social-networking> 09.04.2019
- SALVADORETTI, T.: 2013 The role of social media in the Syrian Crisis, **Asfar**, (Çevrimiçi), <https://www.asfar.org.uk/the-role-of-social-media-in-the-syrian-crisis/> 15.09.2019
- SANDS, P.: 2012 "Referendum was 'rigged', Syria opposition groups claim". **The national**, (Çevrimiçi), <http://www.thenational.ae/news/world/middle-east/referendum-was-rigged-syria-opposition-groups-claim> 04.05.2017
- SCHENKER, D.: 2015 How Jordan and Lebanon Sheltered Millions of Refugees, **Foreignaffairs**, (Çevrimiçi), <https://www.foreignaffairs.com/articles/jordan/2015-09-28/syrias-good-neighbors> 11.11.2017
- SHERWOOD, H.: 2014 Global refugee figure passes 50m for first time since second world war, **The Guardian**, (Çevrimiçi), <https://www.theguardian.com/world/2014/jun/20/global-refugee-figure-passes-50-million-unhcr-report> 21.12.2017
- STATISTA: 2018 Most Popular Social Media Sites in Arab Countries as of November 2014, by reach, **Statista**, (Çevrimiçi), <https://www.statista.com/statistics/248074/most-popular-us-social-networking-apps-ranked-by-audience/> 13.04.2019
- SATELL, G.: 2014 If You Doubt That Social Media Has Changed The World, Take A Look At Ukraine, **Forbes**, (Çevrimiçi), <https://www.forbes.com/sites/gregsatell/2014/01/18/if-you-doubt-that-social-media-has-changed-the-world-take-a-look-at-ukraine/#7711f6f34a2c> 07.11.2017
- SYRIAHR: 2018 What languages do Syrians speak? **Syriahr**, (Çevrimiçi), <https://syriahr.org/what-languages-do-syrians-speak/> 05.10.2017
- SYRIAHR: 2017 "About 500000 persons were killed in Syria during 81 months after the Syrian Revolution started", **SYRIAHR**, (Çevrimiçi), <http://www.syriahr.com/en/?p=80436> 18.10.2018
- SYRIAN REVOLUTION FACEBOOK SAYFASI <https://www.facebook.com/Syrian.Revolution/> (Çevrimiçi), 16.03.2018

- SATURN, W.: 2013 JFK Assassination: Abraham Zapruder & the Birth of Citizen Journalism, **Saturnsrepository**, (Çevrimiçi), <https://saturnsrepository.wordpress.com/2013/11/22/jfk-assassination-abraham-zapruder-the-birth-of-citizen-journalism/> 22.11.2018
- SHEARLAW, M.: 2016 Egypt Five Years On: Was it Ever a 'Social Media Revolution'?, **The Guardian**, 2016, (Çevrimiçi), <https://www.theguardian.com/world/2016/jan/25/egypt-5-years-on-was-it-ever-a-social-media-revolution> 25.01.2017
- SIMONARSON, G.: 2015 Help Abdul and Reem Start a New Life, **Indiegogo**, (Çevrimiçi), <https://www.indiegogo.com/projects/help-abdul-and-reem-start-a-new-life#/> 18.09.2018
- SOCIAL WATCH: 2017 Social Degradation in Syria: How the War impacts on Social Capital, **SOCIAL WATCH**, (Çevrimiçi), <http://www.socialwatch.org/node/17648> 28.07.2018
- TESCH, N.: 2011 Arab Spring, **Britannica**, (Çevrimiçi), <https://www.britannica.com/event/Arab-Spring> 10.09.2017
- TESCH, N.: 2011 Mohamed Bouazizi, **Britannica**, (Çevrimiçi), <https://www.britannica.com/biography/Mohamed-Bouazizi> 08.08.2017
- TESCH, N.: 2011 Libya Revolt of 2011, **Britannica**, (Çevrimiçi), <https://www.britannica.com/event/Libya-Revolt-of-2011/Libya-facts-and-figures> 08.11.2017
- TOKYAY, M.: 2016 Is Xenophobia against Syrian Refugees on the Rise in Turkey? **ALARABIYA**, (Çevrimiçi), <https://english.alarabiya.net/en/2016/08/01/Is-xenophobia-against-Syrian-refugees-on-the-rise-in-Turkey-.html> 02.12.2017
- TREMBLAY, P.: 2014 Anti-Arab Sentiment on Rise in Turkey, **ALMONITOR**, (Çevrimiçi), <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2014/08/turkey-syria-anti-arab-sentiment-tremblay.html#ixzz502gvdAoe> 12.12.2017
- TUCKER, J.: 2013 A Breakout Role for Twitter? Extensive Use of Social Media in the Absence of Traditional Media by Turks in Turkish in Taksim Square Protests, **The Monkey Cage**, (Çevrimiçi), <https://themonkeycage.org/2013/06/a-breakout-role-for-twitter-extensive-use-of-social-media-in-the-absence-of-traditional-media-by-turks-in-turkish-in-taksim-square-protests/> 05.02.2018
- TUNÇ, A.: 2014 Can Pomegranates Replace Penguins? Social Media and the Rise of Citizen Journalism in Turkey, **Freedom House**, (Çevrimiçi), <https://2u.pw/gJG5W> 13.03.2018
- UN: 1948 Universal Declaration Human Rights, **UN**, (Çevrimiçi), <https://www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html> 27.06.2017

UNHCR: 2003	“Sexual and Gender-Based Violence against Refugees, Returnees and Internally Displaced Persons”. Geneva: prepared by the Office of the United Nations High Commissioner for Refugees , (Çevrimiçi), https://www.unicef.org/emerg/files/gl_sgbv03.pdf 04.08.2018
UNHCR, 2017	History of UNHCR, (Çevrimiçi), https://www.unhcr.org/history-of-unhcr.html 06.05.2017
UNHCR, 2017	Refugee Convention, UNHCR , (Çevrimiçi), https://www.unhcr.org/1951-refugee-convention.html 27.06.2017
UNHCR, 1984	Cartagena Declaration on Refugees, UNHCR , (Çevrimiçi), https://www.unhcr.org/53bd4d0c9.pdf 27.06.2017
UNHCR: 2018	Seven Years On: Timeline of the Syria Crisis, UNHCR , (Çevrimiçi), https://www.unhcr.org/ph/13427-seven-years-timeline-syria-crisis.html 17.01.2019
UNHCR: 2019	Syria Emergency, UNHCR , (Çevrimiçi), https://www.unhcr.org/syria-emergency.html 30.07.2019
UNHCR: 2019	Syria Regional Refugee Response, UNHCR , (Çevrimiçi), https://data2.unhcr.org/en/situations/syria 14.09.2019
UNHCR: 2017	Syrian Refugee Camps and Provincial Breakdown of Syrian Refugees Registered in SE Turkey, UNHCR , (Çevrimiçi), https://data2.unhcr.org/en/documents/details/54624 11.04.2017
UNHCR: 2019	Jordan Fact Sheet: June 2018, UNHCR , (Çevrimiçi), http://reporting.unhcr.org/sites/default/files/UNHCR%20Jordan%20Fact%20Sheet%20-%20June%202018.pdf 27.03.2019
UNHCR: 2019	Syrian Refugees Crisis, 2019, UNHCR , (Çevrimiçi), https://www.unrefugees.org/emergencies/syria/ 11.09.2018
UNHCR: 2019	"UNHCR Syria Regional Refugee Response/ Jordan", 2019, UNHCR , (Çevrimiçi), http://data.unhcr.org/syrianrefugees/country.php?id=107 12.06.2019
UNHCR: 2016	"UNHCR Syria Regional Refugee Response-Turkey", Syria Regional Refugee Response, UNHCR , (Çevrimiçi), https://data2.unhcr.org/en/situations/syria 09.07.2018
UNHCR: 2018	FACT SHEET: Jordan, 2018, UNHCR , (Çevrimiçi), https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/66556.pdf 10.10.2019
UNHCR: 2018	Evaluation Kumkapi Migrant Women Center Turkey, UNHCR , (Çevrimiçi), https://reliefweb.int/job/3112738/evaluation-kumkapi-migrant-women-center-turkey 10.10.2019
UNOCHA: 2016	"UN Office for the Coordination of Humanitarian Affairs, UNOCHA , (Çevrimiçi), https://www.unocha.org/syria 09.07.2018
VDC	Violations Documentation in Syria, (Çevrimiçi), http://vdc-sy.net/en/

- 08.04.2018
- Williams, L.: 2011 Syria to set Facebook status to unbanned in gesture to people, **Theguardian**, (Çevrimiçi), <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/08/syria-facebook-unbanned-people> 25.11.2017
- WPR: 2019 Syria Population, **World Population Review**, (Çevrimiçi), <http://worldpopulationreview.com/countries/syria-population/> 17.11.2019
- ZAMANALWSL: 2015 Hamza AlKhatib and Thamer Al-Sharia: 18 pictures that are shown for the first time, and details that were not seen before, **Zamanalwsl**, (Çevrimiçi), <https://www.zamanalwsl.net/news/article/59307> 13.11.2017



EKLER

EK (1): Anket

Numara: _____

Şehir: _____

Sosyal Medyanın Ürdün Ve Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Etkisi

Değerli Katılımcılar:

Bu anket, İstanbul Üniversitesi'nde doktora tezinin tamamlanması için bir çalışmadır.

Bu anket, Sosyal Medyanın Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Yanıtlayıcıların seçiminin rastgele yapıldığını ve bu ankette yer alan tüm bilgilerin tamamen akademik amaçlar için kullanılacağını ve başka bir amaç için kullanılmayacağını ve mutlak gizlilik içinde ele alınacağını vurgulamak isterim.

Araştırmacı:
Yasmin AlDamen

Birinci Bölüm: Demografik Veriler

(101) Cinsiyet:			
1	Erkek	2	Kadın
(102) Medeni Durumu:			
1	Evli	2	Bekar
3	Dul	4	Boşanmış
(103) Yaş:			
(104): Eğitim Durumu:			
1	Lise	2	Lisesiden Az
3	Lisans	4	Mesleki Diploma(Orta Enstitü Diploması)
5	Yüksek Diploma	6	Yüksek lisans
7	Doktora		
(105): Kiminle yaşıyorsunuz?			
1	Ailemle Beraber	2	Arkadaşlarımla
3	Yalnızım		
(106): Konaklama Yeriniz Türü nedir?			
1	Ev sahibi (108'e git)	2	Kira (108'e git)
3	Kampta bir karavan		
(107): Hangi kamp?			
(108): Çalışıyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır (201'ye git)
(109): Aylık Geliriniz kaç?			

İkinci Bölm : Sosyal Medya Kullanımı ve Kullanımının Etkisi ve Rolü

(201) Bilgisayarınız için nereden internet alıyorsunuz?			
1	Kablosuz	2	İnternet Aboneliği
3	Her ikisi	4	Evimizde Bilgisayar Yok
(202) Akıllı telefonunuz için nereden internet alıyorsunuz?			
1	Kablosuz	2	İnternet Aboneliği
3	Her ikisi	4	Akıllı telefonunYok

(203) Aşağıdaki sosyal medya hesabınız var mı?			
1	Facebook	(1) [] Evet (2) [] Hayır	
2	Twitter	(1) [] Evet (2) [] Hayır	
3	Instagram	(1) [] Evet (2) [] Hayır	
4	YouTube	(1) [] Evet (2) [] Hayır	
5	Diğer: _____	(1) [] Evet (2) [] Hayır	
(204) En Çok Hangi Sosyal Medyayı Kullanıyorsunuz (sadece bir cevap seçin)?			
1	Facebook	2	Twitter
3	YouTube	4	Instagram
5	Diğer: _____		
(205) Sosyal medyayı (Facebook, Twitter, vb.) günde kaç saat kullanıyorsunuz?			
1	Günde 2-4 saat arası	2	Günde 4 saatten fazla
3	Günde 2 saatten az		
(206) 18 yaşın üzerindeki aile üyeleri sosyal medya kullanıyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır
3	Ailede 18 yaşın üstünde bir üye yok		
(207) Gerçek kimliği sosyal ağlarda kayıt oluyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır
(208) Sosyal ağlarda yaş, cinsiyet, adres ve kişisel fotoğraflar gibi sizinle ilgili geçerli veriler ekler misiniz?			
1	Evet	2	Hayır
(209) Sosyal ağ sitelerinde yer alan tüm fotoğraflarınız ve bilgileriniz gerçek kişiliğinizi yansıtıyor mu?			
1	Evet	2	Hayır
(210) İşletmeni, ürünlerini ve ticaretinizi pazarlamak için sosyal paylaşım sitelerini kullanıyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır
(211) Burs, dil kursu, ücretsiz kurs, eğitim ve çalıştay aramak için sosyal paylaşım sitelerini kullanıyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır
(212) Suriye'den ayrıldıktan sonra sosyal medya kullanımınızı artırdı mı?			
1	Evet	2	Hayır
(213) Çocuklarınız Suriye'den ayrıldıktan sonra sosyal medya kullanmalarını artırdı mı?			
1	Evet	2	Hayır
3	Benim çocuklarım yok		
(214) Sığınma öncesinde Suriye'de sosyal araçlarını kullanmamanız temel nedenleri nelerdir?			

1	Eğitimsel ve bilimsel nedenler	2	Boş zaman harcamak ve eğlenmek
3	Yurt içinde ve dışında aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak	4	İş aramak
5	Ürün ve iş pazarlamak	6	Başka bir ülkeye yardım edecek bir kaçamak bulmak
7	Haberleri ve dünyadaki son gelişmeleri bilmek	8	Acıyı aktarmak ve yardım istemek
9	Anıları belgelemek	10	Kendini ve içinde ne olduğunu ifade etmek
11	Arkadaş edinmek		
(215) Başka bir dil öğrenmek için sosyal paylaşım sitelerini kullanıyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır
(216) Suriye'den çıkmak veya başka bir ülkeye ulaşmak için bir komisyoncu ile iletişim kurmak için sosyal medya kullandınız mı?			
1	Evet	2	Hayır (217'ye gidiniz)
3	Bana ulaşma girişiminde bulunuldu		
(217) komisyoncu ile iletişim kurmadan önce kişinin kimliğini doğruladınız mı?			
1	Evet	2	Umrumda değil, önemli olan bana yardım etmektir
(218) Sizi sosyal medya aracılığıyla başka bir ülkeye götürmek için maddi veya fiziksel olarak kötüye kullandınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(219) Sosyal medya aracılığıyla bir başkası tarafından başka ülkeye gitmek için fiziksel veya maddi olarak sömüldüğünü kişileri transfer edildiğini duydunuz mu?			
1	Evet	2	Hayır
(220) Yeni bir zanaat, beceri veya bir şey öğrenirken (programlama dili, bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni yemek tarifleri, vb.) Sosyal paylaşım sitelerinden faydalandınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(221) Bir kitap veya edebi metin yazıp bunları sosyal ağ sitelerinde (edebi araştırma, roman, hikaye, makale, edebi kitap) yayınladınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(222) Sosyal paylaşım sitelerinde bir eğitim sayfası oluşturduunuz mu?			
1	Evet	2	Hayır
(223) Sosyal medya, sığındığınız toplulukların halkın gelenekselleri ve geleneklerini görmenizi sağladı mı?			
1	Evet	2	Hayır
(224) Sosyal medyada, endişeleriniz ve sorunlarınızı ifade etmek veya açıklamak için uygun bir araç olduğunu düşünüyorsunuz?			
1	Evet	2	Hayır

(225) Sosyal medya, mülteci olarak haklarınızı tanımanıza yardımcı oldu mu?			
1	Evet	2	Hayır
(226) Sosyal medya uluslararası kurumları bilmenize mültecilere yardım sağlayan size yardımcı oldu mu?			
1	Evet	2	Hayır
(227) Sosyal medya nerede ve nasıl yardım bulacağın konusunda bilgi edimenize yardımcı oldu mu?			
1	Evet	2	Hayır
(228) Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'ni (BMMYK) sosyal medyada hiç duydunuz mu?			
1	Evet	2	Hayır
(229) Suriye çatışma olaylarından sonra Facebook'ta herhangi bir sayfa veya gruba katıldınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(230) Sizce, Suriye çatışma olaylarında sosyal medya kullanımının etkisi nasıldı?			
1	Olumlu	2	Olumsuz
3	Bilmiyorum		
(231) Sizce, Suriyeli çatışma olayları ve mülteci krizinin tüm dünyaya ulaştırılmasında sosyal medya araçları başarılı mıydı?			
1	Evet	2	Hayır
(232) Sizce, sosyal medyanın Suriyeli mültecilerin sorunları üzerinde ne derece olumlu etkisi oldu?			
1	Çok büyük	2	Büyük
3	Orta	4	Az
5	Hiç olumlu etkisi olmadı		
(233) Sizce, sosyal medyanın Suriyeli mültecilerin sorunları üzerinde ne derece olumsuz etkisi oldu?			
1	Çok büyük	2	Büyük
3	Orta	4	Az
5	Hiç olumsuz etkisi olmadı		
(234) Sizce, sosyal medya, uluslararası mülteci hukuku hakkındaki bilginin yayılmasına katkıda bulundu mu?			
1	Evet	2	Hayır
(235) Sizce, sosyal ağlar, insanların Suriye'de olup bitenlerin ve Suriyeli mültecilerin yüz yüze kaldıkları bilginin gelişimini etkiliyor mu?			
1	Evet	2	Hayır
3	Bilmiyorum		
(236) Medya'nın ve Facebook gibi sosyal iletişim araçları aracılığıyla aktarılanların, Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin anavatanlarına geri dönebileceğini insanları kandırdığını düşünüyor musunuz?			

1	Evet. Aldanıyor	2	Hayır. Aldanmıyor
3	Bilmiyorum		
(237) Sizce, kadın ve çocuk gibi mültecilerin insani durumlarını gün yüzüne çıkartmaya sosyal medyanın rolü nedir?			
1	Çok büyük	2	Büyük
3	Az	4	Orta
5	Hiçbir rolü		

Üçüncü Bölüm: Sosyal medya kanalları aracılığıyla mültecilere yönelik nefret söylemi ve

Suriyeli Mültecinin İmajı

(301) Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya aşağılayıcı ifadeler içeren sosyal medya siteleri aracılığıyla yayınlar, haberler, yorumlar veya resimler mi karşılaştınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
3	Bilmiyorum		
(302) Diyelim ki, Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya aşağılayıcı ifadeler içeren sosyal medya siteleri aracılığıyla yayınların, haberlerin, yorumların veya imgelerini karşılaşırsanız, cevap veriyor musunuz?			
1	Evet	2	Hayır. Benim, ailem, veya Suriyelilere karşı rahatsız edici yorumları önlemek için
3	Hayır, çünkü cevap vermek için vaktim yok		
(303) Genel olarak medyada Suriyeli mültecilerin suistimalini gördüğünüzde neler hissediyorsunuz?			
1	Hoşnutsuzluk	2	Umrumda değil
(304) Sosyal medyanın Suriyeli mültecilerle ilgili imajını nasıl bulursunuz?			
1	Olumlu (onlarla empati)	2	Olumsuz (nefret söylemi)
3	Tarafsız	4	Bilmiyorum
(305) Suriyeli mültecilerin Ürdün'deki imajını iletmede sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Etkisini nasıl tanımlarsınız?			
1	Suriyeli mültecilere yönelik nefret ve düşmanlık arttı	2	Suriyeli mültecilere yönelik nefret ve düşmanlığı azalttı
3	Tarafsızdı ve gerçeği açıkladı	4	Bilmiyorum

Dördüncü Bölüm: Mülteci Gazeteci

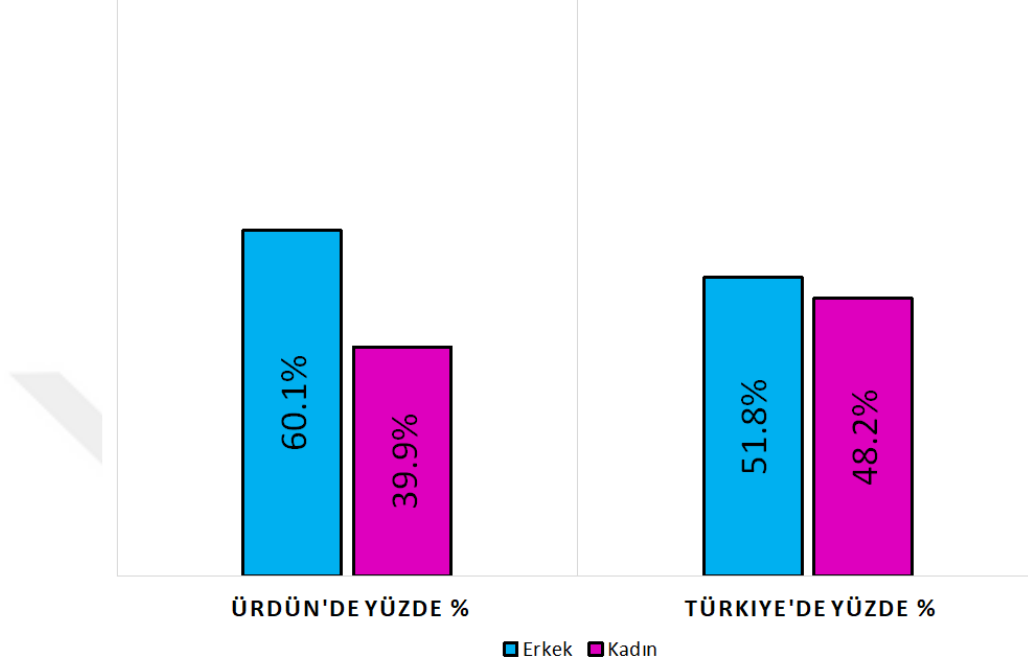
(401) Suriye medyasına ilişkin bir haberi, haber fotoğrafını, sosyal medyayı kullanan bir haber sitesine bir video gönderdiniz mi?			
1	Evet. Sığınmadan önce	2	Evet. Sığınma sonrası
3	Evet. Sığınmadan öncesi ve sonrası	4	Hayır
(402) Sosyal ağ sitelerinde mülteciler ve Suriye çatışma olayları ile ilgili bir hikaye veya olay yayımladınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(403) Sosyal ağ sitelerinde başkalarının acılarını veya diğer Suriyeli mültecilerin hikaye yayımladınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(404) Suriyeli mülteciler hakkında sosyal medya sitelerinde yayınlanan bir haber, fotoğraf, yorum veya yorum üzerine yorum yaptınız mı?			
1	Evet	2	Hayır
(405) Suriye'den çıkış sırasında Sosyal ağ sitelerinde Suriye çatışma olayları ile ilgili fotoğrafçektin mi veya belgelediniz mi?			
1	Evet	2	Hayır
(406) Suriye'de olup bitenleri resim ve video göndermek için bazı aktivistlerin ve mültecilerin yaptığını nasıl buluyorsunuz?			
1	Olumlu	2	Olumsuz
3	Olumlu ve olumsuz		

Beşinci Bölüm: Etkili Mülteci

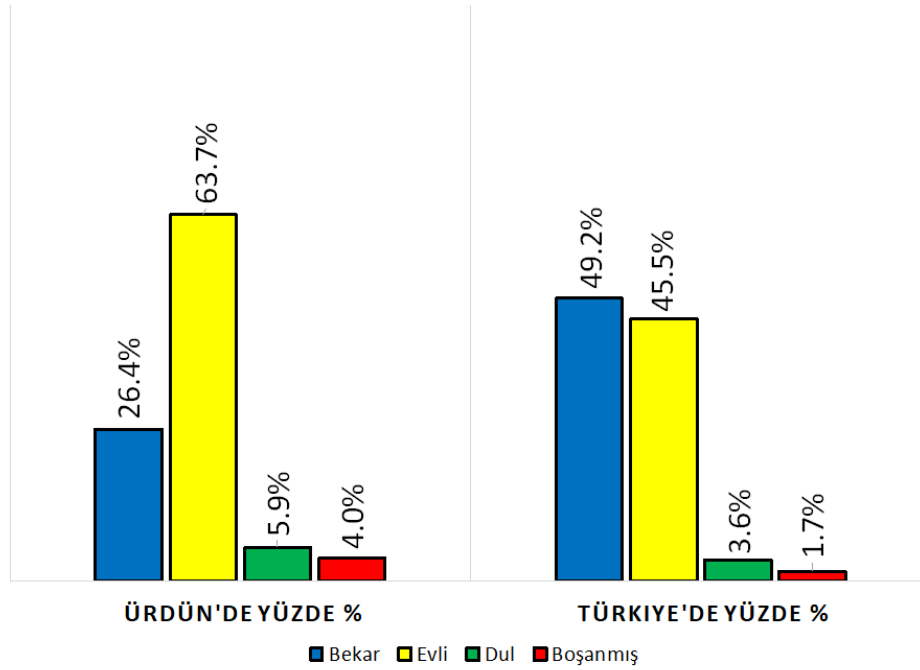
(501) Facebook'ta özel bir sayfanız veya özel bir Twitter sayfanız var mı (kişisel bir hesap değil)?			
1	Evet	2	Hayır
(502) Facebook her hangi bir gruba üye misiniz?			
1	Evet	2	Hayır
(503) Mülteci yardımı amacıyla Facebook'ta arkadaşlarınca yaratılan sayfalardan haberiniz var mı?			
1	Olumlu	2	Olumsuz
3	Olumlu ve olumsuz		

EK (2): Grafikler

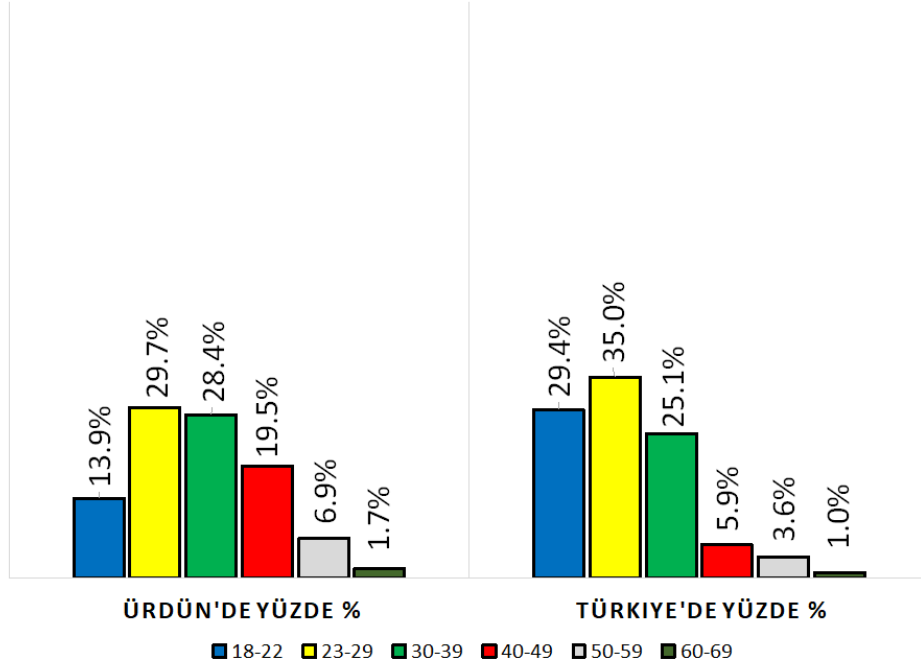
Grafik 4: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı



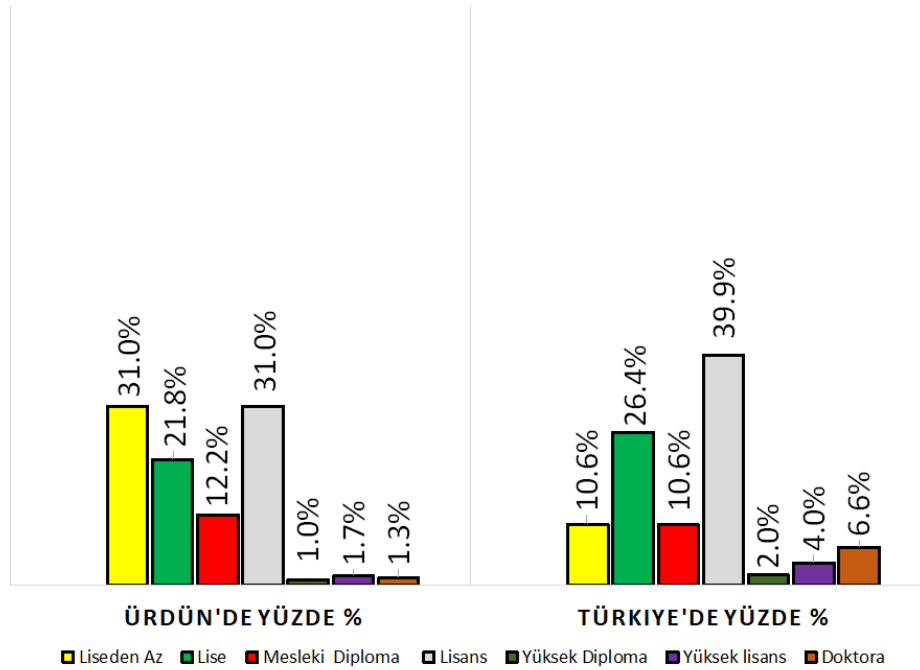
Grafik 5: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı



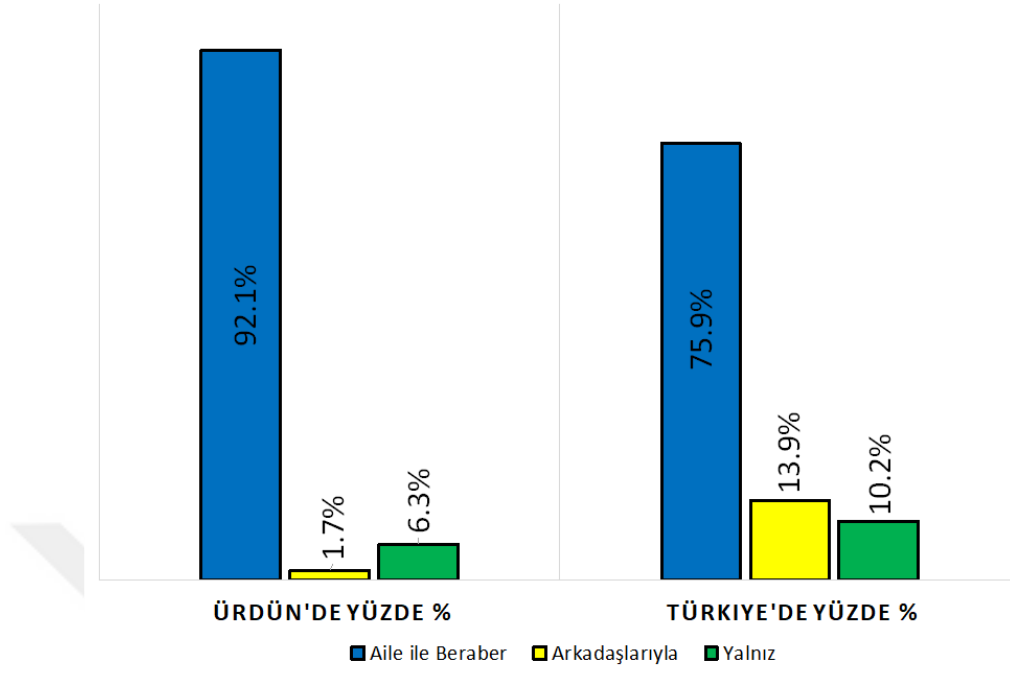
Grafik 6: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı



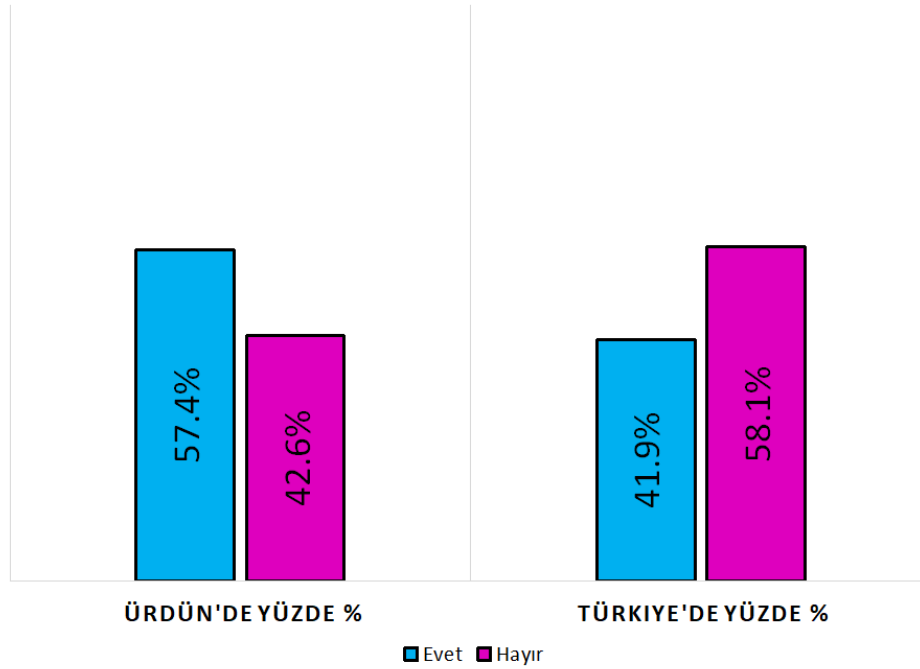
Grafik 7: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı



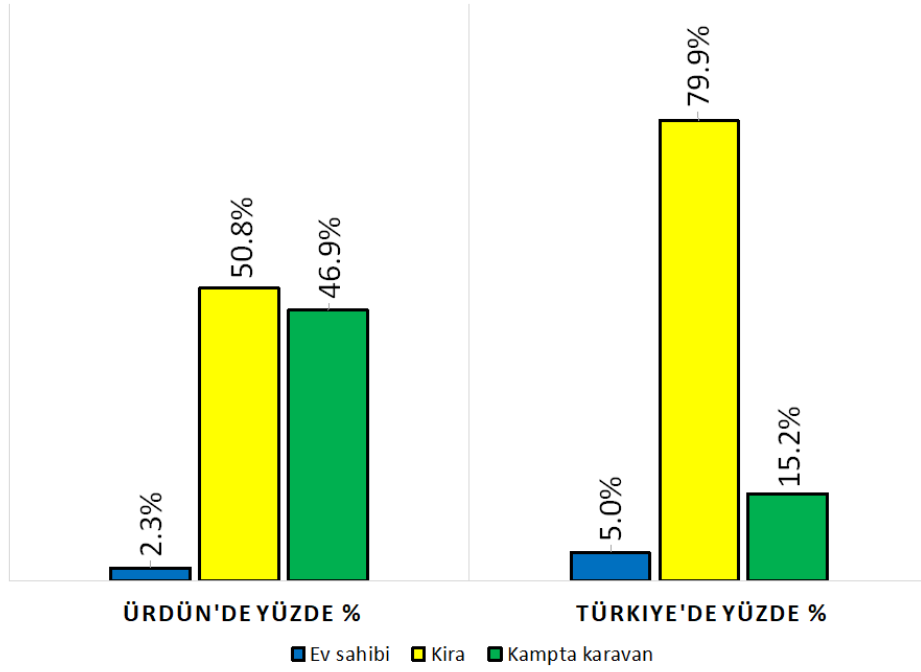
Grafik 8: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Yaşam Durumuna Göre Dağılımı



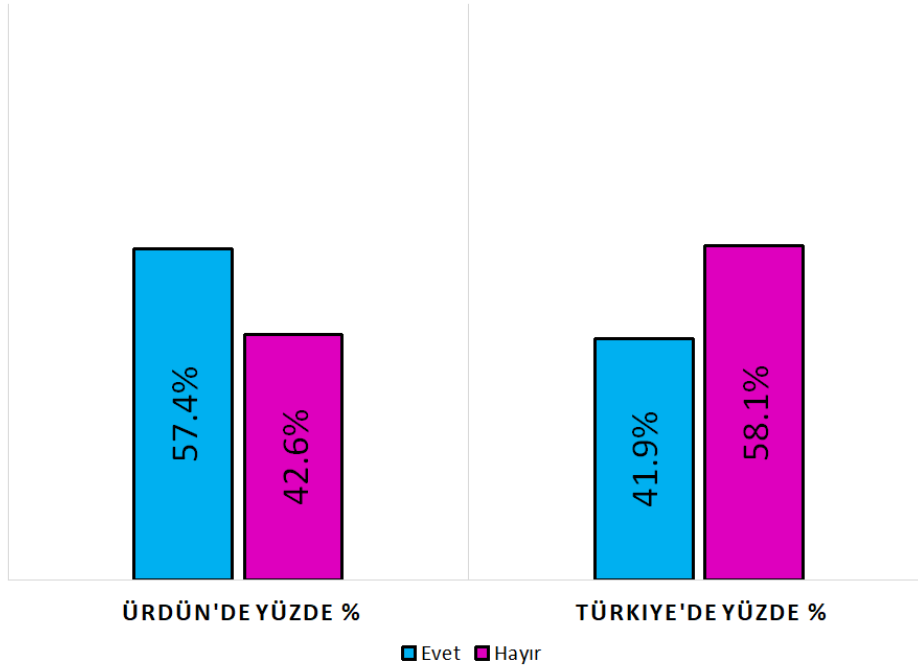
Grafik 9: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Dağılımı



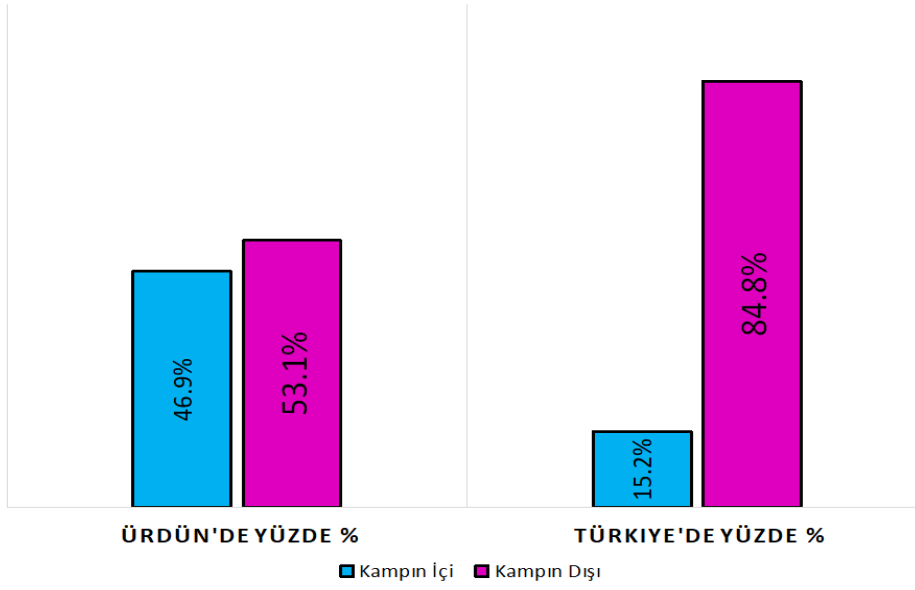
Grafik 10: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Konaklama Yerinin Türüne Göre Dağılımı



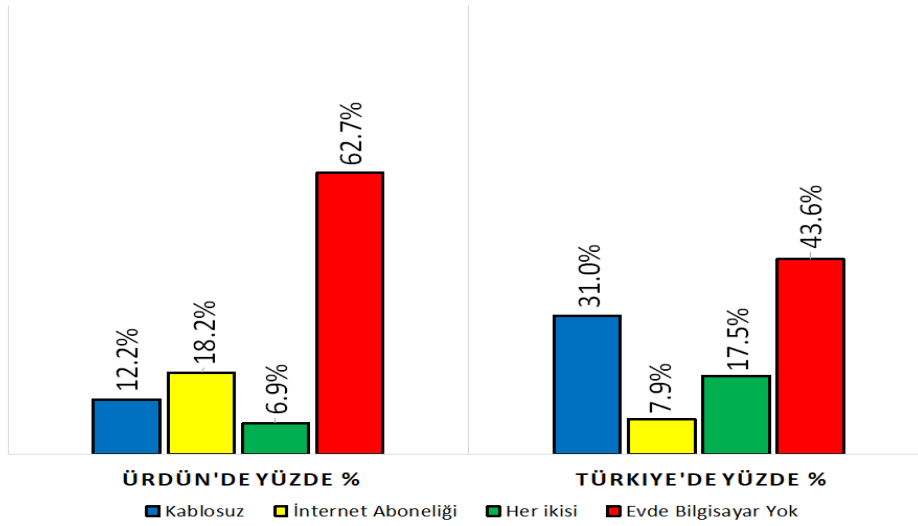
Grafik 11: Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Dağılımı



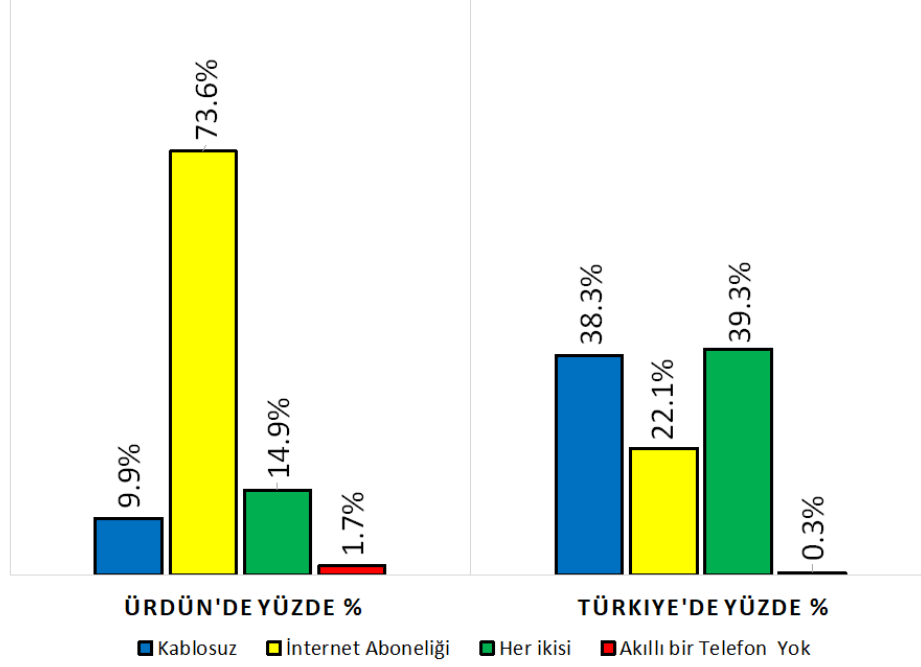
Grafik 12: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kampın İçinde Veya Dışında Kalmasına Göre Dağılımı



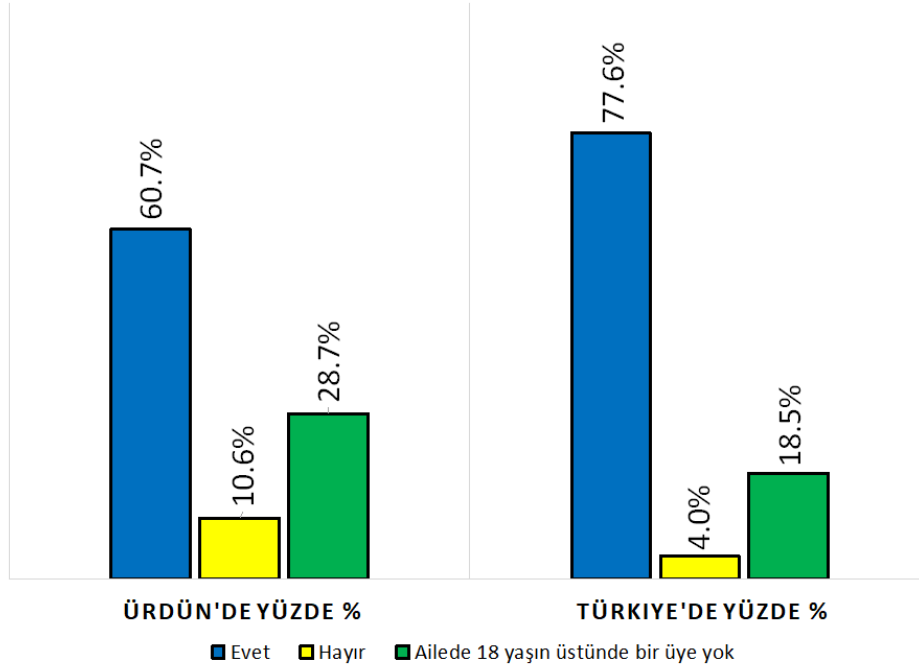
Grafik 13: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Bilgisayar için İnternet bağlanmasının hakkında cevaplarına Göre Dağılımı



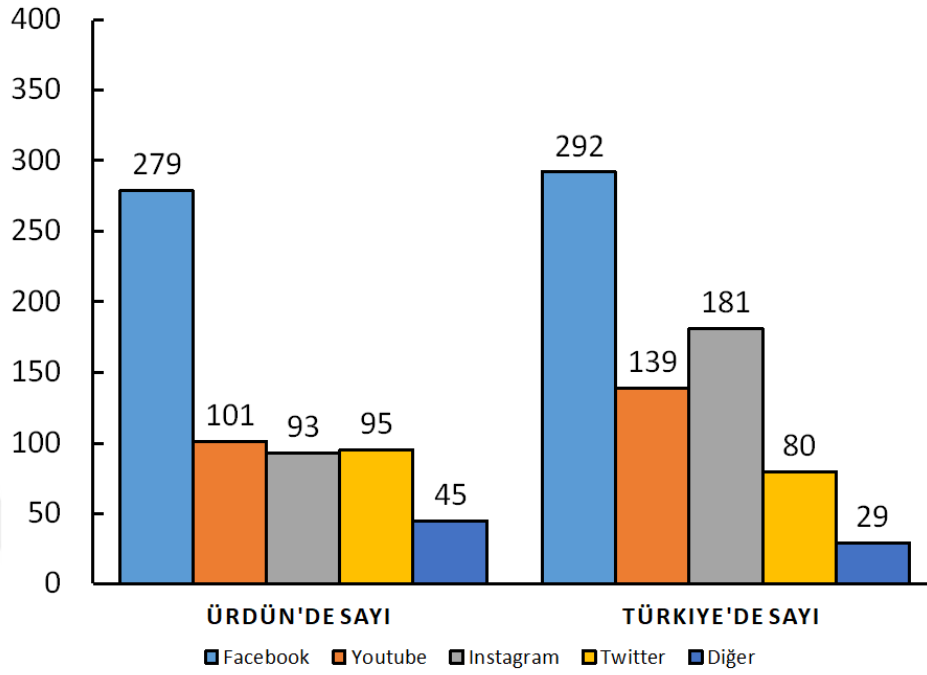
Grafik 14: Ürdün Ve Türkiye'de Nereden Katılımcıların Akıllı Telefonları İçin İnternet bağlanmasının hakkında cevaplarına Göre Dağılımı



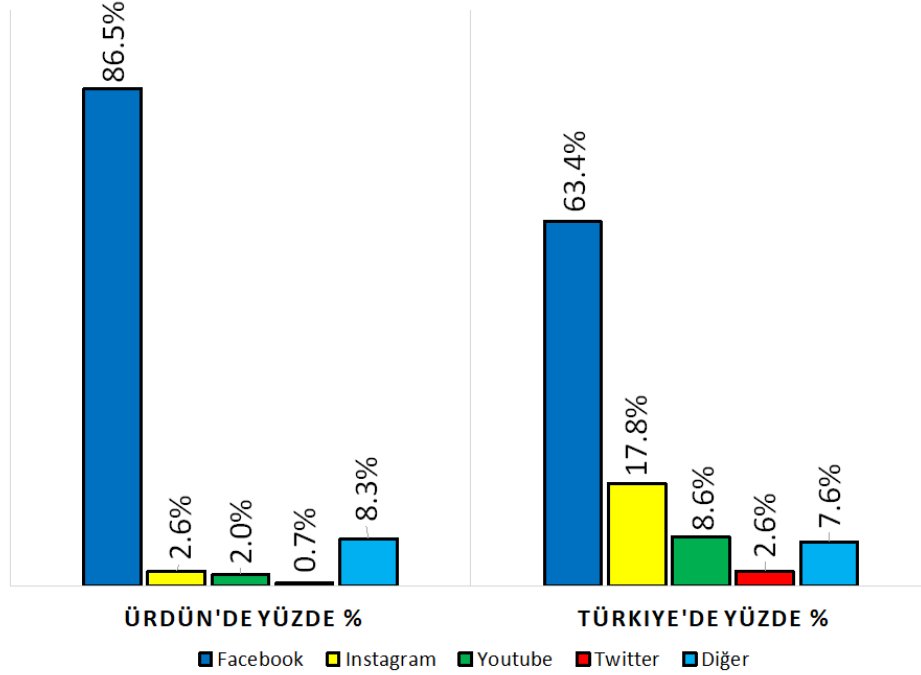
Grafik 15: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Ailelerinde 18 Yaş Üzerinde Sosyal Medyayı Kullanan Kişi Sayısına Göre Dağılımı



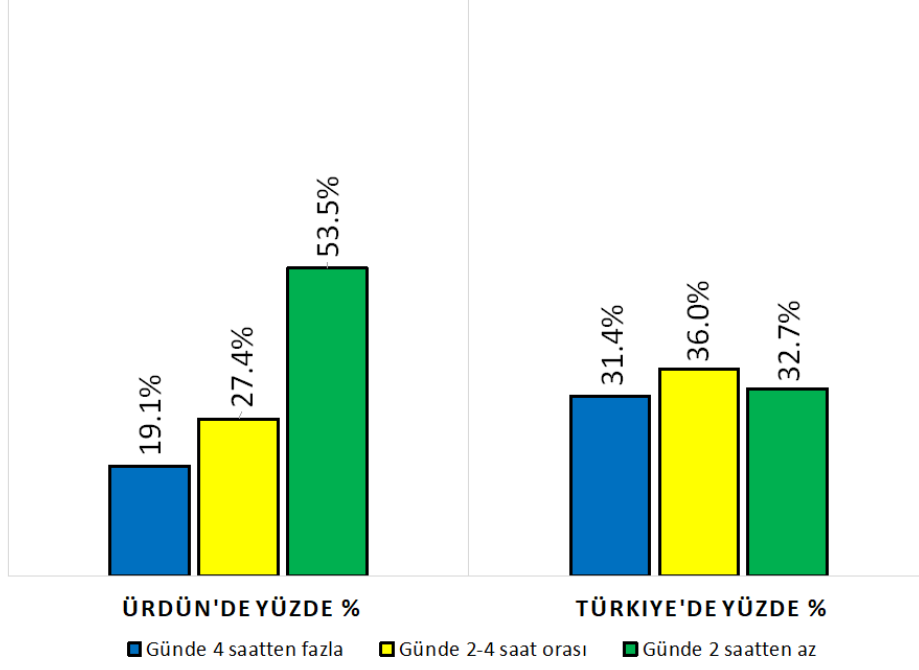
Grafik 16: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Kullanılan Sosyal Medyanın Sayısına Göre Dağılımı



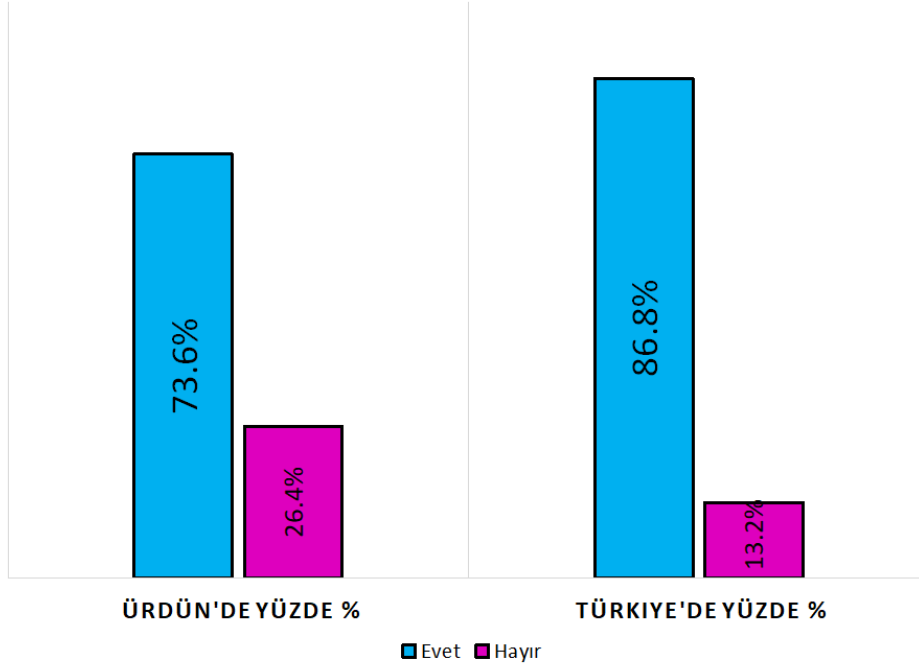
Grafik 17: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların En Çok Kullanılan Sosyal Medyanın Sayısına Göre Dağılımı (Sadece En Çok Araç)



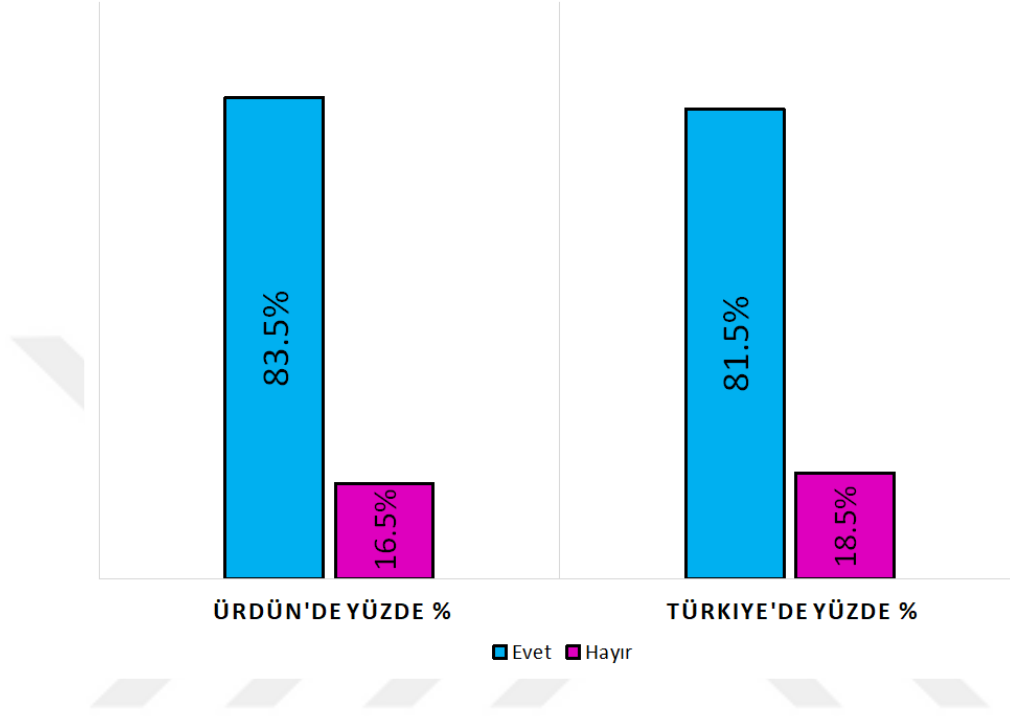
Grafik 18: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Günde Kaç Saat Sosyal Medya Kullanımına Göre Dağılımı



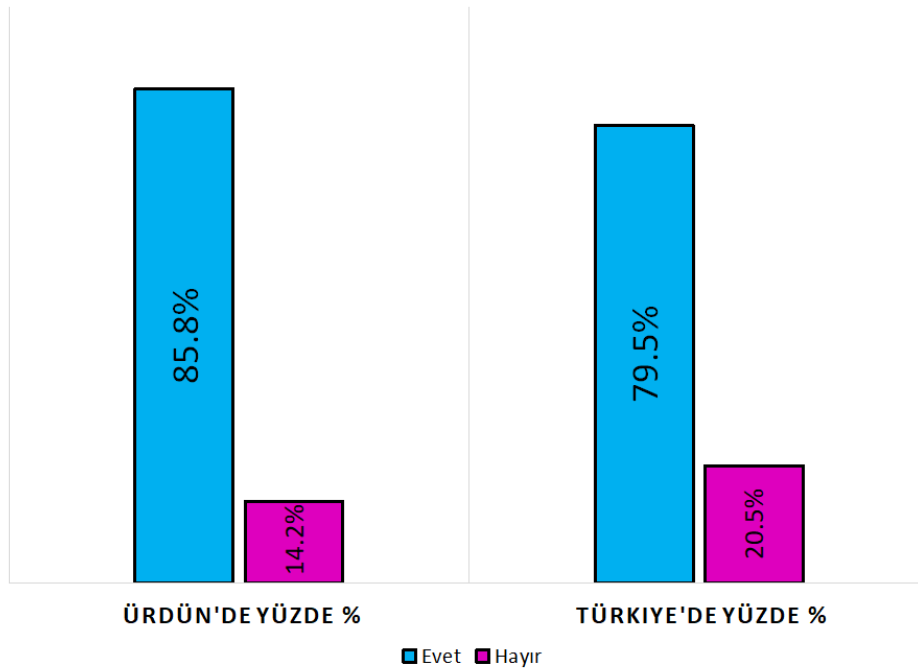
Grafik 19: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Gerçek Kimliklerinin Kaydetmesine Göre Dağılımı



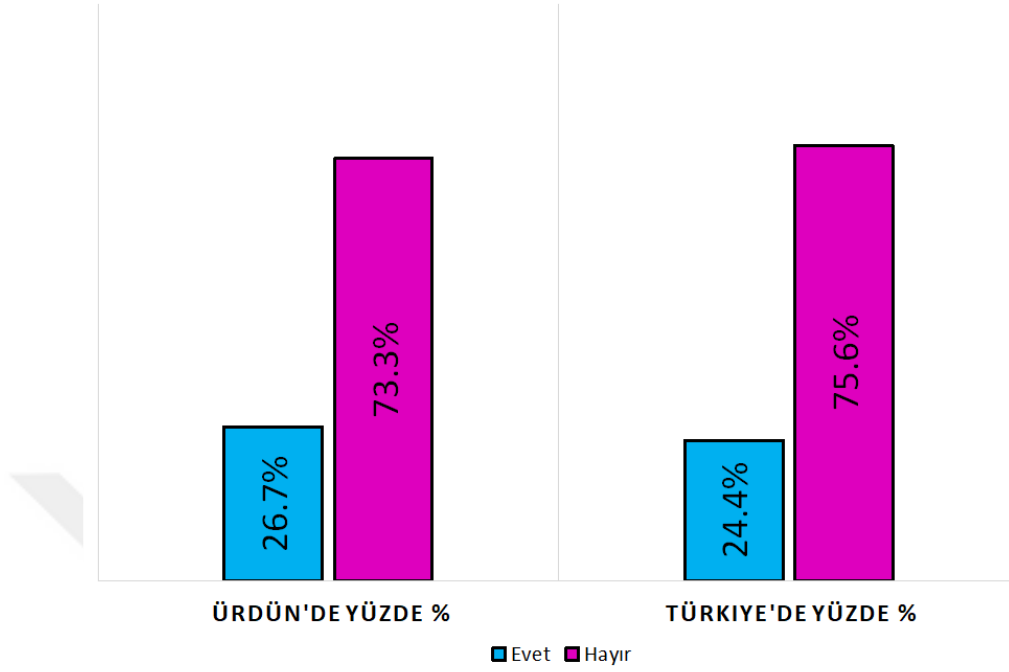
Grafik 20: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Yaş, Cinsiyet, Adres ve Kişisel Fotoğrafı Gibi Kişilikleri Hakkında Gerçek Bilgileri Verip Vermeme Sayısına Göre Dağılımı



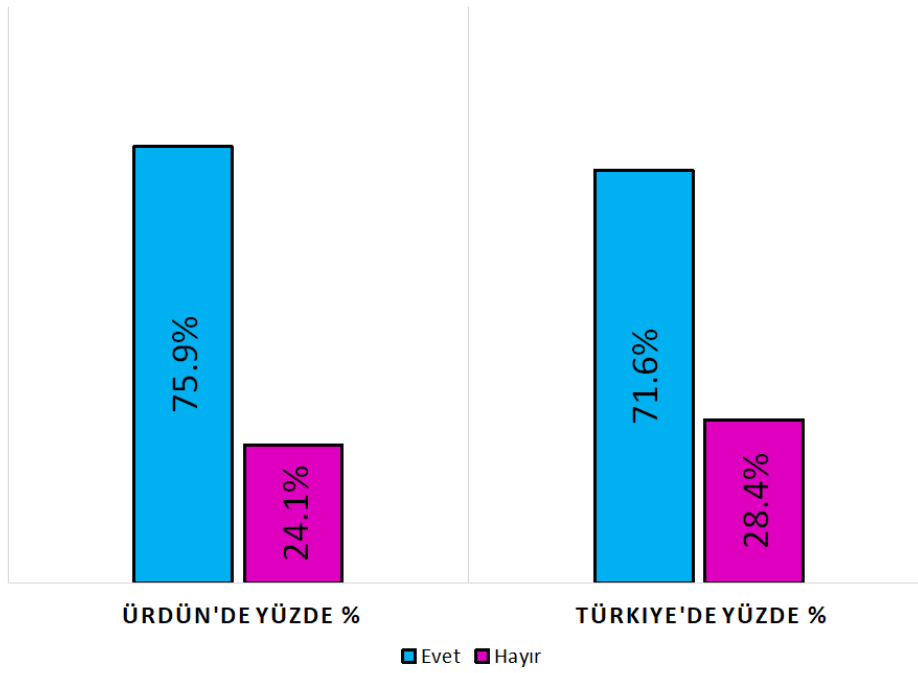
Grafik 21: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyada Paylaştığı Tüm Fotoğraflar ve Bilgiler Gerçek Kişiliklerini Yansıtıp Yansıtmama Sayısına Göre Dağılımı



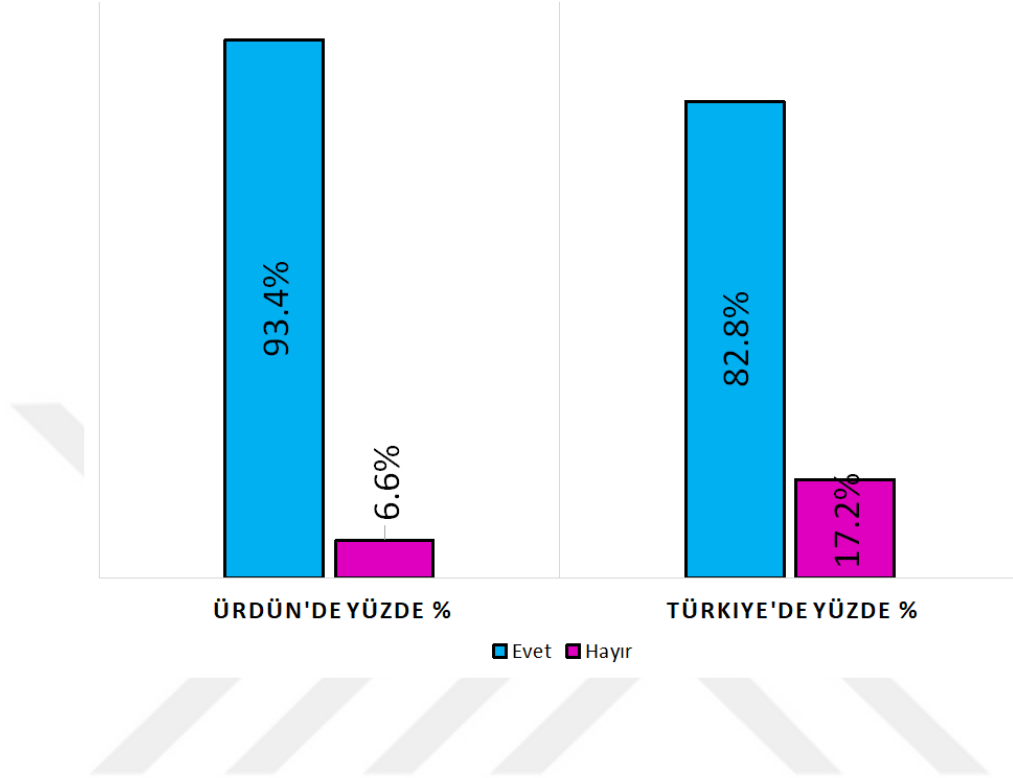
Grafik 22: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Ticari Amacıyla Kullanımın Sayısına Göre Dağılımı



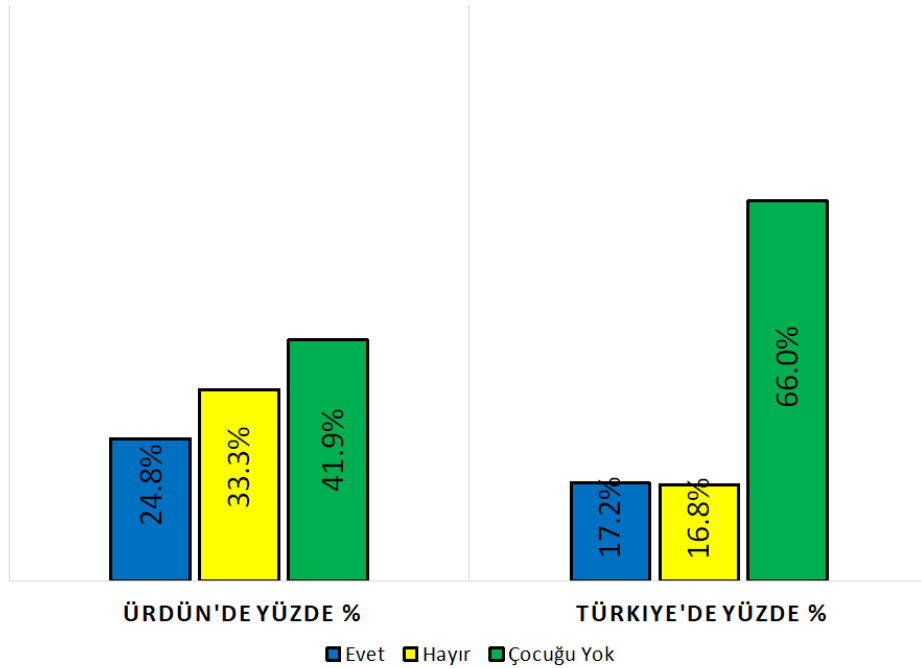
Grafik 23: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Eğitim Amacıyla Kullanımın Sayısına Dağılımı



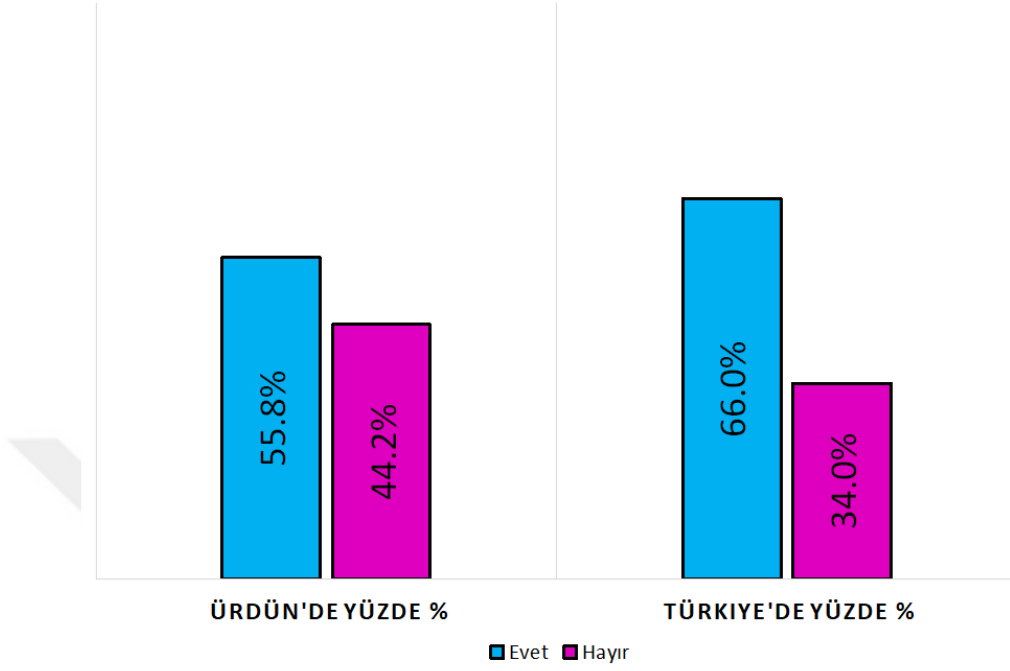
Grafik 24: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcılar Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmama Sayısına Göre Dağılımı



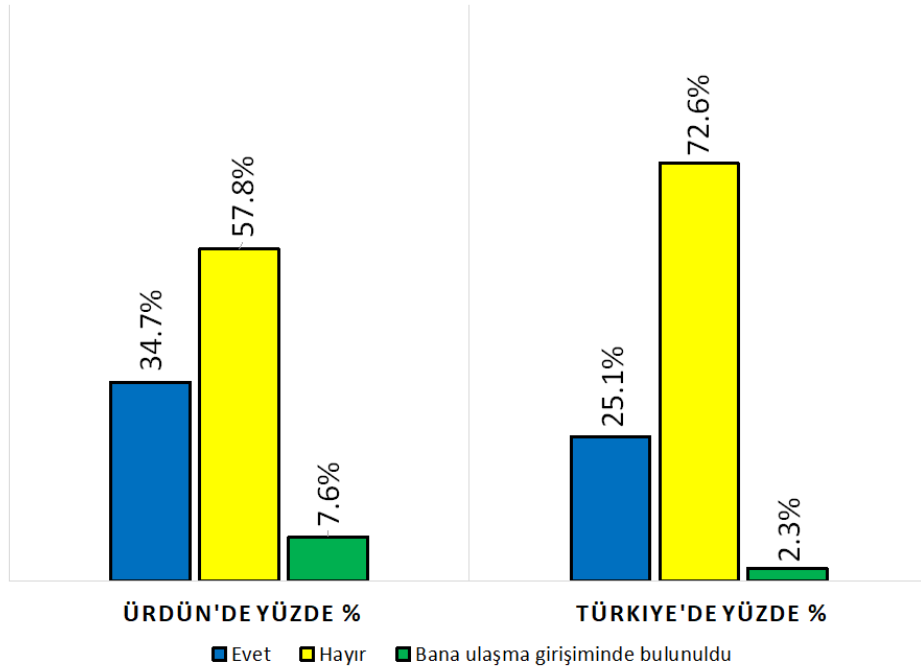
Grafik 25: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Çocukları Suriye'den Çıktıktan Sonra Sosyal Medya Kullanımlarını Artırıp Artırmama Sayısına Göre Dağılımı



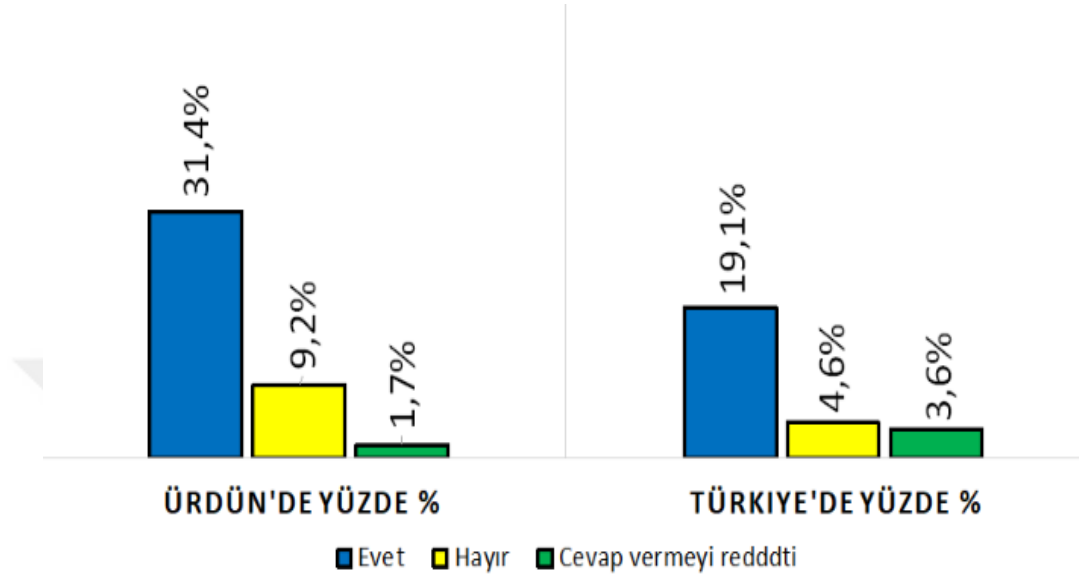
Grafik 26: Ürdün ve Türkiye'de Katılımcıların Sosyal Medyayı Yeni Bir Dil Öğrenmek İçin Kullanıp Kullanmamasının Sayısına Göre Dağılımı



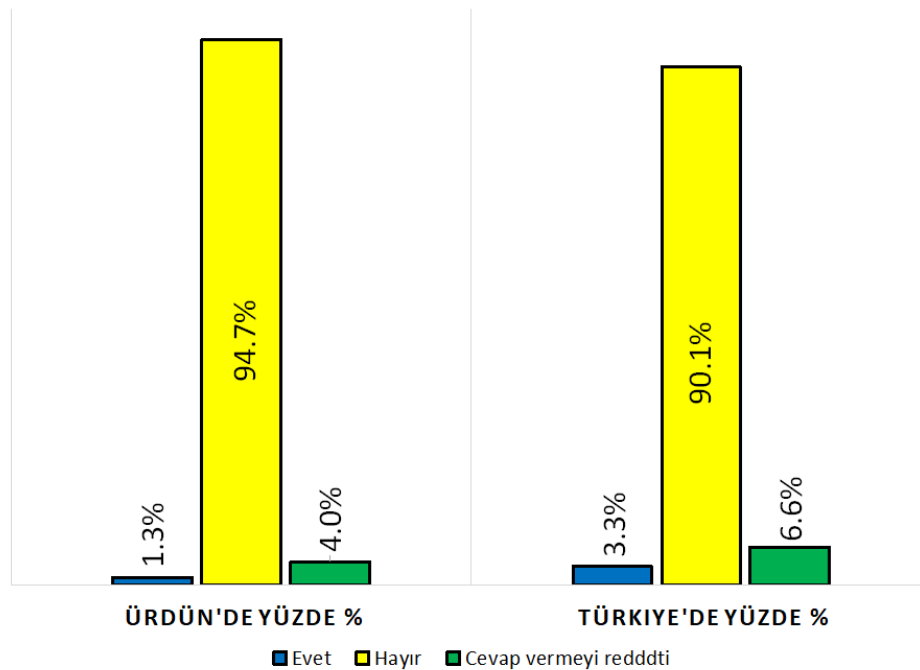
Grafik 27: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Çıkmak ve Başka Bir Ülkeye Ulaşmak amacıyla Bir Kaçakçı İle İletişim Kurmak İçin Sosyal Medyayı Kullanıp Kullanmamasının Sayısına Göre Dağılımı



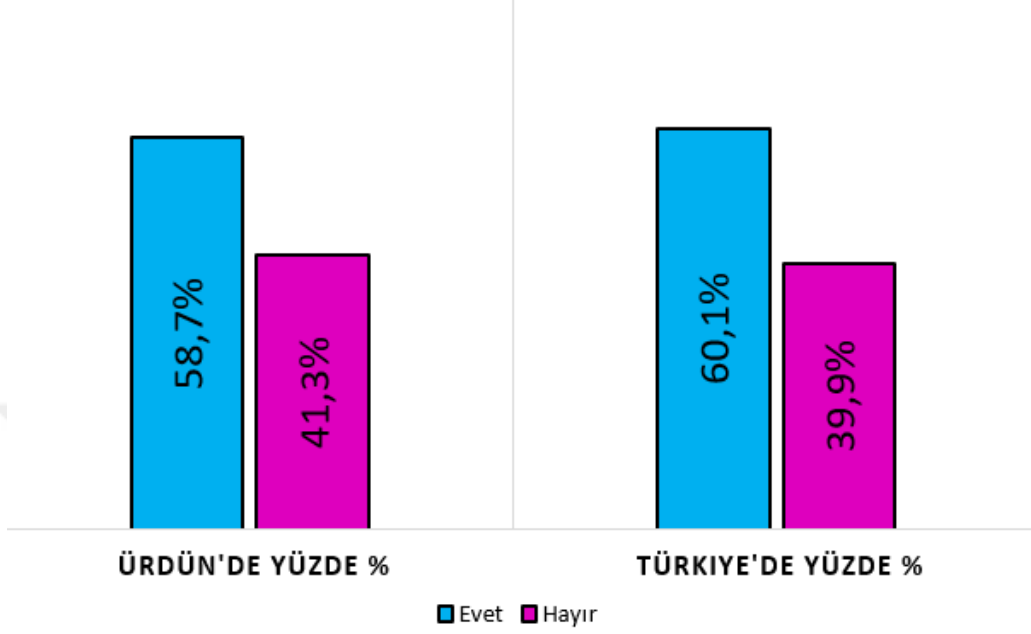
Grafik 28: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Kaçakçı İle İletişim Kurmadan Önce Kişinin Kimliğini Doğrulayıp Doğrulamaması Sayısına Göre Dağılımı (Önce Soruya Evet Yanıt Verenler)



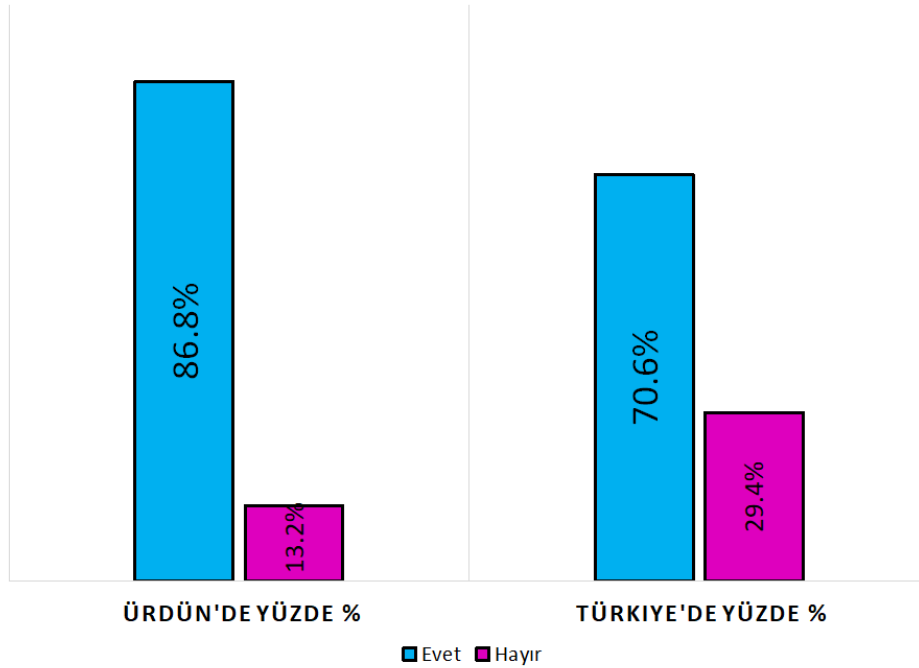
Grafik 29: Ürdün Ve Türkiye'de Katılımcıların Suriye'den Ayrılmak Amacıyla Sosyal Medya Aracılığıyla Kaçakçılarla İletişim Kurarken Mali Veya Fiziksel Sömürüye Maruz Kalıp Kalmaması Sayısına Göre Dağılımı



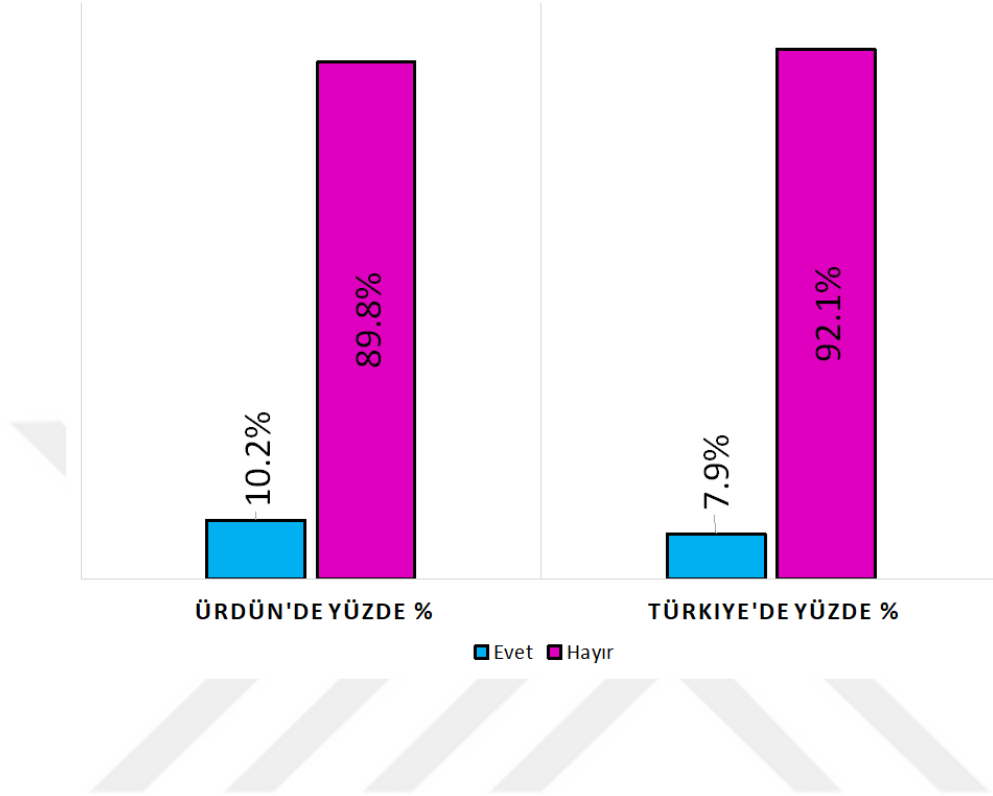
Grafik 30: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikayelerini duyup duymaması Sayısına Göre Dağılımı



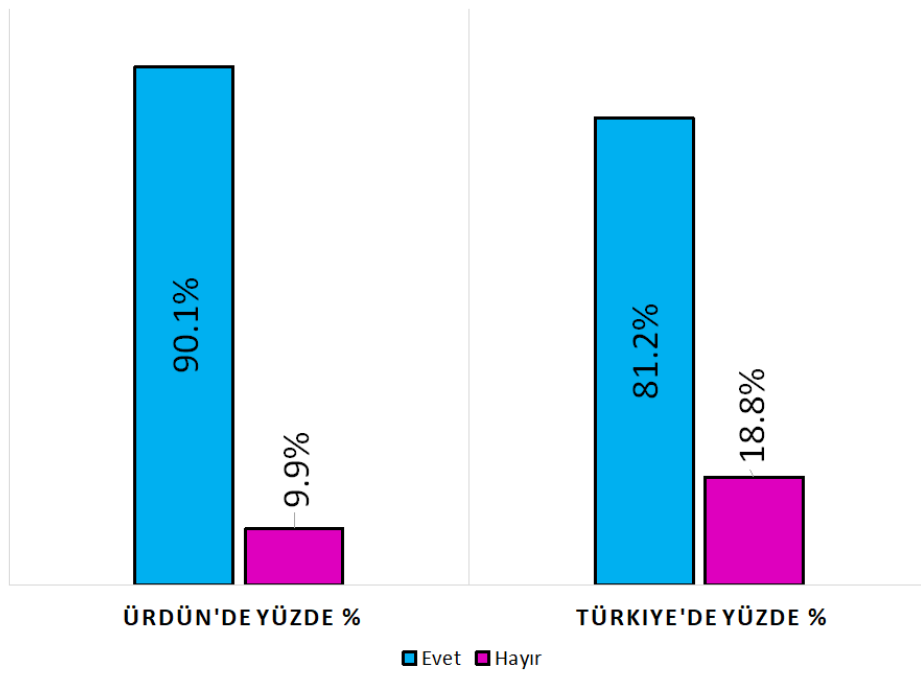
Grafik 31: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlanıp yararlanmaması Sayısına Göre Dağılımı



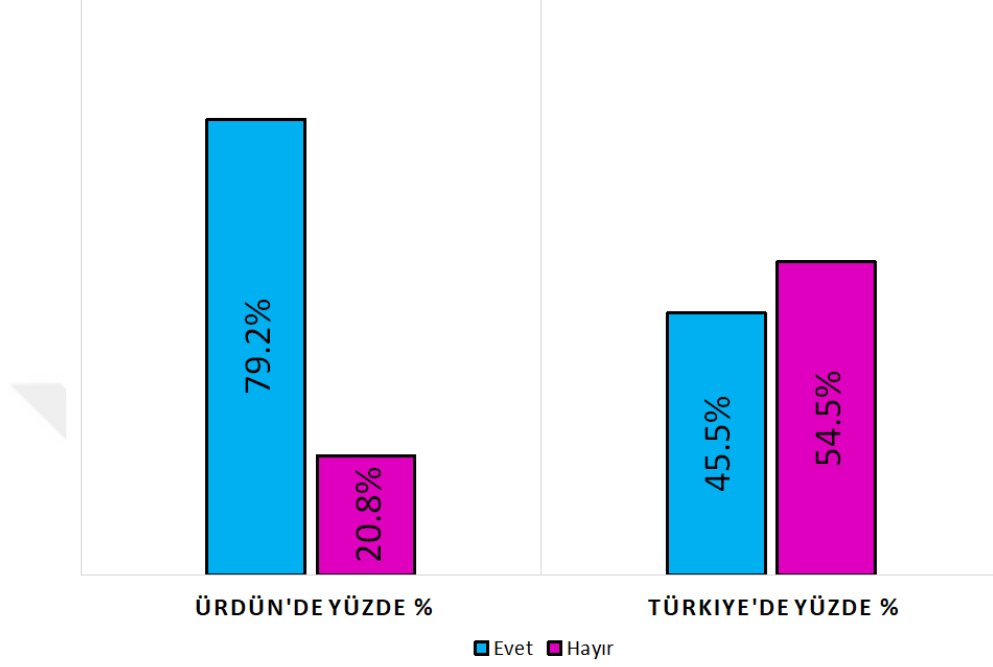
Grafik 32: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal Medyada bir Eğitim Sayfası Oluşturup oluşturmaması Sayısına Göre Dağılımı



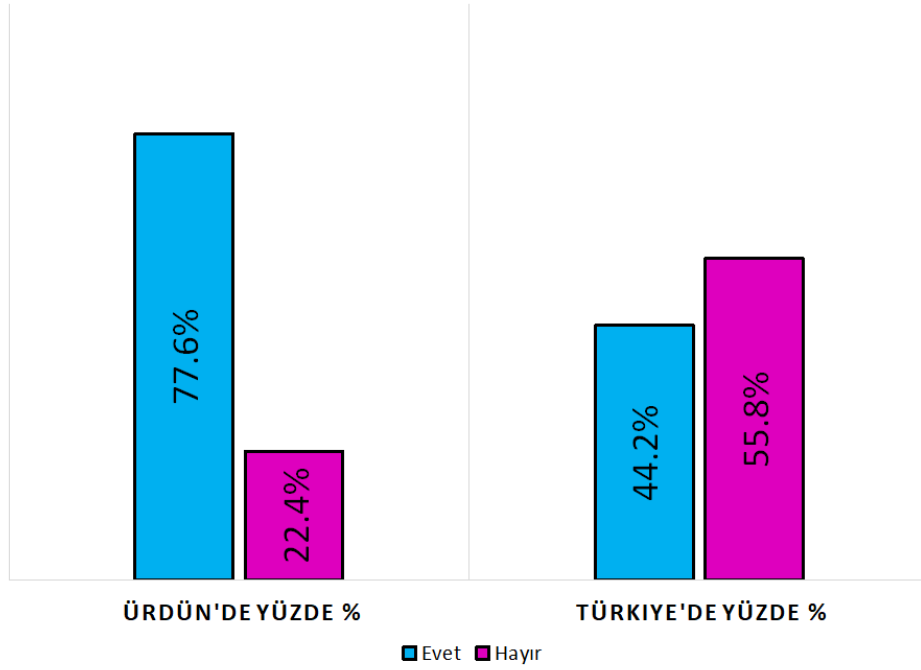
Grafik 33: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Sosyal medya ev sahipliği ülkenin gelenek ve göreneklerinin hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olamamasına Sayısına Göre Dağılımı



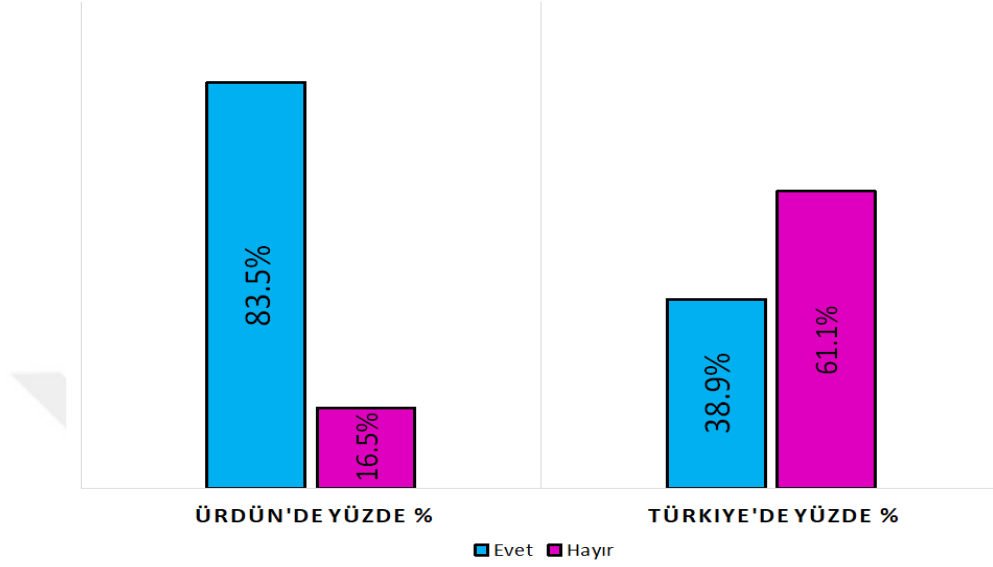
Grafik 34: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı



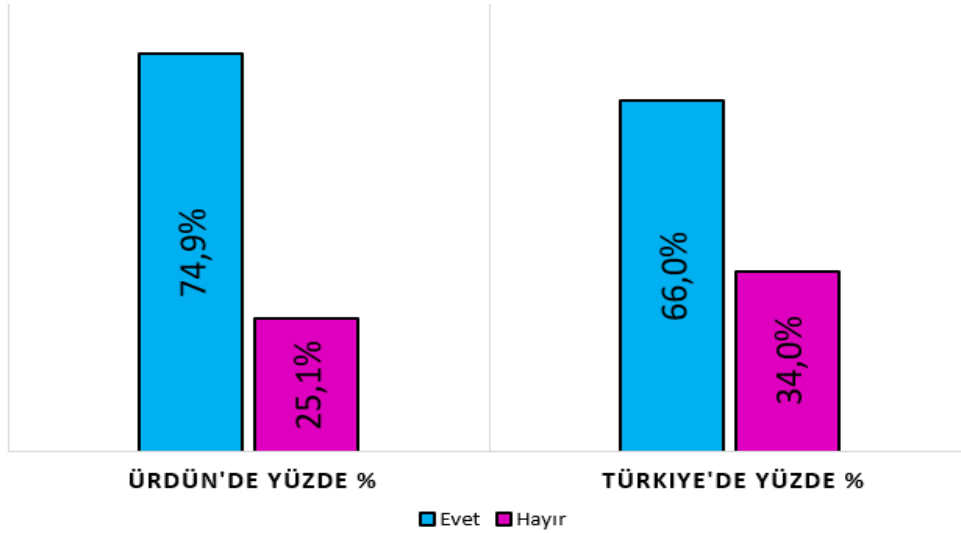
Grafik 35: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı



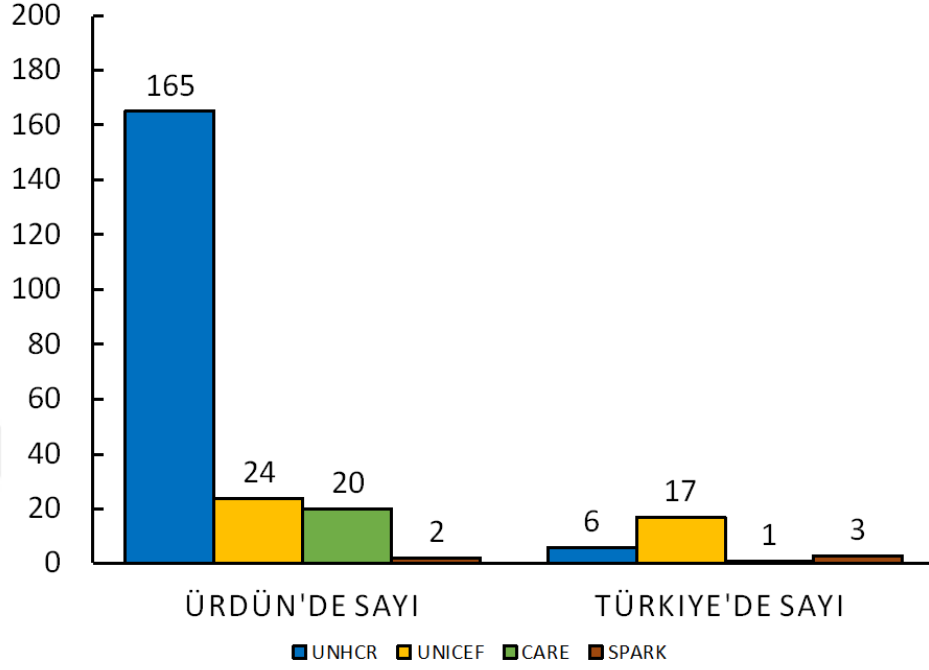
Grafik 36: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı



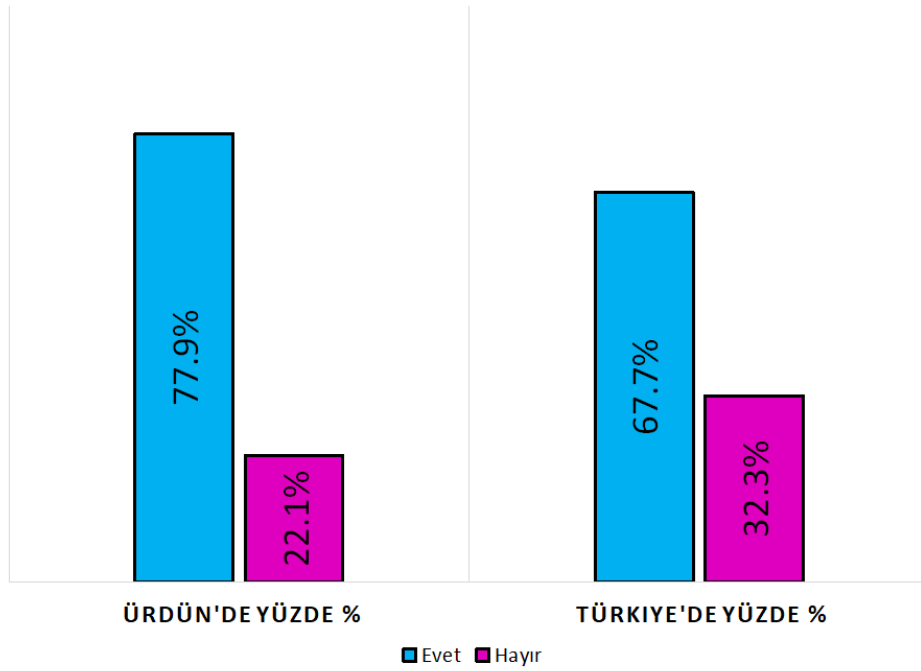
Grafik 37: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci yardımı nereden ve nasıl yardım edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olmaması Sayısına Göre Dağılımı



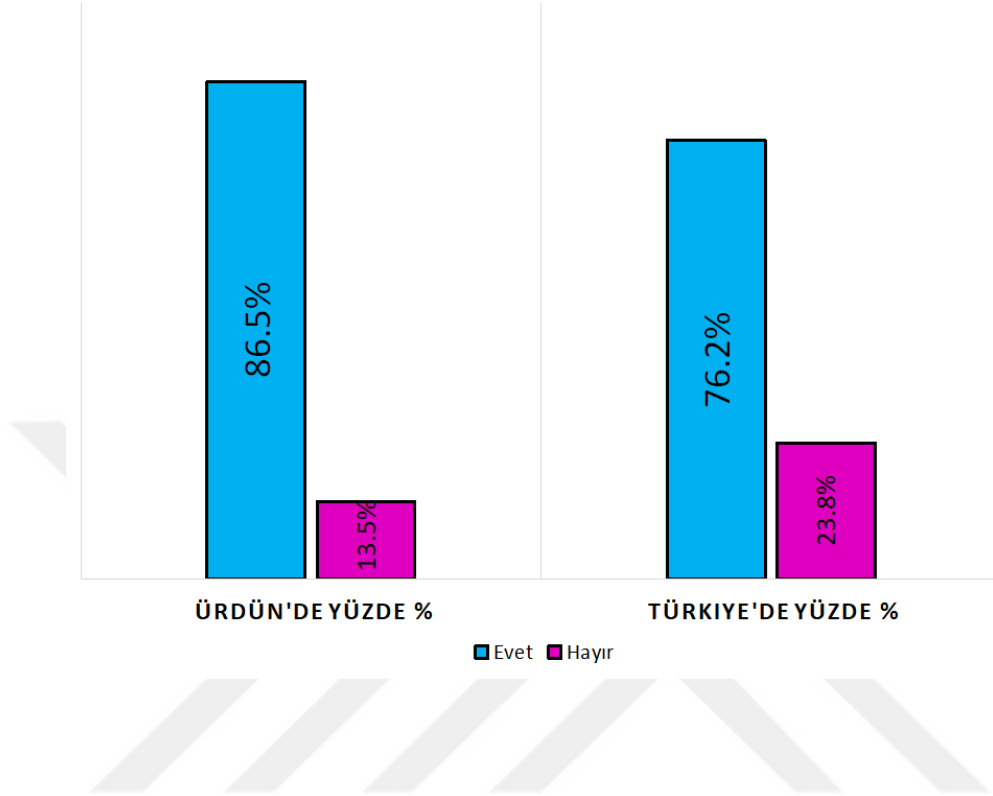
Grafik 38: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşların zikrettiği isimlerine Göre Dağılımı



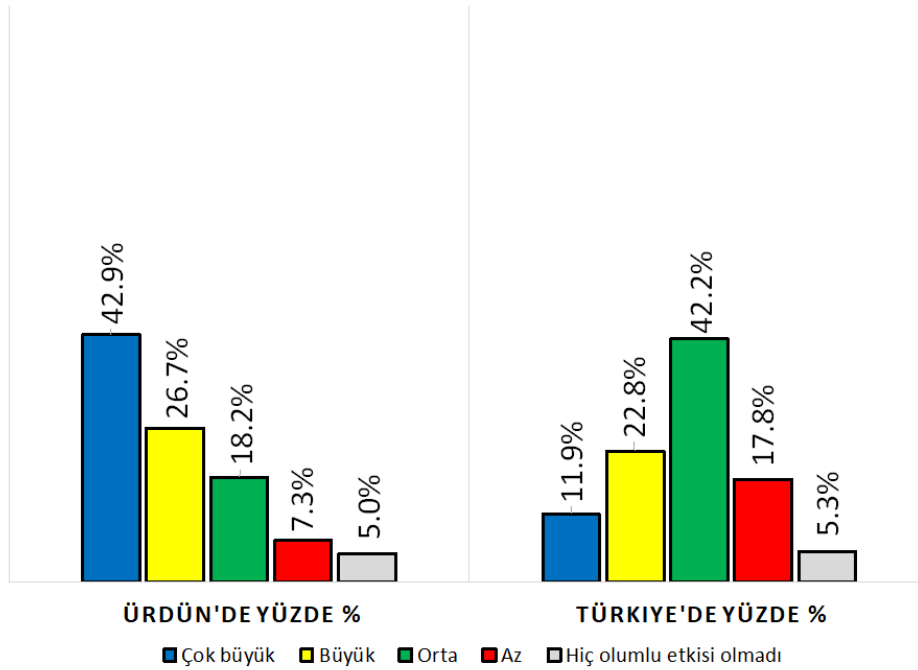
Grafik 39: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılıp katılmama Göre Dağılımı



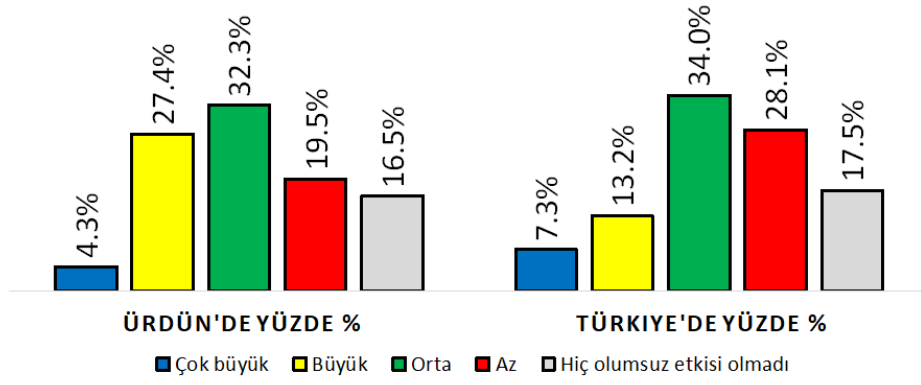
Grafik 40: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriye çatışma olayları ve mülteci krizini tüm dünyaya iletmeye başarılı olup olmadığını düşünmesine göre Dağılımı



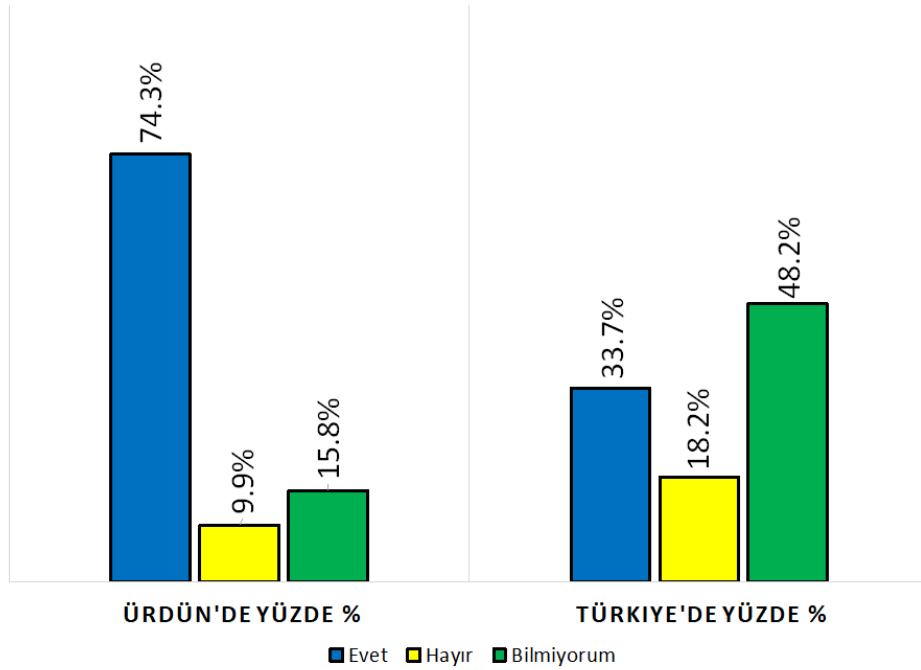
Grafik 41: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumlu bir etkisi olduğunu düşünmesine göre Dağılımı



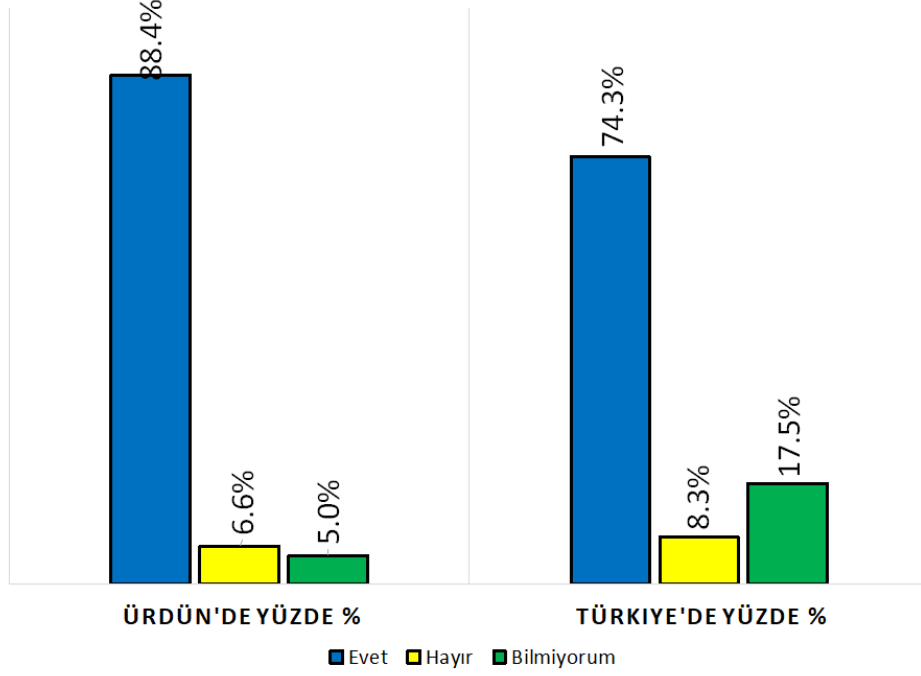
Grafik 42: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın ne kadar olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmesine göre Dağılımı



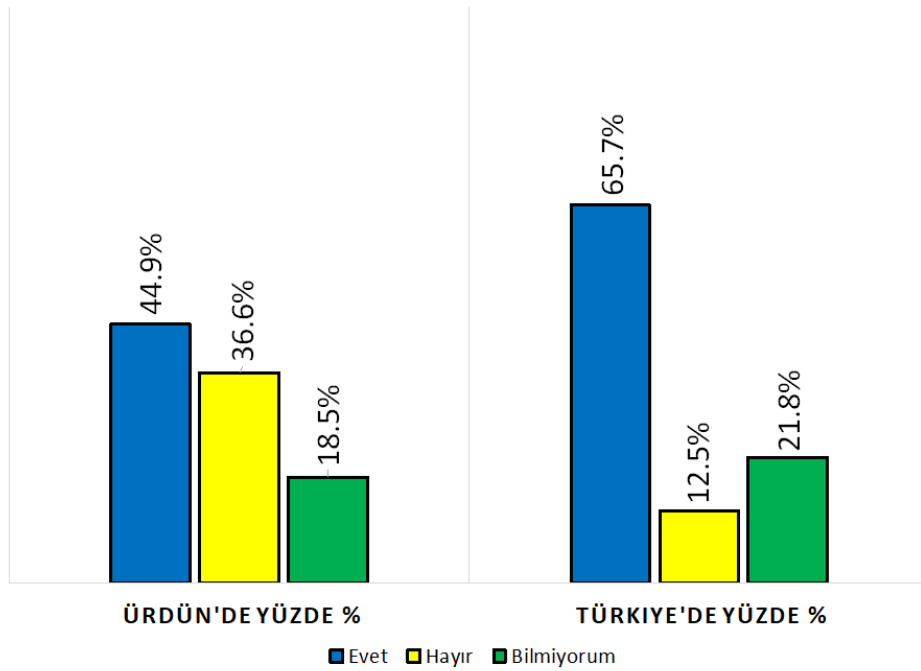
Grafik 43: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasaların hakkında bilgi yayılmasına katkıda bulunduğunu düşünmesine göre Dağılımı



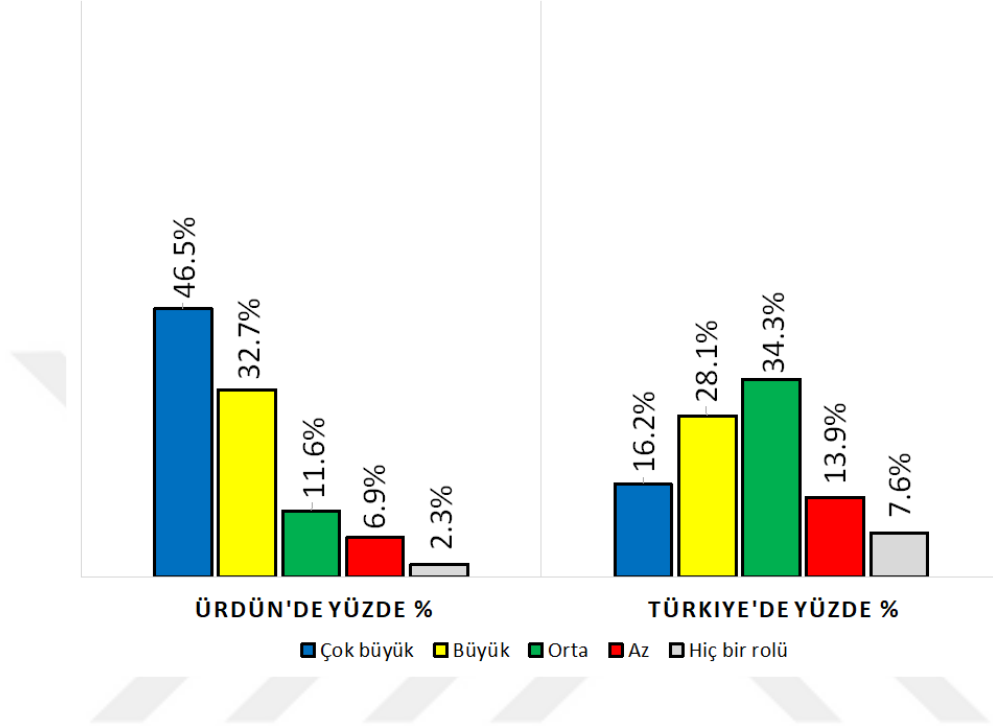
Grafik 44: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilere neler yaşadıklarının hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünmesine göre Dağılımı



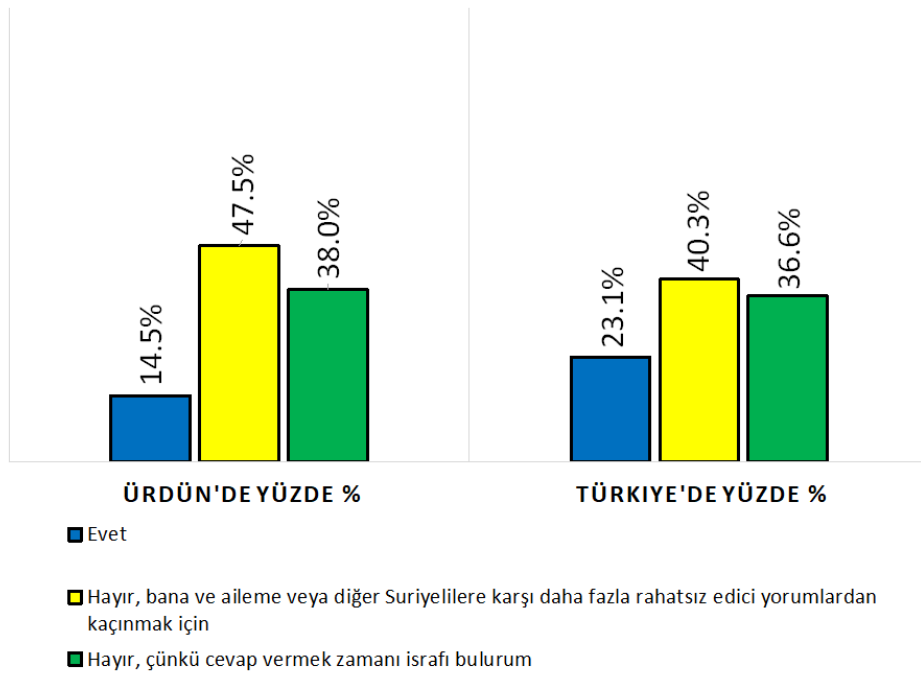
Grafik 45: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook ve diğerleri gibi sosyal medyadaki medya ve haber yayınlarının insanları Suriye'deki durumun istikrarlı olduğunu ve Suriyelilerin ana vatanlarına dönebilecekleri için kandırdıklarını düşünmesine göre Dağılımı



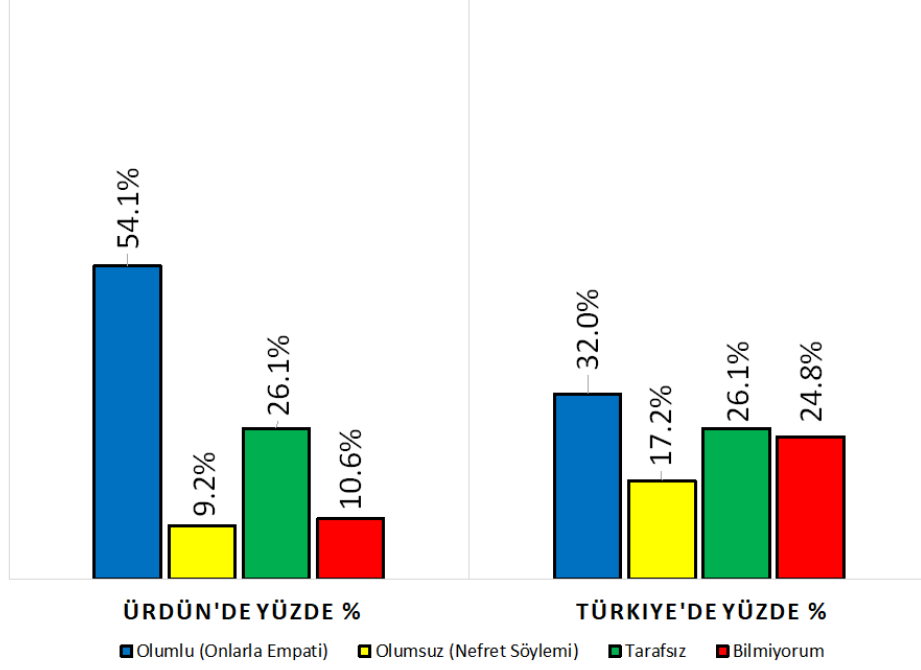
Grafik 46: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kadınlar ve çocuklar gibi mültecilerin insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolünü nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı



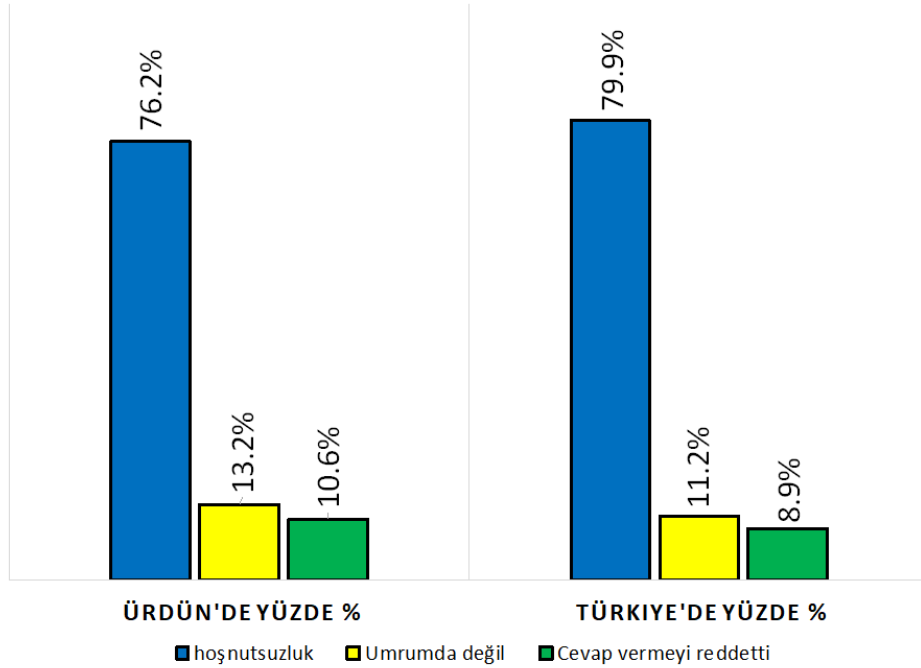
Grafik 47: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren ifadeler içeren sosyal medyadaki haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşılırsa, buna cevap verip vermeme göre Dağılımı



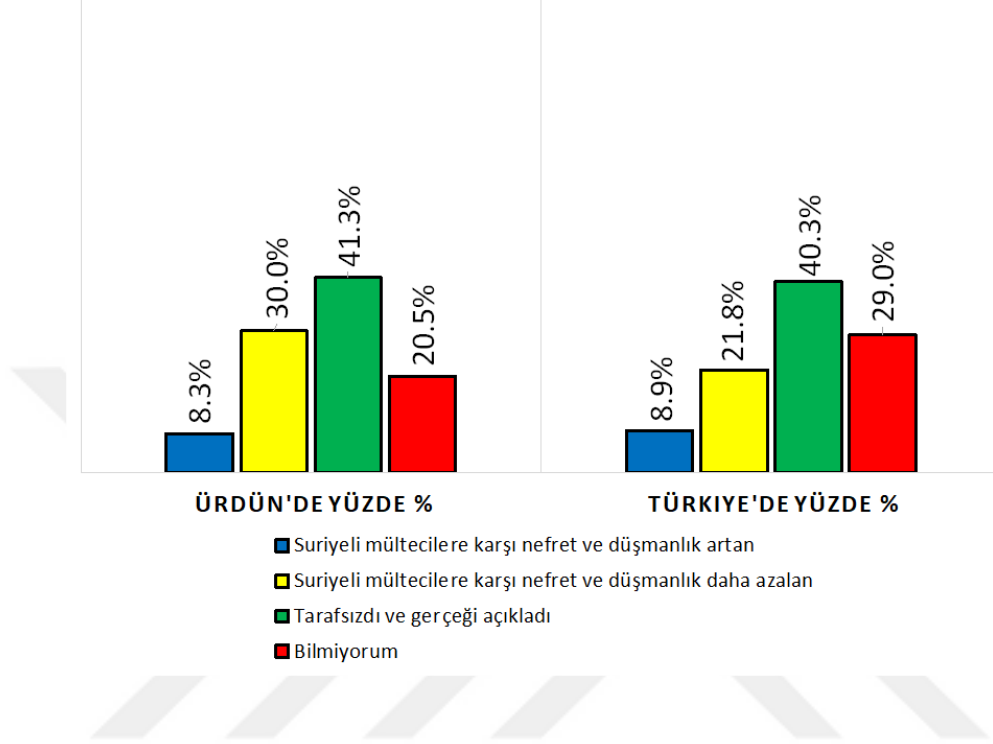
Grafik 48: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajı nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı



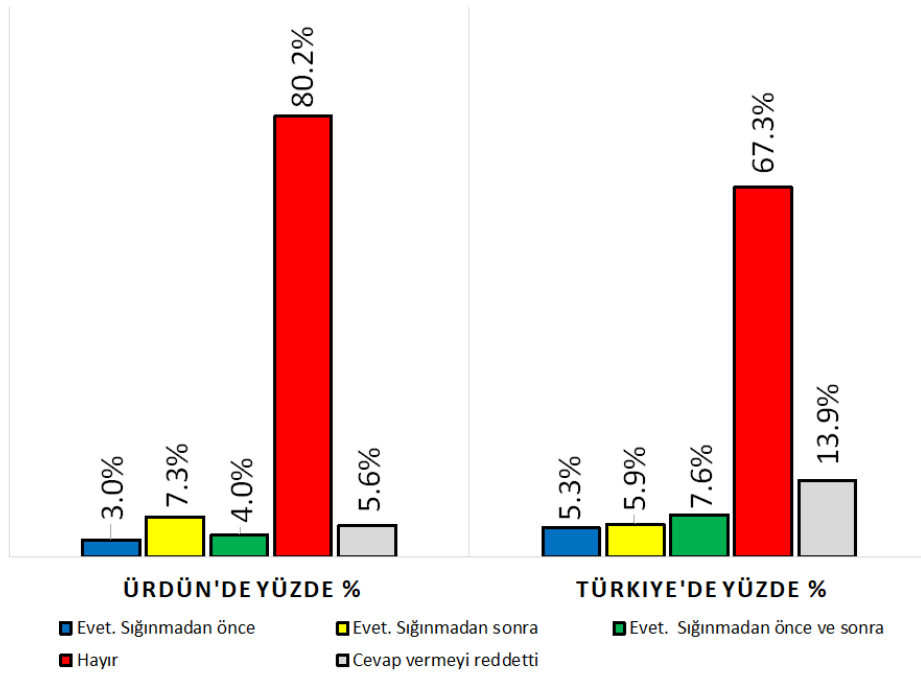
Grafik 49: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla kötü muamelesine ilişkin resimler görürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissediklerine göre Dağılımı



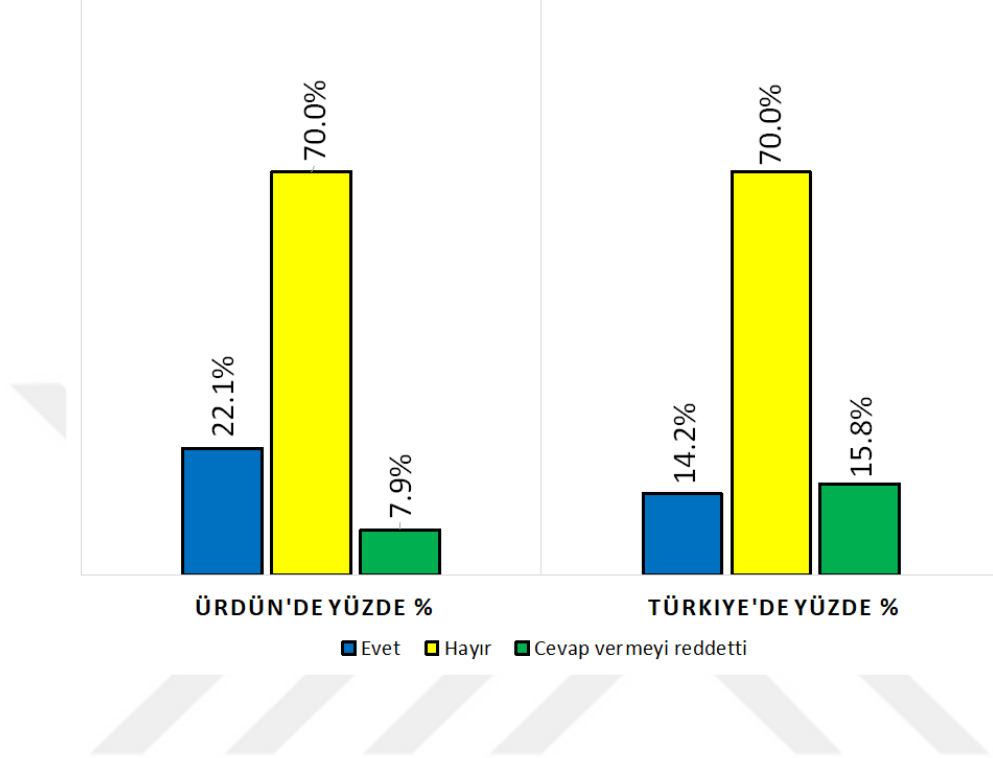
Grafik 50: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletme üzerindeki etkisini nasıl olduğunu düşünmesine göre Dağılımı



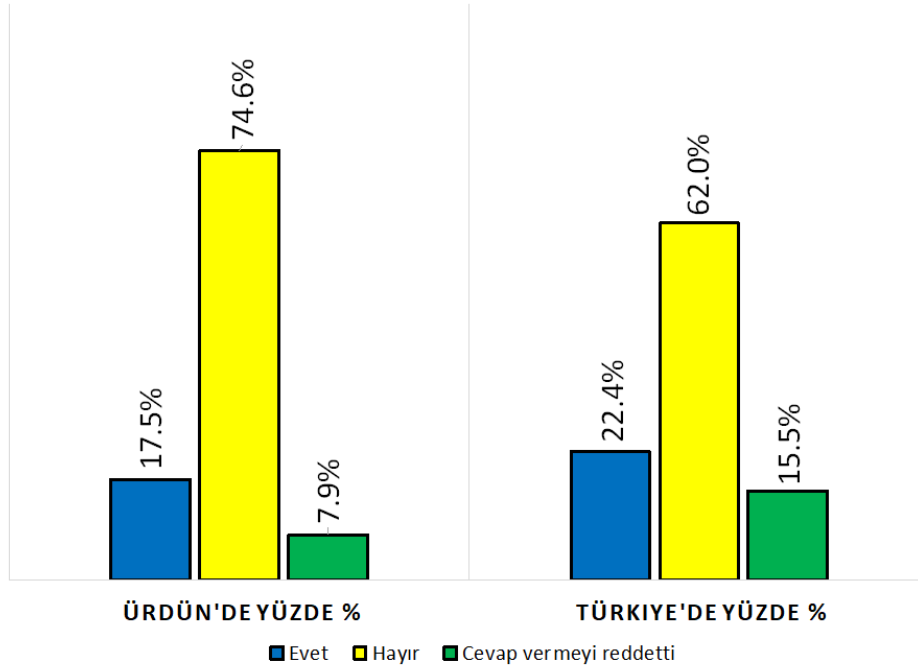
Grafik 51: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye çatışma olayları ile bir video, fotoğraf veya haber sosyal medya aracılığıyla gönderip göndermemesine göre Dağılımı



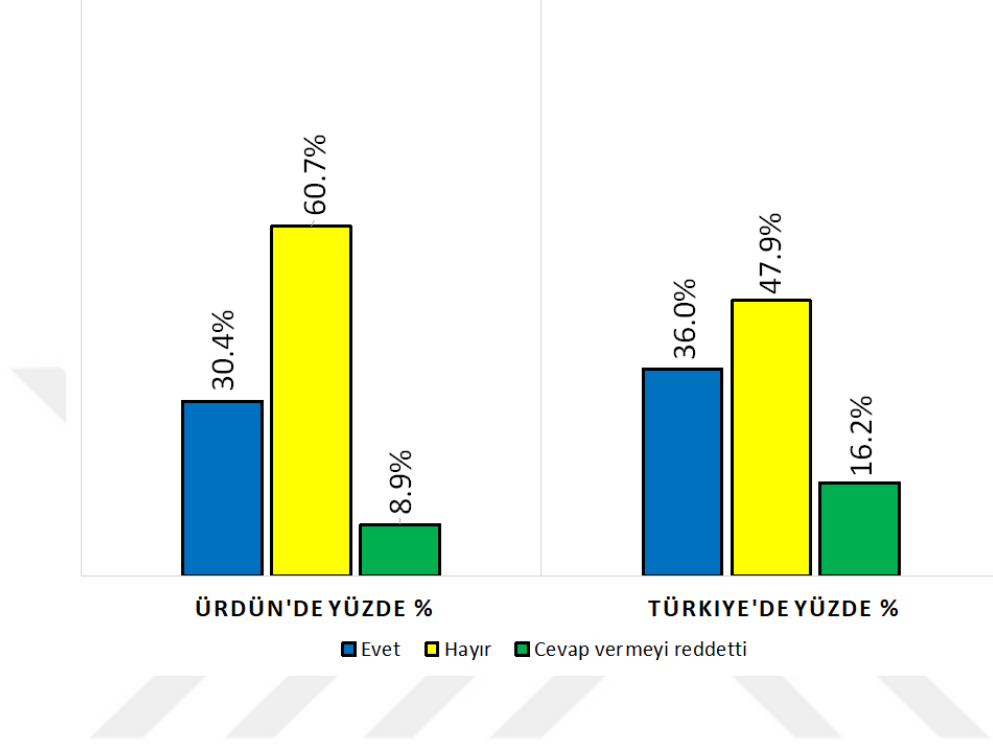
Grafik 52: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle meydana gelen olaylarla ilgili sosyal medyada bir hikaye paylaşıp paylaşmasına göre Dağılımı



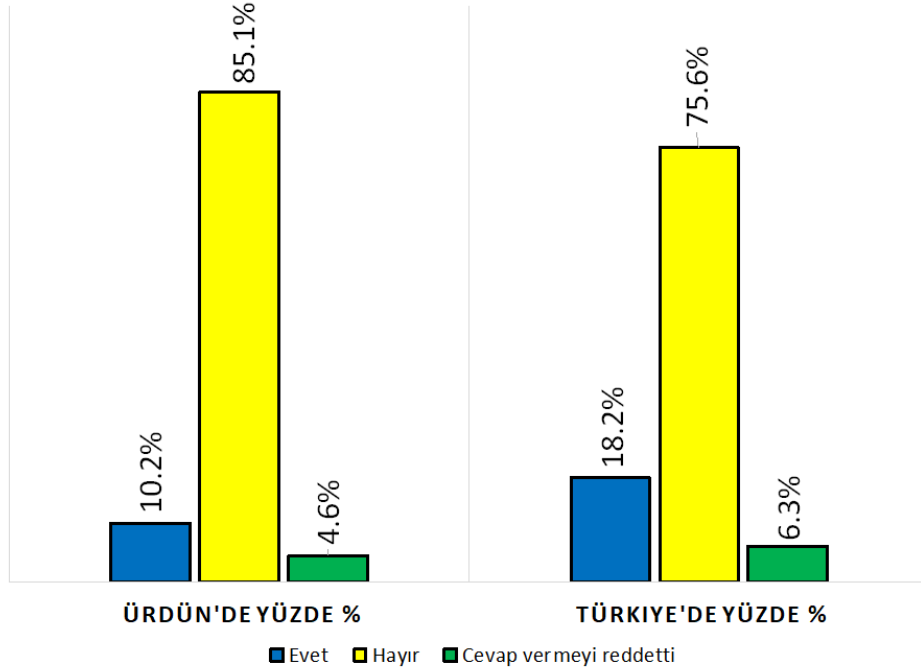
Grafik 53: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayıp yayınlamama göre Dağılımı



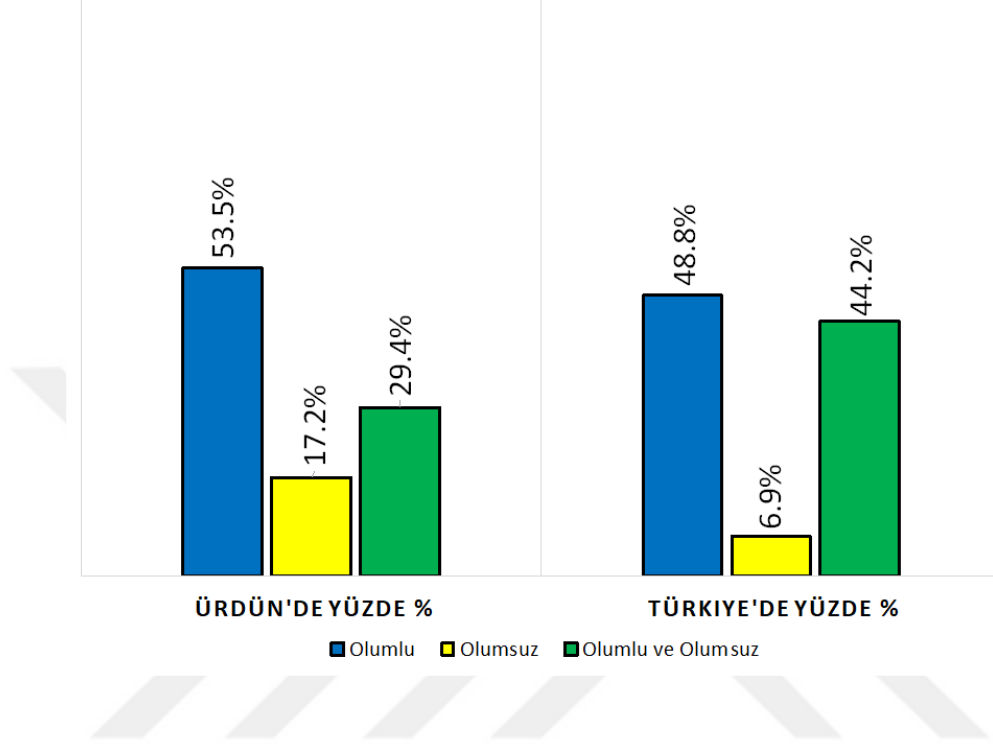
Grafik 54: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşı yorum yapıp yapmama göre Dağılımı



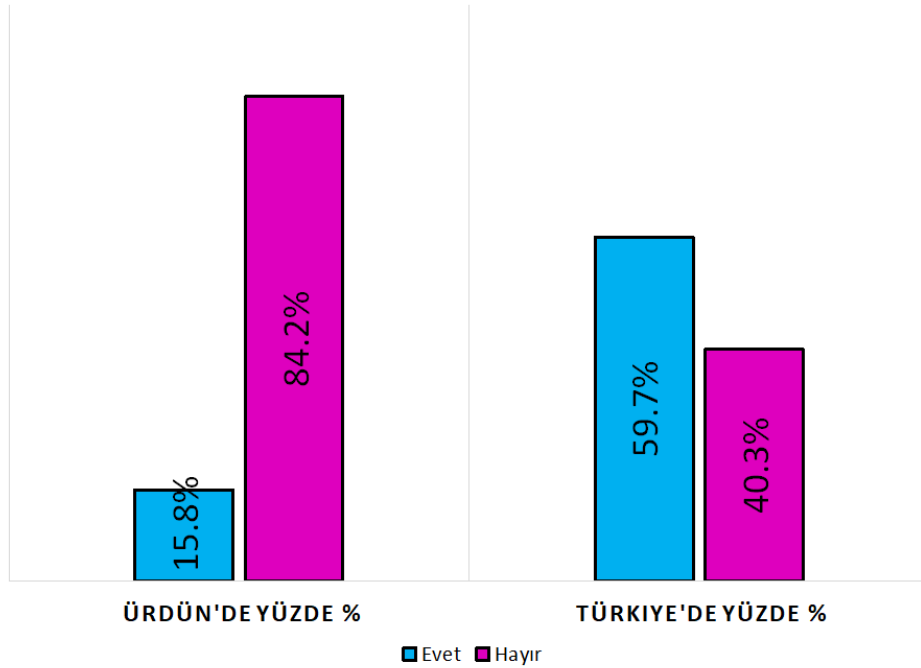
Grafik 55: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Suriye çatışma olayları ile ilgili bir resim çekip ve Suriye'den çıkış sırasında sosyal medyada paylaşıp paylaşmamasına göre Dağılımı



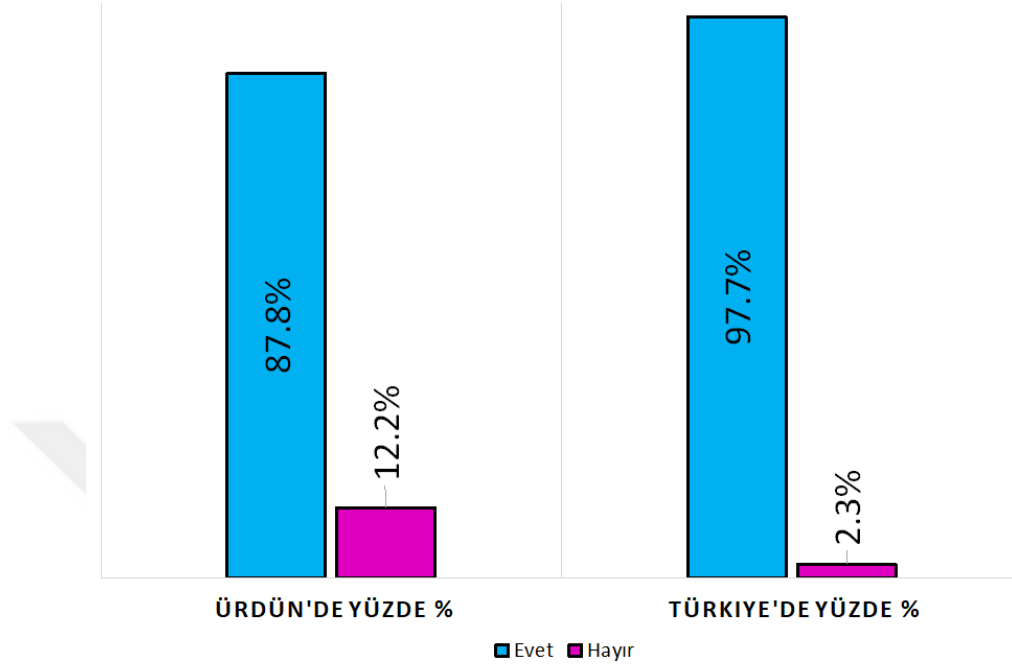
Grafik 56: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ilgili fotoğraf ve videoları çekip ve sosyal medyaya paylaşmasının nasıl bulduğunu düşünmesine göre Dağılımı



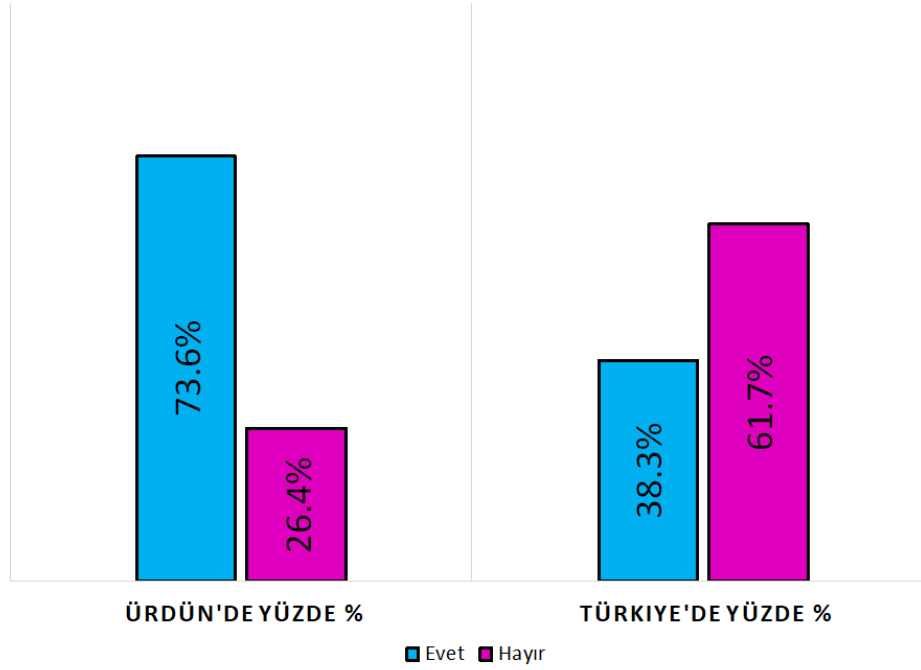
Grafik 57: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların özel bir Facebook sayfası veya özel bir Twitter sayfasına sahip olup olmadığına göre Dağılımı (kişisel hesap değil)



Grafik 58: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olup olmadığına göre Dağılımı



Grafik 59: Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilip bilmemesine göre Dağılımı



ÖZGEÇMİŞ

YASMİN ALDAMEN

E-POSTA: yasmin.aldamen@ogr.iu.edu.tr

Ürdün Medya Enstitüsü, Gazetecilik ve Yeni Medya Bölümünden yüksek lisansını tamamlayarak mezun oldu. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Bilim Dalı'nda yeterlik sınavını tamamladıktan sonra 2017 yılında tezine başlamıştır.

Doktora programını tamamlamadan önce Ürdün Üniversitesi'nin Stratejik Araştırmalar Merkezinde Medya ve İlişkiler Bölüm Direktörü olarak çalıştı. Ayrıca, Ürdün Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi'ndeki "*Mülteci ve Zorunlu Göç Çalışmaları*" profesyonel diplomanın idari ve öğrenim işleri koordinatördü olarak çalışmıştır.

Araştırma çalışması düzeyinde, Ürdün Üniversitesi'ndeki profesörler, Yükseköğretim ve Bilimsel Araştırma Bakanlığı'nda Bilimsel Araştırma Destek Fonu için burs almak için projelerini sundu ama sadece dokuz proje kabul edilmiştir ve ALDAMEN'in projesi, o yıl Ürdün Üniversitesi düzeyinde sosyal bilimler alanında kabul edilen dokuz proje arasında yer almıştır. Ürdün Üniversitesi'nde profesör düzeyinde olmayıp bir araştırmada fon sahibi olarak kabul alan ilk araştırmacıdır. Ayrıca, Yükseköğretim Bakanlığı'nın fonu ile "*İnsan Hakları Savunmasında Basılı ve Elektronik Medyanın Rolü: Ürdün Perspektifi*" araştırmasını yayınlamıştır.

Doktora öğrencisi olarak, 2018 yılında Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde düzenlenen 4. Uluslararası Öğrenciler Sosyal Bilimler kongresin'e "*Sosyal Medya Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Merhamet Yorgunluğuna Nasıl Yol Açar?*" başlıklı araştırmaya katıldı. Ayrıca, 2019'da 5. Uluslararası Öğrenci Sempozyumu'na "*Suriyeli Mülteciler İçin Kitle Fonlamada Sosyal Medyanın Olumlu Rolü*" başlıklı araştırmasını kabul edilmiştir. 2019 yılında, Ürdün'deki Suriyeli Mülteciler İçin "*İş İçin Nakit*" Programlarının Etkileri üzerine araştırma yapmak üzere Almanya'da Bonn'daki Alman Kalkınma Enstitüsü'nde (DIE) misafir araştırmacı olarak bulunmuştur.