

PAPER DETAILS

TITLE: Sosyal Medyada Kitle Psikolojisi ve Linç Kùltürü

AUTHORS: Mahmut Kutlu

PAGES: 95-125

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3352259>

Kutlu, Mahmut (2023). Sosyal Medyada Kitle Psikolojisi ve Linç Kültürü,
Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 2023 Güz -02- (95-125)

SOSYAL MEDYADA KİTLE PSİKOLOJİSİ VE LİNÇ KÜLTÜRÜ

MASS PSYCHOLOGY AND LYNCH CULTURE IN SOCIAL

Mahmut KUTLU^a

Doi: 10.53281/kritik.1347651

^aDr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Orcid no: 0000-0002-5047-4234

MAKALE BİLGİLERİ

Makale:

Gönderim Tarihi: 25.08.2023
Ön Değerlendirme: 27.08.2023
Kabul Tarihi: 15.09.2023

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya, Twitter, Kitle Psikolojisi, Linç Kültürü

Key Words:

Social Media, Twitter, Mass Psychology, Lynch Culture

ÖZET

Sosyal medya, ifade özgürlüğü, sosyalleşme ve katılım gibi olumlu gelişmelerin yanı sıra şiddet ve nefret söylemi gibi istenmeyen gelişmelere de sahne olmaktadır. Türkiye ve dünyanın birçok ülkesinde farklı etnik, siyasi, ideolojik ve dini kimlikler sosyal medyada linç edilmektedir. Küçümseme, nefret etme, dışlama, yabancılaştırma ve cezalandırma gibi olguların karşılığı olarak linç girişimi, sosyal medyada her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle linç olgusu, sosyal medya üzerine yapılan çalışmalarda önem arz etmektedir. Bu çalışma, hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya platformlarında gerçekleşen linç olaylarının hangi öğelerle inşa edildiğini ve linç kültürünün yapı taşlarını saptamayı amaçlamaktadır. Linç olgusunun sosyal medyadaki görünümünün ele alındığı bu çalışmada, Twitter platformunda yaşanan “Luppo alan dayı” linç örneği üzerinde durulmaktadır. Linç olgusuna, büyük oranda etkisi olduğu düşünülen sosyal medyanın rolü göz önünde bulundurularak kitle psikolojisinin etkisi çerçevesinden bakılmaktadır. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi ve göstergebilimsel teknik çerçevesinde tasarlanarak, örnek olay incelemesi (vaka çalışması) üzerinden yürütülmüştür. Yapılan analizler sonucunda sosyal medyada lincin bir kültüre dönüştüğü tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Social media is the scene of positive developments such as freedom of expression, socialization and participation, as well as undesirable developments such as violence and hate speech. In Turkey and in many countries of the world, different ethnic, political, ideological and religious identities are lynched on social media. The lynching attempt, which corresponds to the phenomena such as contempt, hatred, exclusion, alienation and punishment, is increasing day by day in social media. For this reason, the phenomenon of lynching is important in studies on social media. This study aims to determine the building blocks of the lynching culture and the elements of the lynching events that take place on social media platforms, which have become an inseparable part of life. In this study, in which the appearance of the lynching phenomenon in social media is discussed, the example of the "Luppo alan dayı" lynching on the Twitter platform is emphasized. Considering the role of social media, which is thought to be largely effective in the prevalence of the phenomenon of lynching, the concept is viewed from within the framework of the impact of mass psychology. The study was designed within the framework of discourse analysis and semiotic technique, which is one of the qualitative research methods, and carried out on a case study. As a result of the analysis, it has been determined that lynching in social media has turned into a culture.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

GİRİŞ

Günümüzde Web 2.0 teknolojisinin her alanda kullanılmasıyla fiziksel dünya ile sanal dünya iç içe geçmiş durumdadır. Uzun bir geçmişe sahip olmamasına rağmen kullanım alanının genişliği ve kullanım kolaylığı itibarıyla sosyal medya, bireylerin vazgeçilmez etkileşim alanı haline gelmiştir. Geleneksel medya araçları, yayıncılık için profesyonel bilgi ve tasarım gerektirirken sosyal medya ortamları kullanıcıların kendi içeriklerini rahatça yayınlatabilmelerine olanak tanımıştır. Bu sayede geleneksel medya unsurlarının hepsini içerisinde barındıran sosyal medya ortamlarında kullanıcılar her geçen gün iletişim deneyimlerini daha da zenginleştirmektedirler. Temel kullanıcılarını belirli bir kesimden ziyade toplumdaki her kesim insandan oluşturan bu ağlar, insanlar tarafından takip edilip hızlıca benimsenmektedir. Sosyal ağların en genel özelliği her sınıftan, kültürden ve yaştan insanı, aynı ortamda buluşturmasıdır.

Bilginin sınırsız paylaşımı ve depolanması, etkileşim özelliği, geleneksel medyada yer bulamayanların seslerini duyurabilmeleri nedeniyle yeni medya, insanların yaşamında önemli bir konuma gelmiştir (Sayımer, 2014, s. 15). Facebook ‘un başlattığı; Twitter, Flickr, Instagram ve Pinterest’ in devam ettirmesiyle insanların hayatında daha çok yer edinen sosyal medya (Özutku vd., 2014, s. 63); profiller, yorumlar, arkadaş listeleri, özel mesajlaşma gibi özelliklerinin yanı sıra video ya da fotoğraf paylaşımı gibi ek özellikleriyle, anlık mesajlaşma, blog teknolojileri içerisinde kurulmasıyla, mobil etkileşimi destekleyen özellikleriyle (Boyd & Ellison, 2008) artık her an yanımızdadır. Katılımın ön planda olduğu bu sanal dünyalarda kişiler genellikle bir engele takılmadan istedikleri gibi paylaşım yapabilmekte ve istedikleri sosyal gruba dâhil olma imkânına sahip olabilmektedirler. Buradaki katılımın hedefi sosyal medya kullanıcıları tarafından üretilen içerikleri öğrenmek ve paylaşmak ve böylece diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunmaktır.

Medya ve iletişim üzerine yapılan tartışmaların odak noktasında sosyal ağların kullanıcılarının hayat pratiklerini etkileyip yeni tutumlar geliştirmesi ve iletişimde yaşanan olumsuz durumlar yer almaktadır. Bu ortamlar arasında Twitter, Instagram ve Facebook gibi uygulamalar insan yaşamının her alanına etki etmesi sebebiyle medya tartışmalarında başrolü oynamaktadır. Tartışılması gereken asıl nokta kullanıcının sosyal medya ortamında hareketsiz durmaması, olan biteni seyretmemesidir. Kullanıcı bu ortamlarda hiç zorlanmadan içerik paylaşma, blog oluşturma, yorum yapma, diğerlerini takip etme ve tartışma ortamlarına katılabilmektedir. Sosyal medya ortamları devamlı hareket eden bir kullanıcı karakteri oluşturmaktadır. Sadece bekleyip diğer bireyleri takip eden pasif kullanıcı profillerine ender rastlanılmaktadır. Sosyal medya yapısı gereği katılım ve paylaşım pratiği gerektirmektedir. Kullanıcılarını metin, ses veya fotoğraf gibi her türden içerikler paylaşmaya yönlendirmektedir. Bu

durumda etkileşime geçme ve sosyalleşme gibi olumlu gelişmelerin yanısıra nefret söylemi, mahremiyetin ihlali, dijital gözetim gibi iletişim riskleri de sosyal medya ortamlarında kaçınılmaz olmaktadır. Sosyal medyada karşımıza çıkan önemli iletişim risklerinden bir diğeri de “linç” olgusudur. Çoğunlukla “karşıdakini cezalandırma” şeklinde anlaşılan linç, sosyal medyada sıklıkla görülmektedir.

Sosyal hayat içerisinde uzun zamandan beri fiziksel olarak varlığını sürdüren linç, sosyal ağların hayatın bir parçası olmasıyla beraber bu ortamlarda da çok geçmeden yerini almıştır. Teknolojik gelişmeler ile birçok yapı ve olgunun değişime uğradığı gibi linç de bir değişim geçirmiştir. Fiziki mekânda hala devam etmekle beraber sanal ortamlarda da kılık değiştirerek simgesel bir boyutta varlığını devam ettirmektedir. Tarihsel süreçte linç, daha çok kitle psikolojisiyle ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Linç olaylarına kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde yapılan araştırmalar linç gruplarının nasıl örgütlendiğine bakmakta; linç eylemlerini kitle psikolojisi üzerinden ele almaktadırlar. Bu yaklaşımların çoğunun temel amacı lincin oluşum sürecini açıklamaya çalışmak ve lince neden olan psikolojik, siyasi ve toplumsal ardalanı belirleyebilmektir.

Lincin sosyal ağlarda nasıl gerçekleştirildiğini araştıran çalışmada linç olayları kitle bağlamında ele alınmış, linç eylemlerinin kitle psikolojisi ile ilişkilendirilip çözümlenmesinde Gustave Le Bon tarafından kaleme alınan “Kitleler Psikolojisi” (2015), Sigmund Freud tarafından yazılan “Kitle Psikolojisi” (2020a) ve Elias Canetti tarafından yazılan “Kitle ve İktidar” (2017) kitapları çalışmanın sorunsalı noktasında öncül birer referans olarak kullanılmıştır. Linç eylemleri ile kitle hareketlerinin birlikte ele alındığı bu çalışmada, Twitter platformundaki “Luppo alan dayı” linç örneği üzerinde durulmaktadır. Linç gruplarının sanal dünyadaki kaygılarının yine sanal eylemlerle dışa vurumunu ele almak ve bunun neticesinde sosyal medya platformlarının nasıl bir linç kültürü oluşturduğunu açıklamak çalışmanın ana temasını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında sosyal medyadaki linç gruplarının kullanım pratiklerindeki yıkıcı etkinliği ve şiddet bağlamalarını ortaya koyabilmek için nitel araştırma yöntemlerinden eleştirel söylem analizi ve göstergebilim yöntemi ile hareket edilmektedir. Eleştirel söylem analizi ve göstergebilim yöntemi ile ortaya konulması hedeflenen olgu, sosyal medyadaki linç olaylarını toplumsal olgular ve değerler ile bir tutarlılık içerisinde ayrıntıları ile birlikte ele almak ve lincin sosyal medyadaki toplumsal örüntülerini ortaya koymaktır. Çalışmada örneklem olarak Twitter seçilmiştir.

1. Kitle

Türk Dil Kurumu’nun (2021) tanımına göre kitle; “Bir yerde toplanmış, bir araya gelmiş insan topluluğu, kütle “Belirli işleviyle özellik gösteren büyük insan kalabalığı” olarak tanımlanmaktadır”. Kitle ile bağlantılı olarak kalabalık, birinci anlamında “Çok sayıda insanın bir araya gelmesiyle oluşan

insan topluluğu”, ikinci anlamında “Gereksiz, karışık şeyler topluluğu” olarak tanımlanmıştır. Buna göre kitleler bir araya gelerek kalabalıklar oluşmaktadır. Bunun yanı sıra yığın, “Bir şeyin yığılmasıyla oluşturulan küme; Birçok kimsenin veya nesnenin bir araya gelmesiyle oluşan kalabalık”, sürü; yönlendirilebilen insan topluluğu; grup ise, “Ortak özellikleri olan varlıklar, nesneler bütünü; görüşleri ve çıkarları bir olan kimseler bütünü” olarak tanımlanmıştır. Kitleyi tanımlamada birbiri ile bağlantılı ve iç içe geçmiş olan bu kavramlar linç kavramını da tanımlamakta etkili olmaktadır. Literatürde linç olayları incelendiğinde, linçi gerçekleştiren fail tarafının genellikle grup ve kalabalık şeklinde tanımlandığı görülmektedir. Dolayısıyla linç, belli bir amaca yöneldikten sonra grup özelliği taşıyan kalabalık niteliğindeki insan topluluğu tarafından işlenen suç olarak değerlendirilmektedir.

Kitle, kavramın kullanımına göre hem olumlu hem de olumsuz anlamları taşımaktadır. “Kalabalık”, “güruh” ya da “yığın” anlamında kullanıldığında çoğunlukla zekâ, kültür, bazen de ussallık yoksunluğu gibi olumsuz anlamlar yüklenmektedir. Sosyalist gelenekte kitle kavramı ile ortak amaçlar için bir araya gelip örgütlenmiş işçi sınıfı gibi oluşumlara işaret edilmektedir (Özgür, 2007, s. 40). Kitle kavramı, sosyal psikolojinin kuramsal temellerini temsil eden, kitle psikolojisi üzerine önemli çalışmalar yapmış olan Gustave Le Bon, Jose Ortega Y. Gasset, Jean Baudrillard gibi düşünürler tarafından tartışılmıştır. Gasset (2003, ss. 7-11), kitle kavramını; “kendi varlıklarını yönlendiremeyen çokluk kümelenmesi, nereye bakarsak bakalım insanların bir araya gelerek oluşturdukları yığınlar” şeklinde tanımlamıştır. Gasset’in tanımında kitle, olumsuz özellikleriyle, iyi ya da kötü hiçbir değer ifade etmeyen, kendisini “sadece herkes gibi” hisseden aciz insanlardan oluşmaktadır. Jean Baudrillard (2019, s. 12), Gasset’in tanımına benzer şekilde kitleyi “Havası alınmış bireysel taneciklerin, toplumsal artıkların ve kitle iletişim araçlarına ait içtepilerin bir araya getirilmesi” şeklinde açıklamıştır. Baudrillard, Gasset gibi kitlelerin her türlü anlamdan yoksun, bir ayrıcalığı ve niteliği olmayan, aynı zamanda sosyolojik açıdan da bir gerçekliği olmayan kalabalıklar olarak görmüştür. Fransız bilim adamı Le Bon ise (2015, s. 19) kitleyi, “sıradan ve basit anlamıyla, ırkları, cinsiyetleri, meslekleri ve kendilerini bir araya toplayan tesadüf her ne olursa olsun rastgele bir bireyler topluluğu şeklinde” tanımlamıştır. Her ne kadar aralarında farklılıklar olsa da Le Bon, Gasset ve Baudrillard gibi düşünürlerin kitle konusuna yaklaşımları kitle eylemlerinin çözülmesi gereken toplumsal bir olgu olduğu paydasında birleşmektedir.

Kitleler hakkında araştırma yapan bir diğer düşünür de Sigmund Freud’dur. Freud, kitle hakkındaki görüşlerini Le Bon’un görüşlerine eklemleyip geliştirerek birçok noktada Le Bon’la aynı görüşleri paylaşmıştır. Ancak Le Bon’un kitlelerdeki önder kişilere ilişkin açıklamalarını doyurucu bulmamıştır. Le Bon, bir araya gelen belirli sayıda canlının içgüdüsel bir eğilimle hemen bir önderin otoritesi altına girdiğini söylerken, Freud bu açıklamanın açık seçik bir ifade olmadığını iddia ederek

lider hakkında şu açıklamayı yapmıştır (2020, s. 21-22): “kitle, itaate karşı öyle susamışlık içindedir ki, ortaya çıkıp kendisini lider ilan edecek herkese içgüdüsel bir boyun eğişle karşılık verir. Kitledeki gereksinim her ne kadar bir önderin ortaya çıkmasına olumlu zemin hazırlarsa da önderdeki kişisel özelliklerin de kitlenin bu yoldaki isteğine uygun düşmesi zorunludur. Kitleyi inandırabilmek için, öncelikle önderin kendisi, güçlü bir inancın (bir düşüncenin) büyüüne kapılmış, istemsiz kitleye benimseteceği etkileyici ve güçlü bir istemle donanmış olacaktır”.

2. Kitle Kültürü ve Özellikleri

Kitle kavramının kuramsal yaklaşımlara göre tarih içinde değişen anlamları vardır. Kitle iletişimindeki kitle sayısı bilinmeyen okuyucu, izleyici, seyredici ve kullanıcıdır. Ekonomik anlamda kitle, bilinmeyen sayıdaki tüketiciler toplamıdır. Kültür bazında kitle ise, kültürü tüketen ve dolayısıyla tüketimden geçerek üretim için gereksinimi üreten kişilerdir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 40-41). Kitle genel anlamda günlük yaşamda niteliksiz bir kalabalığı ifade etmek amacıyla kullanılırken literatürde özellikle ortak bir amaç için bir araya gelmiş insan topluluklarını anlatmak için kullanılmaktadır. Genellikle olumsuz anlamda kullanılan kitle ve kitle kültürü, sosyoloji terminolojisindeki “kalabalık ve yığın” kavramına (Le Bon, 2015, s. 19) gönderme yaparak basit ve sıradan insanların yaşam tarzlarını ve alışkanlıklarını çağrıştırmaktadır.

Hannah Arendt’a göre (aktaran Maigret, 2014, s. 87) “kitle adamının” temel niteliği, toplumsal ilişkilerin eksikliği ve yalnızlaşmadır. Aynı şekilde Adorno ve Horkheimer da toplumsal parçalanma diye belirttikleri olguyu, modern toplumların kötülüklerin kaynağında konumlandırırlar: Bireyler kendi hallerine bırakılmışlardır, ait oldukları toplulukları ve köklerini yitirerek kendilerine de yabancılaşırlar. Dolayısıyla toplumu yöneten güçler, doğrudan karşı karşıya kaldıkları medya tarafından yönlendirilebilir pozisyonadadırlar. Bu yönlendirmenin başlıca iki yolu: pohpohlama ve baştan çıkarmadır. Vasat insanların ancak kendi niteliksizleri ve sıradanlıklarıyla bir araya gelerek “kitle” adı verilen insan yığınlarını meydana getirebileceğini belirten Gasset, “Kitlelerin Ayaklanması” adlı eserinde (2003) Avrupa’da meydana gelen yozlaşmaları değerlendirerek kitle içinde özel bir niteliği olmayan kişileri “vasat” olarak adlandırmıştır.

Özellikle olumsuz anlamda çok yaygınlaşan “kitle kültürü” ve “eleştirel” nitelemesi yeterince belirgin bir araştırma akımına göndermede bulunmaktadır. “Kitle kültürü” deyiminin kökeni 19. yüzyıl sonundan başlayarak çağdaş toplumların düşünsel bulgulanmasını kapsayan şiddetli tartışmalardadır. Le Bon, Freud, Spengler, Ortega Y Gasset, T.S. Eliot’un yazılarında kitle kavramı, kalabalık kavramına yaklaşır, ilerici ve tutucu yazarlar patolojik bir sapmanın varlığını haber vererek, daha çok nostaljik, eleştirel kuramda özgün bir biçimde Marksist bir düşünceyle birleşen, ekonomik ve kültürel

demokratikleşme olayları karşısında duyulan düşmanlık üzerine kurulu bir bakış açısında birleşmektedirler (Maugret, 2014, s. 86). Günümüzde kitle kültürü, teknolojik araçlardan ve bu araçların getirdiği yeni sorunlardan bağımsız düşünülmemelidir. Bu yapılanma içerisinde tüketimi esas alan kitle kültürü doğası gereği devamlı üretmek istediği kültürü medya üzerinden yaygınlaştırmaktadır. Geniş kitlelere kültür pazarlayan bu yapı sonuç olarak kitle iletişim araçlarına bağımlı hale gelmiş ve bu ilişki üzerinden varlığını güçlendirerek sürdürmektedir. İletişim bilimlerinde kitle kültürü, daha çok radyo, televizyon ve diğer medya yayınlarının izleyicilerinin özelliklerine odaklanmaktadır. Egemen çevreler tarafından kitle iletişim araçlarıyla gelen ve kendinden öncekilerin mirasını alan bir kültür olarak tanımlanan kitle kültürü (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 43), kitle insanını istediği gibi yönlendirmektedir. Medyada gördüğü yaşamı elde etmek için çaba sarf eden milyonlarca insan kitle kültürünün bir sonucudur.

3. Kitle Psikolojisi ve Linç

İnsanlar sosyal varlıklar oldukları için genel anlamda büyük insan kalabalığı olarak tanımlanan kitlelerin bir araya geldikleri zaman kendi içlerinde bir kitle psikolojisi oluşturma eğilimi oluşturdıkları düşüncesi yaygındır. Sosyal psikoloji alanında bireyin davranışları ve kitle davranışlarını anlamaya yönelik önemli çalışmalar yapılmıştır. Kitlelerin yönetildiği, yıkıcı özellikleri, zararlı yanları ve durdurulup kontrol edilmesi gerektiği inancına kadar birçok fikir öne sürülmüştür. Özellikle Gustave Le Bon, Sigmund Freud ve Elias Canetti gibi düşünürler tarafından bu durum çokça tartışılmıştır. Le Bon'un yaklaşımında, kitle içindeki birey sadece çokluk ve sayı çokluğunun verdiği duygular ile tek başına olduğu zaman frenleyebileceği içgüdülerine kendisini bırakarak yenilmez bir güç kazanmaktadır (2015, s. 25). Freud (2021, s. 8), Le Bon'a benzer şekilde kitleyi bir araya gelmiş ve örgütlenmiş insan yığını olarak tanımlamakta ve bireyin kitle içine karıştıktan sonra nasıl bir değişim geçirdiğini anlamaya çalışmaktadır. Le Bon'un tanımında var olan farklı kişilerin tek bir varlığa dönüşerek oluşturduğu kitlenin ortak bağlarını, onları bir araya getiren etkenleri çözmek gerektiğini söylemektedir. "Kitle Psikolojisi ve Ego Analizi" isimli çalışmasında Freud (2021, ss. 28-33), sürü psikolojisi kavramını Le Bon'a yakın bir noktadan ele almış, bireylerin içinde bulundukları gruplardaki ilişkilerinin "libidinal" ilişkilerden oluştuğunu ifade etmiştir. Le Bon'un açıkladığı telkin kavramı yerine, libido kavramını önermiştir. Libido, aşk, sevgi ve cinsel dürtülerin kaynağıdır ve kitle ruhunun özünü de bu tür ilişkiler oluşturmaktadır.

Freud, ayrıca Le Bon'un daha çok kitle içinde eriyip yok olan bireyin düşünsel yetenek bakımından uğradığı kayıp üzerinde durduğunu söylemektedir (2020a, s. 17). Freud'un psikolojik analizinde ileri sürdüğü düşünce, her insanın hayatına bir başka insanın müdahale ettiğidir. Bu fikrini de

şu şekilde açıklamıştır: “Öteki, bireyin hayatında bir objeyi, bir modeli, ortağı ya da rakibi ifade eder. Bu nedenle bireysel psikoloji, aslında sosyal psikolojiyi ifade etmektedir” (Fischer, 2010). Sonuç olarak günümüzde her birey, çok sayıda kitlenin aynı anda parçasıdır (Freud, 2021, s. 78). Aslında kitle, halk ya da toplum değil, yoldan gelip geçenler yığıdır (Virilio, 1998, s. 9). Canetti’ye göre ise kitle, bireyi yalnızlık korkusundan kurtaracak tek yerdir. Korkunun karşısına dönüştüğü tek durum budur. İnsanı, bilinmeyen dokunuşundan daha fazla korkutan bir şey yoktur. Canetti bu durumu “Dokunulma korkusu” olarak açıklamış ve insanların başkaları ile bir araya gelmesi yani kitleye katılması ile bu duyguyu yenebileceğini vurgulamıştır. Bunun için insan yoğun bir kitleye gereksinim duyar. İnsan kendini kitleye bırakınca artık kitlenin dokunuşundan korkmaz olur. Kitle içindeki herkes eşittir; cinsiyetin bile bir önemi yoktur. Kitlenin içinde kendisini iten biri her kimse, o da kendisi gibidir. Onu, kendisini duyumsuyor gibi duyumsar. Kitle her insanı dokunulma korkusundan bütünüyle kurtarmak ister. İnsanlar birbirlerine ne kadar sıkı kenetlenirse, birbirlerinden korkmadıklarından o kadar emin olurlar. Kitlelerin doğasında dokunulma korkusunun bu karşısına dönüş vardır. Rahatlama duygusu, kitle yoğunluğunun en fazla olduğu zaman en çarpıcıdır (2017, s. 13-14).

Le Bon ve Freud'a göre, kitle psikolojisinin merkezinde yer alan “ortak ruh”, “bilinçaltı”, “ortak bilinç” ile hareket etme durumları, kitle eylemlerinin en önemli psikolojik kriterlerini oluşturan değerlerdir (Özmen, 2015). Kitle psikoloji ve linç ilişkisini irdelemek adına bu düşünürlerin yaklaşımlarına baktığımızda, kitle olarak hareket eden bireylerin psikolojik anlamda belirli özelliklerinin olduğunu görmekteyiz. Bu özellikler, Le Bon'a göre, bilinçli kişiliğin kaybolup, onun yerine bilinçaltı ile hareket eden kişiliğin hâkimiyeti, düşüncelerin ve duyguların sirayet yoluyla aynı tarafa yönelişi ve telkin edilenin uygulamasına hemen başlama isteğidir (2015, s. 27). Bu bir devrim tarzında değil, evrim tarzında, doğal seyri içinde, grup içinde severek, duygulara hitap ederek ve gönüllü itaat yoluyla gerçekleşmektedir. Grup içerisindeki bireylerin duygusal ve düşünsel alandaki bireysellikleri böylece yok olup aynı potada erimektedir. Birey her hareketine grup ile karar verir, grubun içinde diğerlerinden ayrı hareket edemez (Tarhan, 2010, s. 80). Bireyselliğin yok olması grup normlarına itaati arttırır (Aronson vd., 2012, s. 518). Hatta neye gülüp gülmeyeceğine bile grup karar verir (Bergson, 2019). Gruplar kendi norm ve fikirlerini geliştirme yönünde bir eğilim gösterirken grup üyelerinin de bunlara uymasını beklerler (Hayes, 2016, s. 89). Bu durum özellikle grup üyelerinin fikirlerini söylemekten çekindikleri ortamlarda görülmektedir.

Kitleler mıknatıslanabilirler çünkü toplumsallık onları statik bir elektrik gücü gibi sarıp kuşatmıştır (Baudrillard, 2019, s. 11). Bireyler, bilinçdışı özellikler ortaya çıkararak kendi karakterlerini bir kenara atıp, sürünün oluşturmuş olduğu ortama kendilerini bırakmaktadırlar. Kitle içindeki bireyin normal hayatında üstlendiği sorumluluk hissetme duygusu, sürü hareketi içerisinde yok olmaktadır.

Bireylerin kendilerini kitlenin ruhuna teslim etmeleri ayrıca bir rol oynamaktır. Kitle içinde gelişen kolektif ruhun etkisiyle, birey yenilmezlik duygusunu geliştirmeye başlamakta, böylece kendini kitlenin büyüğü ve güçlü ruhuna hiç düşünmeden ve sorgulamadan daha rahat teslim etmektedir.

Linç eyleminin en bariz özelliği bir sürü eylemi olmasıdır. Dolayısıyla sosyal psikolojik açıdan anlatılması gereken ilk mekanizma, bu eyleme katılanların eylemin sonuçlarına dair sorumluluğun dağılması ve anonimleşmesidir (Gittler, 1952'den aktaran Parker, 2006, s. 197). Bir kitleye bağlı bulunan bireyin durumu uyutulan bir kimsenin durumuna benzemektedir. Artık hareketleri bilinçli hareketler değildir. Bu kimsede, uyutulan insanlarda olduğu gibi, bazı melekeler yıkılmış, bazıları ise olanca yoğunluğuyla harekete geçirilmiştir. Gelecek bir telkinin etkisi o kimseyi artık karşı konulmaz bir coşkunlukla bazı işlere sürükleyebilir. Kitledeki coşkunluk, uyutulan kimsenin durumundan daha fazladır, çünkü telkin tüm bireyler için aynı dozda olduğundan birbiri üzerine karşılıklı etkilerle coşkunluk artmaktadır (Le Bon, 2015, s. 27). Aktif bir kitlenin içinde bir süre dinlenen birey çok geçmeden ya bilinmedik bir nedenden ötürü ya da kitleden kaynaklanan birtakım esintilerle özel bir durum kazanmaktadır. Çünkü bireyin bilinçli kişiliği bütünüyle kaybolur, ayırım ve istem gücü yok olur, bütün duygu ve düşünceleri kitlenin belirlediği yöne yönelir (Freud, 2020a, s. 15).

Le Bon'a göre (2015, s. 26) sirayet, başka bir deyişle "bulaşıcılık" ise kişilerin karşılıklı olarak birbirlerinin duygu ve hareketlerini taklit etmeleridir. Bu durumda birey kişisel çıkarlarını kolektif çıkarlar uğruna kolayca feda edebilmektedir. Kitle içerisinde, her türlü duygu ve eylem bulaşıcıdır. Kitle içerisinde birey yeni özellikler edinir ve bu özelliklerini bir gün açığa çıkarır. Linç gibi toplumsal sorunları çözmek ancak kolektif bir tanımlama süreciyle mümkün olmaktadır. Bu süreç toplumsal sorunların nasıl ortaya çıktığını, meşrulaştırılıp meşrulaştırılmayacağını, tartışmalarda nasıl şekilleneceğini belirlemektedir (Blumer, 1971, s. 298). Kendini feda etmeyi göze almanın derecesi, hayatın gerçekliklerine kayıtsızlığın derecesiyle orantılıdır (Hoffer, 2020, s. 104). Linçle sonuçlanan kitle hareketlerinde genellikle grup içindeki bireyin diğer bireyleri taklit ettiği (Tarde, 1895) görülmektedir. Taklit, elzem bir birleştirici etkendir (Hoffer, 2020, s. 130). Burada bulaşıcılık taklit yoluyla gerçekleşmektedir. Le Bon'un dikkatleri çektiği en önemli husus olan telkine açık olma durumu ise (2015, s. 37); duyguların belirli bir tarafa çabuk yönelmesi olayını açıklamaktadır. Ne kadar tarafsız olduğu sanılırsa sanılsın, kitleler çoğunlukla telkine hazır bir dikkat ve bekleme durumu içinde bulunmaktadırlar. Deneyimlerine bile şekil verme gücüne sahip güçlü karakter sahibi insanların temel özelliklerini yansıtmayan (Sennett, 2020, s. 116), etkilenmesi kolay ve rasyonel düşünme yetisi zayıf bireylerden oluşan kitlenin edilgen olduğu varsayılmaktadır. Kitle içinde fikirler ve inançlar özellikle sirayet mekanizmasıyla yayılmaktadır (Le Bon, 2015, s. 129).

4. Sosyal Medyada Linç Kültürü

Sosyal ağların hayatın bir parçası olmasıyla beraber bu merkezi ağların olumlu ve olumsuz sonuçları da tartışılmaya başlanmıştır. Sosyal medya ve linç konusu dünyanın her yerinde araştırılan bir konudur. Sosyal medyada nefret söylemi, siber zorbalık, dijital aktivizm gibi karşımıza çıkan önemli bir kavram “linç” olgusudur. Linç kültürü yıllardır hayatımızdadır fakat teknolojinin gelişmesi ve sosyal ağların hayatımıza girmesiyle bu kavram da sosyal medyaya taşınmıştır. Öncelikle sosyal medyada linç kültürü: bir olayı, seçilen kişiyi ya da paylaşımı hedef gösteren paylaşımların geniş kitleler tarafından yapılması olarak adlandırılmaktadır. Bu davranış, son yıllarda sosyal medyada oldukça popüler hale geldiği için de “linç kültürü” diye bir kavram ortaya çıkmıştır (Sakarya, 2020). Tahammülsüzlük, nefret, ayrımcılık ve diğerlerini kabul edememe gibi duygular sosyal ağlarda linçin yaşanmasına neden olurken, bu olayların sıklıkla yaşanması linçin sosyal medyada bir kültür şekline dönüştüğü algısını beraberinde getirmiştir. Hemen her gün sanal platformlarda şiddet temelli yeni bir linç olayı gerçekleşmekte ve gittikçe bu durum bir kültür fenomeni haline gelmektedir.

Arendt’in tanımında şiddet, iktidardan (power), zor (force) ve kuvvetten (strength) farklı bir şekilde, Engels’in daha önceden üzerinde durduğu gibi her zaman araçlara muhtaçtır (2018, s. 10). Arendt’in dikkatleri çektiği, şiddetin gerçekleşmesi için gereksinim duyulan temel araç günümüzde linç kültürü bağlamında sosyal medya araçlarıdır. Rogers ve Chaffee “Communication as an Academic Discipline: A Dialogue” isimli çalışmada sosyal organizasyonun değişimi hakkında karşılıklı müzakere ederken Chaffee “İletişim teknolojileri alanındaki değişimlerin toplumsal örgütlenme ve düşünce alanını da dönüştürdüğünü, bunun Harold Adam Innis ve Marshall McLuhan gibi düşünürler tarafından da sıklıkla tartışıldığını” belirtmektedir (1983, s. 25). Medyada şiddet konularını ele alırken tartışmalarla dolu bir konu olan insan şiddetinin bizzat kendisini de dikkate almakta fayda vardır. Sonuçta, kişi eğer şiddetin insan doğasının ayrılmaz bir parçası olduğunu düşünüyorsa, şiddet içerikli medya bir şeyleri değiştirmez. Öte yandan eğer şiddet insanların öğrendiği bir davranışsa medyanın bu konuda dehşet verici bir etkisinden bahsedilebilir (Trend, 2007, s. 45). Günümüzde sosyal medya neredeyse dünyadaki tüm politik hareketleri koordine eden bir araca dönüşmüştür (Shirky, 2018, s. 159).

Günümüzde korkutucu bir nitelik arz eden şiddet, gerçekten de tehditkâr bir biçimde ortaya çıkmaktadır (Benjamin, 2014, s. 23). Şiddeti kılıktan kılığa giren bir oyuncu gibi nitelendiren Byung-Chul Han, kaba kuvvetten medyatiğe, fiziksel olandan ruhsallığa, satır aralarına çekilen şiddetin varlığından bahsetmektedir (2016, s. 9). Eskiden beri var olan şiddet modern medeniyetlerin koşullarının gerektirdiği şekilde form değiştirerek mevcudiyetini sürdürmektedir. Şiddetin görünümleri yeni toplumdaki yeni iletişim kanalları üzerinde değişmiştir. Sosyal medya, şiddet pratiği konusunda

imkânları elverişli hâle getirmiştir. Han'ın belirttiği “satır aralarına gizlenen şiddet” tam da sosyal medya iletilerinde görülen şiddet biçimidir.

Sosyal medyada linç kültürünü anlayabilmek adına Hannerz (1990), medyayı bir kültür teknolojisi olarak ifade etmektedir. Dünya üzerinde sayısı milyonları bulan örgütlenmelerin yansımaları ülkemizde de görülmektedir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren İnternet’i aktif ve etkin bir şekilde kullanan çok fazla yeni toplumsal hareket örneği görülmektedir (Toprak vd., 2009). Bu gruplaşmalar bir anlaşmazlık durumunda genellikle şiddete başvuran bireylerden oluşmaktadır (Han, 2016, s. 11). Sosyal medyada lince sebep olan gruplar, başkalarını yargılarken alternatif olanakları ya da izahatları düşünüp tartmayan, bilakis, kişilerarası değerlendirme yaparken hedefteki kişiyle ilgili keyfi biçimde önceden belirlenmiş ve hükmü verilmiş bir önyargıları olan (Hayes, 2016, s. 180), düşünceleri ya bütünüyle kabul eden veya reddeden, münakaşaya ve itiraza dayanma güçleri olmayan kişilerden oluşmaktadır. Onların üzerine etki eden telkinler bütün kavrama alanlarını kaplamıştır ve derhal fiil haline geçmeye eğilimlidirler (Le Bon, 2015, s. 73). Evrensel bir olgu olan bu gruplar (Canetti, 2017, s. 14), sosyal medyada tartıştıkları kişileri aşağılamakta, hakaret etmekte bir sakınca görmeyen üyelerden oluşmaktadırlar. Kabullenemeyen bir olgu karşısında örgütlenen bu gruplar sosyal medya ortamında buluşmakta ve kendilerine uyum sağlamayan kimseleri kırıncı ve rencide edici söylemlerle linç etmektedirler.

5. Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi ve göstergebilimsel teknik çerçevesinde tasarlanarak, örnek olay incelemesi (vaka çalışması) üzerinden yürütülmektedir. Çalışmada araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi elde etmek için ilkin Teun A. van Dijk’ın haber metinlerine uyguladığı eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmış, ikinci olarak görsel öğelerin anlamlandırılması için göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan bu yöntemler ile sosyal medyada lincin ideolojik söylem ve görseller aracılığıyla yeniden ve nasıl üretildiğinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Sosyal olgular, sosyal davranışları belirleyen genellenebilir yasalar yoluyla değil, bir durumun veya olayın kendine özgü boyutlarının ayrıştırılması ile anlaşılabilir. Bu da farklı araştırma yöntemleri ve teknikleri kullanmayı gerektirmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2005, s. 30). Söylem analizi özellikle medya, sosyoloji ve dilbilim gibi farklı sosyal bilim alanlarında kullanılan bir yöntemdir.

Eleştirel söylem çalışmalarının çeşitli kökleri, retorik metin, dilbilim, antropoloji felsefesi, bilişsel bilim, edebi çalışmalar ve sosyodilbilimin yanı sıra uygulamalı dilbilim ve pragmatikte yatmaktadır (Wodak & Meyer, 2015, s. 2). Genellikle dilbilim kökenli eleştirel söylem çözümlemesi

araştırmacıları, dilbilimin eski sorunsalı yerine, bir sosyal bilimci yaklaşımı tavrı ile dili toplumsal iktidar ve güç ilişkilerinin kurulduğu yer olarak görmüşler ve ideolojik analizlerinde yeni analitik düzeyleri iletişim araştırmalarına taşımışlardır. Eleştirel yaklaşımın, iktidarın yapıları ile söylem yapıları arasında kurduğu ilişkiyi analiz etmeye çalışan Teun van Dijk, iktidarın toplumsal gruplar arasında ortaya çıktığına ve zihinler üzerinden işlediğine dikkat çekmektedir. van Dijk'in analizleri, toplumsal farklılıkların söylem içinde nasıl hiyerarşik bir düzenekte konumlandırıldığını örneklerle göstermektedir (Karaduman, 2017, s. 38-39). Toplumdaki dengesiz güç ve iktidar ilişkilerinin söylem aracılığı ile meşrulaştırılması veya başka bir şekilde yeniden üretilmesini anlamak için söylem analizini kullanmak gerekmektedir (van Dijk, 1993). Kavramsal unsurlarla ortaya konan ve sosyal hayata ilişkin bir perspektif sunan söylem analizinin temel amacı, herhangi bir söylem içerisine ideolojik öğelerin nasıl ve ne şekilde yerleştirildiğini ortaya koymaktır (Sözen, 1996, s. 1544). Toplumsal kurumları, kurum içindeki farklı gruplarla ilişkili çeşitli 'ideolojik- söylemsel oluşumlar' olarak gören Norman Fairclough, genellikle baskın ideolojik bir söylemin var olduğunu ve bu söylemin kendi "ideolojik normları" tarafından sembolize edilen bir tür "konuşma topluluğu" olduğunu ileri sürmektedir (1985, s. 746).

Göstergebilim ise, göstergeleri bilimsel açıdan inceleyen bir tekniktir (Rifat, 2009). Sözcükler, sesler ve görüntüler gibi pek çok şeyi incelemektedir (Parsa & Parsa, 2004). Göstergebilimde konu ne olursa olsun, her zaman dilin; birbirinin karşılığı olan ve birbirinin değerini belirleyen iki yüzü vardır (Saussure, 1985, s. 10). Bu nedenle göstergebilim, dünyayı kendi terimleriyle kavrayamayacağımızı, dünyayı ancak kendi kültürümüzdeki dilbilimsel ve kavramsal yapılarla anlayabileceğimizi savunur (Fiske, 2003, s. 221). İdeolojiyi, cisimsiz fikirler olarak ya da sadece belirli davranış kalıplarıyla ilgili bir sorunsal olarak görmenin dışında üçüncü bir yol da; ideolojinin söylemsel veya göstergesel bir fenomen olarak görülmesidir (Eagleton, 2015, s. 255). Voloşinov nerede bir gösterge varsa, orada ideoloji vardır önermesini öne sürerek ideolojik her şeyin göstergesel bir değere sahip olduğu tezini savunmaktadır. Gösterge olmaksızın ideoloji de yoktur (2001, s. 48'den aktaran Karaduman, 2017, s. 33). Göstergebilimsel teknikte gösteren ve gösterilen iki önemli kavram olarak incelenmektedir. Gösteren, iletinin alıcı tarafından duyulmasını sağlarken, gösterilen alıcının zihninde beliren kavrayıştır. Gösterge ise bütündür. Göstergebilimsel yaklaşımda anlamlandırmanın birinci düzeyi, göstergenin neyi temsil ettiğini betimlemektedir. Barthes'a göre (2009) bu anlamlandırma düzeyi düz anlamdır. Yan anlam ise ikincil anlamlandırma düzeyidir. Göstergenin, kültürel ve sosyal değerlerle birleştiğinde ortaya çıkan etkileşimidir. Van Dijk, söyleme ancak bağlam içinde bir anlam yüklenebileceğinden hareketle söylemin anlaşılabilmesi için metnin yanı sıra bağlamında dikkate alınması gerektiğini ifade etmektedir. Ona göre bağlam, her bireyin kendi zihninde gerçekleşen öznel bir yorumlamadır. Bu nedenle bir olayın yorumlanabilmesi için yalnızca metni oluşturan sözcükler ve yorumlar yeterli

değildir. Söylemlerle eylemler arasında bir ilişki bulunmaktadır (Çomu & Halaiqa, 2014, s. 46). Araştırma sürecinde Twitter'daki örnek olay ile ilgili 478 ekran görüntüsü alınmıştır. Açılan hashtag'lerden alınan bu ekran resimlerinin her birinde cümle yapısının uzunluğuna göre birçok tweet kaydedilmiştir. Tweetlerde paylaşılan görseller yüksek çözünürlüğünün korunması adına ekran resmi almanın dışında ayrıca fotoğraf formatında indirilip kaydedilmiştir. Toplanıp kaydedilen bu veriler araştırmanın analizi esnasında tek tek incelenmiştir.

6. “Luppo Alan Dayı” Örnek Olay İncelemesi

Markette alışveriş yapan kişinin linç edildiği bu örnek olay Twitter'da “#Luppo” hashtag'i ile başlatılmış, #neolurluppayubanaver, #luppayubanaver, #sokagacikmayasagi ve #corona hashtag'leri ile devam etmiştir. Alışverişin Covid-19 salgını döneminde sokağa çıkma yasağı ilan edilmeden hemen önce, akşam geç saatlerde yapılması olayın ana temasını oluşturmuştur. Pandemi sürecinde birçok insan evde kaldığı günlerde gıdasal açıdan sıkıntı yaşamamak adına telaşla marketlere ve bakkallara yönelmiştir. Tam da bu esnada kasada ödeme sırası bekleyen müşterilerden birinin cep telefonu kamerası ile fotoğrafının çekilip Twitter'da yayınlaması ile bir anda binlerce insan aynı konuyu konuşmaya ve tartışmaya başlamıştır. Canetti'nin belirttiği gibi olayların başlangıcında, kitle henüz küçükken veya çok az şey olmuşken böyle bir gürültüye özel bir gereksinim vardır. Gürültü, kitlenin ümit ederek beklediği desteğin vaadi ve gelecekte ortaya çıkacak işlerin bir kehanetidir (2017, s. 18). Öfkeli duygular insanların saldırmasına ve karşılık vermesine neden olur. Bazen insanlar sırf tahrik oldukları ya da heyecanlandıkları için şiddet uygularlar. Bu tür örneklerde, saldırganlar birisini incitmeyi planlamamışlardır, yalnızca o anın “heyecan aktarımı”na kapılmışlardır (Trend, 2007, s. 49). Örnek olay incelemesine konu olan ilk paylaşım aşağıda verilmiştir.

Şekil-1: Markette Sıra Bekleyen Kişinin Fotoğrafı (Twitter, 2020)



Araştırma nesnesi olarak seçilen bu örnek olayda linçin kurucu bileşenlerini kitlenin engellenme neticesinde saldırganlık ve öfke duygularını bastırmak için günah keçisi arama çabaları oluşturmaktadır.

Bu durumda her engellenme belli bir saldırganlık birikimine yol açmaktadır (Paker, 2006, s. 194). İnsanlar, korku, travma ya da karşılanmamış ihtiyaçlarla karşılaştıkları zaman şiddete başvurmaktadırlar. Şiddeti bunlarla başa çıkmanın yolu olarak görmektedirler (Trend, 2007, s. 52). Suçlama içgüdüsü, diğer temel içgüdüler gibi insan varlığının temel bir parçasıdır (Campbell, 2020, ss. 21-22). Kitle haline dönüşmüş insanlar güçlük ve sıkıntıları için suçlayabilecekleri bir kurban ararlar (Freedman vd., 1998, s. 275). Gereksinmelerin ve isteklerin engellenmesi, toplumların çoğunda bugüne dek süregeldiğine göre saldırganlığın ve şiddetin sürekli yaşanmasına şaşmamak gerekir (Fromm, 1990, s. 23). Öfkeli sloganlarla ajite olmuş bir halde akan kitleler, çokluk/çoğunluk olmanın verdiği güç duygularıyla, “sabrımız taşı” haklılığıyla hukuki ya da başka sosyal kontrollerden azade olduklarını hissettiklerinde korkutucu bir kolaylıkla linç güruhuna dönüşebilmektedir. Kendine kurban bakınır hale gelen bu güruh, küçük bir yanlış anlama, bir işaret veya kimden geldiği bilinmeyen bir emirle hareket edebilirler (Bora, 2011, s. 19). Bu olaylarda şiddetin insan ilişkilerinde daima oynayagelen muaazzam rolünün farkına varmak zor değildir (Arendt, 2018, s. 14). Seçilen hedef güç ve iktidar bakımından zayıf bir hedeftir. Örnekte görüldüğü üzere hedefin takip edildiğinden haberi yoktur. Kendini savunamayacak pozisyonadadır. Bu durumda kurban, kitleyi oluşturanlara herhangi bir şey yapamaz. Gruptaki herkes bu olayda yer almak ister. Herkes bir darbe vurur. Kendisi vuramasa bile başkalarının kurbanı vurduğunu görmek ister. Hedef, aynı zamanda en zirve yoğunluk noktasını oluşturan ve katılan herkesin eylemlerinin birleştiği yerdir. Burada risk yoktur çünkü kitlenin sınır tanımaz bir üstünlüğü vardır (Canetti, 2017, ss. 50-51). İktidarın uçtaki aşırı biçimi, bir kişiye karşılık herkeştir. Şiddetin aşırı biçimiye, herkese karşı bir kişidir (Arendt, 2018, s. 52). Bu olayda Twitter’da ki katılımcılar kimliği belirsiz bir hedefi linç etmişlerdir. Linç edenler kitleyi oluştururken linç edilen hedef tek bir kişidir. Tweetlerin genel yapısı incelendiğinde kim olduğu bilinmeyen hedefin “Luppo alan dayı” diye nitelendirildiği görülmüştür.

Ulaşılabileceği boyutlara ilişkin kesin fikri veya sezgisi olmayan açık kitlelere örnek olan (Canetti, 2017, s. 19) bu linç örneği, geleneksel medya araçlarının da ilgilendiği toplumsal bir kitle hareketi haline dönüşmüştür. Sosyal medyada yaşanan bu linç geleneksel medya araçlarının haber sitelerinde manşet olmuştur. Örneğin Yeniçağ Gazetesi, haberi “Luppo alan adamın dramı ortaya çıktı” manşetiyle yayınlamıştır. Haberin detayı şu şekildedir: “Geçtiğimiz günlerde İçişleri Bakanlığı’nın genelgesiyle 31 ile sokağa çıkma yasağı ilan edilirken, markete giderek Luppo satın alan vatandaş ile ilgili yeni bir detay ortaya çıktı. Sokağa çıkma yasağının gece yarısı ilan edilmesinin ardından binlerce vatandaş ihtiyaçlarını karşılamak için market ve büfelere akın etmişti. Öte yandan elindeki Luppo ile market sırasında bekleyen vatandaş sosyal medyanın gündemine oturdu. Ancak o vatandaş ile ilgili gerçeğin bambaşka olduğu

ortaya çıktı. Görüntülerdeki vatandaşın elindeki paranın Luppo'ya yetmesi nedeniyle bu ürüne yöneldiği iddia edildi. “ (Yeni Çağ, 2020).

Şekil-2: Yeniçağ Gazetesi'nin Haber Görseli (Yeni Çağ, 2020)



Yeni Şafak gazetesi ise haberi “Luppo alan adamın hikâyesi uydurma çıktı: İşsiz değil ve iş yeri sahibi” başlığıyla yayınlamıştır (Yeni Şafak, 2020). İnternet gazetesi formatında yayın yapan egeyebakış.com sitesinin Twitter hesabında ise olay “Ülkenin gündemine oturan ‘luppo’ olayının iç burkan perde arkası” şeklinde paylaşılmış ve haberin linkinde alışveriş yapan kişinin komşusu olduğunu belirten kişinin açıklamalarına yer verilmiştir. Sosyal medyada en çok rastlanan risklerinden biri örnek olayda görüldüğü gibi haberin/bilginin doğruluğu problemi ile gelen kitle hareketleridir. Yapılan tartışmalar tamamen öznel yorumları içermektedir. Bu görüşlerde sanal linç gerçekleşmiş fakat bunun için tutarlı ve net dayanaklar oluşturulamamıştır. Araştırma nesnesi olan örnek olayda Twitter’da oluşan linç kitlesinin örnek paylaşımlarının bir kısmı şunlardır:

Tweet 1. na (zar) 11.04.2020: “Bende diyodum şu aralar hayatımda ne eksik luppoymuş meğerse”

Tweet 2. S.K_ 11.04.2020: “Luppo çok güzel gerçekten yemeyen bilmez” tweetleri luppo alan kişiyi ironik bir şekilde aşağılamaktadır.

Tweet 3. U. E. 11.04.2020: “Amcadan ilk açıklama “Gerçek çikolata kaplı iki bisküvi arasındaki marshmallow’dan oluşan Halley vardı da bizmi almadık. Herkese bi halley oluyor” alay içeren bu tweette linç edilen kişinin adına konuşma yapılmıştır. Sözde birinci ağızdan aktarılan bu sözler Luppo’ya benzerliği nedeniyle Halley isimli sandviç kekten bahsetmiştir. “Herkese bi haller oluyor” cümlesi “Halley oluyor” şeklinde değiştirilerek küçümseyici bir hava oluşturulmuştur.

Tweet 4. M. Y. 11.04.2020: “Ekmek yoksa #luppo var telaş yapmayın” aşağılama içerikli bu tweet ise haberlere konu olan “adam markette ekmek bulamayınca mecburen luppo aldı” düşüncesine gönderme yapmaktadır.

Tweet 5. B. 11.04.2020: “Ekmek, sebze gibi ihtiyaçlarını almak için çıkarsın anlarımda luppo ile kola almak saçma değilmi” bu tweet ile hedef kişi ve olay eleştirilmiştir. Lincin gerçekleştirildiği bu tweetlerde karşıdakini küçümseme ve aşağılama söz konusudur. Sorumluluk duygusuna sahip olmadıkları için, kitle bireylerinin duygularının şiddetliliği aşırı bir hal almaktadır. Bu aşırılık, kitle bireylerinde ilkel içgüdülerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Halbuki sorumlu olan ve tek başına bulunan birey, ceza görmek korkusuyla bu duygularını frenlemeyip ortadan kaldırmaya çalışır. İşte kitlelerin en olumsuz aşırılıklara kolayca saplanmaları ancak bu şekilde izah edilebilir (Le Bon, 2015, s. 47).

Tweet 6. fabio luciano 11.04.2020: “(müstehcen ifade) devletin 1 aydır yaptığı bütün uyarılar önlemlerin hepsi çöp oldu.”

Tweet 7. E. 11.04.2020: “2 gün çocuk lupposuz ağlasın ... (müstehcen ifade) babasız kalcak kastığınız duyarın ... “. Bu tweetler cinsel anlamda insan onurunu zedeleyici saldırgan bir dile sahiptir. Küfür olarak da değerlendirilebilecek bu ifadelerin ileti içerisindeki konumu parantez içerisinde gösterilmiş açıkça yazılmamıştır. Kitleleri tahrik eden sebeplere göre, bağlı bulundukları değişik mecburiyetler, onları mertçe ya da zalimce, kahramanca ya da korkakça hale getirebilir. Kitle içindeki bireyler bir anda kolaylıkla cellat olabilirler (Le Bon, 2015, ss. 34-35). Sosyal medyada kışkırtılan bireyler küfürlü ifadeler kullanmakta bir beis görmemektedirler. Hatta sosyal medyada linç kültürü bağlamında müstehcen ifadelerin normal diyaloglar gibi algılandığını söylemek de mümkündür.

Tweet 8. yeniden devam 11.04.2020: “Benzincilerde kuyruk olmuş arkadaş, hadi ekmek tamam da benzin ne gerizekalımısın yasak var yasak evin içinde mi dolaşacan arabayla”

Tweet 9. D. 11.04.2020: “Eceli gelen basitler market duvarına işerler.. gecenin köründe cola cips kuruyemiş #luppo alkol peşine düşmenin başka açıklaması olamaz çünkü; ecelleri çektiyse demekki.!” Hakaretimiz bir söylem üreten bu tweette “Eceli gelen köpek cami duvarına işer” atasözüne gönderme yapılmıştır. Markete alışveriş yapmak için giden kişiler yan anlamsal düzeyde köpeğe benzetilmiştir. Kitleleri ahlak ile uyuşmayan eylemlerinden dolayı soğuk hava deposuna benzeten Baudrillard’a göre kitleler, bütün toplumsal enerjiyi yutarlar. Sıcak enerjileri emerek nötralize ederler (2019, ss. 30-31).

Tweet 10. Kızgın adam 11.04.2020: “Yabancı ülkeler bizi izlerken”

Şekil-3: Vin Diesel

Kıyaslamanın yapıldığı bir paylaşım olan bu resimde Hollywood'un ünlü aktörlerinden Vin Diesel'in fotoğrafı kullanılmıştır. Gösteren bir aktör iken gösterilen alaycı bir ifadedir. Göstergeler incelendiğinde adamın tuhaf ve küçümseyici bir şekilde baktığı görülmektedir. Bu bakışı koronavirüs ile ilişkilendiren paylaşım Türkiye'nin koronavirüs salgını konusunda yabancı ülkelere çok daha kötü bir durumda olduğunu ima etmektedir. Kitlelere aktarılan düşünceler ne olursa olsun son derece sade bir biçim almak ve düşüncelerinde hayaller şeklinde yerleştirilmek kaydıyla nüfuz kazanmaktadır. Bu hayal-düşünceler arasında mantık ilgisi yoktur. O anın tesadüflerine göre, kitle, zihninde kaydedilen değişik düşüncelerden birisinin etkisi altına konabilecek ve birbirine benzemeyen düşüncelere kalkışacaktır (Le Bon, 2015, s. 60). Koronavirüs tablosunda Avrupa ülkelerinden sayıca daha az rakamların kaydedildiği Türkiye'nin yabancı ülkelerle olan bu tutarsız karşılaştırması sosyal medyada linç kültürünün bir unsuru olarak görülmüştür.

6.1. Tanınır Kişilerin Kitle Tarafından Linç Aracı Olarak Kullanılması

Durgunlaşan kitlenin durumunda pasif bir şeyler olduğunda kitle üyeleri kendilerine bir insanın gösterilmesini veya bir konuşma yapılmasını bekler ya da olan kavgayı seyrederek (Canetti, 2017, s. 34). Ayrıca kitledeki düşünceler açık ve net bir şekil aldıktan sonra kitlelerce anlaşılabilirliklerinden, halk arasında tutunmaları ve yayılmaları için çoğu zaman bunların tamamen değişikliğe uğramaları gerekir. Biraz felsefi, yüksek ve bilimsel düşünceler bahis konusu olunca algılamada tabaka tabaka kalabalıkların seviyesine göre farklılıklar gözlemlemek mümkündür (Le Bon, 2015, ss. 61-62). Bulguların analizi esnasında siyasi kimliklerin, resmi makamların, yerel yöneticilerin, sanatçı ve ünlülerin sözleriyle veya resimleriyle linç olayında aracı olarak kullanıldıkları görülmüştür.

Tweet 11. Mizginnn 11.04.2020: "Binlerce sağlık görevlisi sizin sağlığınız için ailesiyle uzaklaşmışken binlerce zabıta, polis sizin ihtiyaçlarınız için saatlerce uğraşırken sizin bu bencilliğiniz ve iflah olmaz halleriniz yüzünden bu savaş bitmicek aksine yeni başlıyor"

Tweet 12. E. 11.04.2020: “Normalde 1 haftalık virüs son 1 saate yayıldı! Üzüleceğim tek şey Sağlık çalışanlarının emekleri olur!”

Tweet 13. R. T. 11.04.2020: “Bilim kurulu üyeleri luppo ile kolanın korona üzerindeki etkilerini araştırıyorlar...”

Tweet 14. veryansın 11.04.2020: “Bilim Kurulu Üyesi o görüntülere canlı yayında isyan etti: Çok iyi gidiyorduk... Bu akşam yaşananların bedeli olacak” tanınır kişilerin kullanıldığı bu tweette hem Bilim Kurulu Üyesi’nin virüs hakkındaki uyarıları hemde görüntüsü kullanılmıştır. Gösteren kalabalık insan topluluğu iken gösterilen bu kalabalıkta virüsün yayılmasına sebep olan insanlardır. Lincin gerekçesi olarak gösterilen bu paylaşımda göstergeler incelendiğinde tüm suçun bir grup insana yüklendiği görülmüştür.

Şekil-4: Bilim Kurulu Üyelerinden Prof. Dr. Tevfik Özlü (Twitter, 2020)



Tweet 15. D. 11.04.2020

Şekil-5: Alışveriş Yapan Kişi ve R.T. Erdoğan (Twitter, 2020)



Bu paylaşımda Luppo alan kişi ile Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan aynı karede birleştirilmiştir. Gösterenin insanlar, gösterilenin kızgınlık olduğu bu capste Türkiye Cumhuriyeti

Cumhurbaşkanı'nın da alışverişe çıkan kişilere kızdığı anlatılmak istenmiştir. Göstergeler incelendiğinde bu capste Recep Tayyip Erdoğan'ın bir konuşmasından alınan yüz ifadesinin alışveriş yapan kişilerden kaynaklandığı izlenimi verilmiştir. Resmi makamların veya siyasetçilerin görüntülerinin kullanıldığı paylaşımlara örnek olan bu capste öncekiler gibi linç olayını meşrulaştırma çabaları içinde değerlendirilmiştir.

Tweet 16. H. 11.04.2020: “Ruhun şad olsun usta yine haklı çıktın.. (Ama %60 biraz az olmuş sanki) #AzizNesin” tweeti ile linç olayına bir hashtag daha eklenmiştir. Kısa öykü, şiir ve tiyatro ve dallarında eserler vermiş olan mizah yazarı Aziz Nesin'in bir sözünün aktarıldığı bu görselde yazarın bir sözü linç olayının gerekçeleri arasında kullanılmıştır. Linç taraftarları bu caps ile linç olayının meşruluğuna inandırıcılık temin etmeye çalışmıştır.

Şekil-6: Aziz Nesin'in Linç Aracı Olarak Kullanılması (Twitter, 2020)



Tweet 17. M. A. 11.04.2020: “Ekmek yoksa #LUPPO yesinler XVI. Louis”. Bu paylaşımda ise Fransa Kraliçesi Marie Antoinette'ye ait olduğu ileri sürülen “ekmek yoksa pasta yesinler” sözü “ekmek yoksa luppo yesinler” şekline uyarlanmış ve linç aracı olarak kullanılmıştır. Aşağıdaki görselde gösteren kraliçe iken gösterilen empati yeteneği olmayan bir insandır. Göstergeler incelendiğinde tweet metninin tutarlığını sağlamak amacıyla metinle beraber kraliçenin aşağıda görülen resminin de kullanıldığı görülmüştür. Metin ile fotoğraf arasında referansal bir ilişki söz konusudur. Kurulan retoriğe inandırıcılık temin etmek amacıyla tweetlere görsel öğeler eklemek Twitter'daki linç olaylarında sıklıkla kullanılan bir yöntemdir.

Şekil-7: Fransa Kraliçesi Marie Antoinette (Twitter, 2020)

Tweet 18. S. T. 11.04.2020: “#luppo alanla benim oyum bir değil. Aysun Kayacı (ünlü Türk düşünür)”. Bu tweette de Türkiye’de tanınan bir sima olan Aysun Kayacı’nın daha önce bir TV programında kullandığı “dağdaki çobanla benim oyum bir mi?” sözü “luppo alanla benim oyum bir değil” şekline uyarlanmış, bölgesel uyum bağlamında referansal ilişki ile Marie Antoinette örneğindeki gibi linç aracı olarak kullanılmıştır. Aynı cisten olmayan unsurlardan toplanmış, bir an için birbirleriyle kaynaşmış (Le Bon, 2015, s. 22) kitle, bir kez vücuda gelir gelmez daha çok insanı kapsamak ister. Büyüme arzusu kitlenin ilk ve en önemli özelliğidir. Ulaşabileceği herkesi bünyesine almak ister. İnsan yapısına sahip herkes kitleye katılabilir (Canetti, 2017, s. 15). Kitlelerin doğru olanı aramak gibi bir dertlerinin olmadığı noktasında Freud Le Bon’a katılmaktadır (2020a, s. 21). Baudrillard anlam aramak gibi bir çabaları olmayan kitleleri “simülasyon” kavramı ile açıklamaya çalışmıştır. Gerçek yerine hayal olan veya metaforik söylemlerle değişik bakış açıları ile üretilen şeyler simülasyondur (2019, s. 70). Kendisini doğrudan ilgilendirmese bile (Gasset, 2003, s. 62). Twitter’da görülen bir tartışmaya katılma ihtiyacının duyulması, ancak kitle psikolojisi ve sosyal medyanın katılımcılarını linç eylemlerine sürüklediği hipoteziyle açıklanabilmektedir. Sayının çokluğu, kendilerine karşı konulmaz bir güç hissi vermekte, imkânsızlık mefhumunun kaybolmasına yol açmaktadır (Le Bon, 2015, s. 35).

6.2. Kitle Mesajları

Aşağıdaki paylaşımlarda kitlenin kendini haklı göstermesi adına koronavirüs ve sağlık ilişkisi gündeme getirilmiştir. “Virüs”, “ölüm”, “sağlık” ve “yasak” kavramlarının bir arada kullanılması ile birbirlerini tanımlar ve destekler nitelikte bir söylem pratiği üretilmiştir.

Tweet 19. Ağar 11.04.2020: “Çocukları için corona almasa olmaz mı?”

Tweet 20. H. A. 11.04.2020: “2 günde çocuklar luppo yemiversin ha ???”

Tweet 21. Takıntılarımızdan bahsedelim 11.04.2020: “Çocuğum var ve onun için yaşamak zorundayım. Onun da sağlığı için evimde oturuyorum 20 gündür. Laf anlatmak yerine canını tehlikeye atıp markete gitmiş olmanın açıklaması yok bence malesef”

Tweet 22. S. Ç. 11.04.2020: “Çocuğunu çok düşünüyormuş adam helal olsun. Virüsü eve taşıyıp ölme risklerini göze alsada dahi, luppoya yiyip mutlu olmaları bunun önüne geçmiştir”

Tweet 23. Çava 11.04.2020: “Yok çocuğu istemiş yok şu olmuş peki değermi ailesinin canına kastetmeye”

Tweet 24.? 11.04.2020

Şekil-8: Pencereden Bakan Kadın (Twitter, 2020)



Gösterenin pencereden bakan bir kadın gösterilenin eleştirilen “öteki” insanlar olduğu bu paylaşımda göstergeler incelendiğinde pencereden bakan kadının Fransa Kraliçesi Marie Antoinette’yi andırdığı görülmektedir. Marie Antoinette’nin resimlerinden esinlenerek oluşturulan resmin üzerine “her yerden oluk oluk gerizekalı fışkırıyor” metni eklenmiştir. Hakaret içeren bu cümle ile yasaklanan günlerde dışarı çıkan insanlar imlenmiştir. Benzer resimleri paylaşan profillerin birbirleriyle linç olayından önce herhangi bir sanal bağlarının olmadığı görülmüştür. Bir kalabalığı bir şeye sürüklemek, bir olguyu savunmak için canlarını feda etmekten çekinmeyecek hareketlere karar verdirmek gerektiği zaman, kitle üzerinde çabuk ve süratli telkinlerin yapılması gerekmektedir. Bunun için de en güçlü, en enerjik etki örnek olmak yani örnek oluşturmaktır. Kitlelerin ruhuna bazı inançları ve düşünceleri sindirmek söz konusu olduğunda, etkisi devamlı olan iddia, tekrar ve sirayet usulleri kullanılmaktadır (Le Bon, 2015, s. 125). Birçok paylaşımda Marie Antoinette’yi andıran resimler kullanılmıştır. Linç içinde oluşan anonimleşme mekanizması, tek başınayken birilerine saldırmak istese de bazı nedenle kendisine hâkim olabilen insanların, bir sürü içinde bu yasaklardan ve denetimlerden azade olmuş bir tarzda davranma ihtimalleri çok yüksektir (Paker, 2006, ss. 197-198). Çünkü kitle yaşamına katılma sonucu karakteristik özelliklerini yitiren birey özgüllüğünü elden çıkarmıştır (Freud,

2020a, s. 31). Tek başına olan biri, bir mağazayı yağmalayamayacağını, bir yeri ateşe veremeyeceğini çok iyi bilir. Fakat bir kitleye bağlı bulununca çokluğun kendisine verdiği gücü düşünerek aldığı ilk telkine kendisini derhal teslim eder (Le Bon, 2015, ss. 35-36). Kitle içinde birey, davranışlarının bilincinde olmaktan çıkar, alabildiğine güçlülük kazanır (Freud, 2020a, ss. 15-16). Kitle içerisinde her şey birdenbire ve tek, aynı bedende oluyormuş gibi olur (Canetti, 2017, s. 14). Kitledeki her duygu her hareket sirayet edicidir (Le Bon, 2015, s. 26).

Tweet 25. D. 11.04.2020: “Yokmu bize de bi #luppo”

Şekil-9: Afrikalı Bir Çocuk (Twitter, 2020)



Bu paylaşımda gösteren Afrikalı bir çocuk iken gösterilen açlıktan kemikleri görülen çocuğun yiyecek bir şey için elini uzatmasıdır. Tweetin metninde yer alan “yokmu bize de bi #luppo” ifadesi dünyanın bazı yerlerinde insanların yiyecek bir şey bulamadıkları için açlıkla mücadele ettiklerini vurgulamıştır. Linç tweetleri incelenirken linç taraftarlarının yoğunlukla görsel içerik kullandıkları görülmüştür. Sosyal medyada bir konu hakkında dikkat çekilmek isteniyorsa, istisna olmaksızın tüm paylaşımlarda grafik, resim, fotoğraf ya da video gibi göze hitap edip dikkat çeken bir görsel olmalıdır (Kawasaki & Fitzpatrick, 2015, s. 52). Sosyal medya içinde ortaya çıkan önemli bir iletişim türü olan görseller, yazılı basit resimlerden oluşmaktadır (Gerbaudo, 2013, s. xvi). Linç üyeleri ise görselleri düz anlam, yan anlam çağrışımları ile birer linç aracı olarak kullanmıştır. David Trend’in belirttiği gibi dijital efektlerle oluşturulan şiddet öğelerinin görsel niteliği, şiddeti dünyada kolaylıkla pazarlanabilir hale getirmiştir (2007, s. 16).

Kitle psikolojisi ile inşa edilen bu tweetlerin tamamen öznel yorumlarla oluşturulduğu görülmüştür. Tilly, bu durumu birbiriyle ilintili çevresel, bilişsel ve ilişkisel mekanizmalara bağlamaktadır (2009, s. 42). Aslında incelenen bu örnek olaydaki temel handikap bir fotoğraf üzerinden lincin gerçekleştirilmesidir. Le Bon’un belirttiği gibi kitleler hemen büyük aşırılıklara gitmektedirler. Ortaya atılan fikir şüpheli bir durum da olsa, derhal tartışma kabul etmez bir gerçeğe çevrilir (2015, s.

47). Gruplar bütünlük yapılarını korumak için sadece olayın yüzeyiyle ilgilenirler (Sennett, 2020, s. 123). Bunun yanında bu kadar büyük bir tartışmaya sebebiyet veren bir fotoğrafın kendi içinde dahi yanlış değerlendirmeleri yapılmıştır. İncelenen tweetlerde gerçeğin ne olduğu; alışveriş yapan kişinin hangi niyetle evinden çıktığı, evine virüs götürüp götürmediği bilinmemektedir. Linç olaylarının arka planında gerçekliği tam olarak bilinmeyen düşünceler ve kanıtlanamayan birtakım yargılar yatmaktadır.

Tweet 26. M. P. 11.04.2020: “Olamaz Luppo 4.90 küsür onu alana kadar daha uygun bir sürü ürün alabilir. Bana kimse bunu savunamaz....”

Tweet 27. yaren 11.04.2020: “2 gün onu yemese ölmezdi”

Tweet 28. fk2 11.04.2020: “Çocuklar korona ve evden çıkma yasağını biliyor. Çocuklarına bunun mazeretini anlatmak çok kolay. Çocuklarına bedava korona getirdiyse veya markete bedava yaydıysa başka hikaye...”

Tweet 29. Y. 11.04.2020: “Çocukları için yapacağı en güzel şey evinden dışarı çıkmamak bunun başka açıklaması yok”

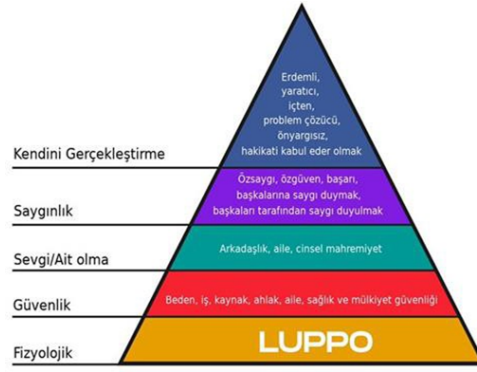
Tweet 30. T. A. 11.04.2020: “3 ekmek parası o luppo”

Tweet 31. AntiMadde 11.04.2020: “Abimcim kafa basmıyormu virüs bulaşır yemesin luppunu yarın fırından ekmek alır”

Tweet 32. the mcy 11.04.2020: “Bahsettiğin çocuklar iki gün luppo yemezse bişe olmaz ama luppo alırken virüs bulaşırsa ÖLÜR!!!!. #luppo” hashtag’i ile paylaşılan tweetler, Twitter’ın TT listesinde sıralanan linç başlığı altındaki tweetlerin sayısını artırarak konunun daha çok kullanıcının dikkatini çekmesine ve tartışmaya dâhil olmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla bu paylaşımlar linç tweetleri olarak değerlendirilmiştir. Sosyal medyada lincin gerekçesi olarak öne sürülen konular hızlı bir şekilde yayılıp kısa sürede büyük çapta tartışma ortamları oluşturabilirken aynı zamanda yeni temalar ile hızlı bir şekilde değişebilmektedirler. Sosyal medya ortamlarında gözlemlenen bu durum kitle kültüründe bir olayın bir anda parlayıp zirveye çıkması veya hızlı bir şekilde gözden düşüp yok olmasıyla benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medyadaki olgular da tıpkı kitle kültüründe olduğu gibi bir anda herkesin dikkatini çekerek geniş çapta bir katılımcı ortamına sahne olmaktadır.

Tweet 33. Juju 11.04.2020: “İhtiyaçlar hiyerarşimizin güncel hali”

Tweet 34. T. S. 11.04.2020: “Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi 2020 güncellemesi”

Şekil-10: Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi 2020 Güncellemesi (Twitter, 2020)

Bu paylaşımda ise gösteren Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi iken gösterilen bu hiyerarşinin Twitter'daki linç olayına uyarlanmış şeklidir. Göstergeler incelendiğinde Luppo'nun ihtiyaçlar listesinin temelini oluşturduğu görülmektedir. “Kendini gerçekleştirme”, “saygınlık”, “sevgi/ait olma” ve “güvenlik” alanları değiştirilmemiş sadece fizyolojik temel alan değiştirilmiştir. Linç taraftarlarının ortaya çıkardıkları piramitin bu hali lincin unsurlarından sayılmıştır.

6.3. Kitlenin Kopyalama Taklit Eylemi

Araştırma bulgularının analizi esnasında tweetler yapısal olarak incelendiğinde linç kitlesinin kopyalama taklit yoluyla linci devam ettirdiği görülmüştür. Grup içindeki bireyler, kendilerini aynı şeyleri aynı tarzda yinlemek zorunda hissederler (Freud, 2020a, s. 74). İnsanlar yalnızca tanıdıkları kişileri taklit etmezler. Sosyal medyada birilerini taklit ettiklerinde o kişileri tanımaları şart değildir (Christakis & Fowler, 2012, s. 33). Linç grubundaki bireyler daha önce birbirini görmeyen ve tanımayan insanlardır. İnsanlar şiddeti, örnek aldıkları kişilerden de öğrenirler (Trend, 2007, s. 49). Kitle hareketlerinde benliğin bulanıklaştırılması tamamen taklitte yani mümkün olduğunca başkalarına benzemekle elde edilir (Hoffer, 2020, s. 131). Bandura, yaptığı deneylerinde çocukların saldırgan davranışlarda yetişkinleri taklit ettiklerini tespit etmiştir (Freedman, 1998, s. 280). Analizlerde linç tweetlerinde aynı mesajı tekrar edici bir söylemin varlığı göze çarpmıştır. Katılımcıların bir kısmı diğer linç üyelerinin mesajlarını kopyalayarak paylaşmışlardır. Canetti'nin deşarj kavramını gösteren bu durumda gruptaki her üye için önemli olan şey yoğunluktur. Her üyenin üzerinde hissettiği baskı artık üyesi olduğu oluşumun gücünün miktarı olarak hissedilir. Deşarj olmaksızın gerçek anlamda bir kitlenin var olduğunu söylemek imkânsızdır (2007, ss. 34-35). Aşağıdaki tweetlerde görüleceği üzere aynı anlama gelen cümleler tekrarlanarak lincin çıkış noktası diğer katılımcılara hatırlatılmıştır.

Tweet 35. iro 11.04.2020: “Luppo bizim mesajımız sanırım”

Tweet 36. H. 11.04.2020: “#Luppo bizim mesajımız”. Bu tweetlerin yanısıra;

Tweet 37. terzi müh. 11.04.2020: “Ekmek bulamazlarsa #luppo yesinler Marie Antoinette”

Tweet 38. rose 11.04.2020: “Ekmek yoksa #luppo yiyin”

Tweet 39. E. E. 11.04.2020: “Ekmek yemeyin luppo yiyin”. Tweetlerinde ve daha burada yer verilmeyen birçok tweette ekmek ile luppo arasında işlevsel bir ilişki kurularak hem metin içeriği hemde Marie Antoinette resmi kopyalanarak taklit edilmiştir. Birçok toplumsal olaylar üzerinde etkili olduğu söylenen taklit, gerçekte sirayet/bulaşma eserinden başka bir şey değildir. Kitleler delil ve kanıtlarla değil, modellerle yönlendirilirler. Her dönemde sayıları az olan kişiler, hareketlerinin izlerini bırakır ve onları bilinçsiz kitleler taklit ederler (Le Bon, 2015, s. 128). Çünkü beraberliğe katılmış olan kişinin ayrı bir benliği yoktur, dirençsizdir (Hoffer, 2020, s. 132). Sadece metin içerikli kopyalanan tweetlerin yanısıra görsel öğeler de sıklıkla kopyalanarak linç sürecinde dolaşıma sokulmuştur.

6.4. Retweetleme

Grup içindeki üyeler, aynı heyecanı hep birlikte duyarlar, birinin enerjisi bir diğerrinin enerjisini artırır. Birbirlerini aynı yöne iterler. Bir arada bulundukları sürece tehlikenin dağıldığını hissederler (Canetti, 2017, s. 55). Kopyalama ve taklit etmeden farklı olarak linç tweetlerinde görülen diğerr bir yapısal tema Twitter’ın retweetleme özelliğidir. Paylaşılan bir tweetin kullanıcı adını da belirterek olduğu gibi tekrar paylaşılmasını sağlayan bu özellik incelenen linç olayında sıklıkla kullanılmıştır. Kimi tweetler onlarca kez, kimi tweetler ise yüzlerce kez retweetlenerek lincin Twitter gündeminde yankı bulmasına neden olmuştur. Aşağıda konuyla ilgili iki tweet örneğine yer verilmiştir:

Tweet 40. R. Dayı 11.04.2020: “Benzincilerde kuyruk var arkadaşlar... Yahu yarın araba kullanmak yasak. Neden benzin alıyorsunuz” kinayeli bir anlatımın sezildiği bu tweet 128 defa retweetlenmiştir. Her defasında konunun tekrarı lincin yayılma hızını artırmıştır. 2.289 beğeni alan bu tweet ile insanların neden benzin istasyonuna gittikleri eleştirilmiştir.

Tweet 41. dr. 11.04.2020: “#luppo alan beyefendiyi belki çocuklarına götürüyordur? Diye savunmak, aynı kişinin çocuklarına o ortamdan covid-19 götürdüğünün farkında olmayanların ürünüdür. İtiraz buna! Covid izolasyonu yüzünden oğlunu 18 gündür görmemiş bir hekim olarak buna itiraz edebilirim sanırım”. Ötekileştirici bir söylem ile oluşturulan bu tweet ise Twitter kullanıcıları tarafından 15 bin beğeni almanın yanısıra 1.600 kere retweetlenerek sanal ortamda dolaşıma sokulmuştur. Bu tweet aynı zamanda sosyal medyada linç kültürüne teşvik eden “tarafdar toplayan tweetlere” örnek olarak gösterilmiştir. Bu durumu Hoffer “genellikle bir şeyi sevdiğimizde aynı şeyi bizimle beraber sevecek ortaklar aramayız. Sevdiğimiz şeyleri sevenleri saldırgan ve rakip olarak görürüz. Fakat bir şeyden nefret ettiğimiz zaman hep bizimle aynı fikirde ortaklar ararız. Haklı bir şikâyetimiz olduğu zaman veya bize

haksızlık yapan birilerinden intikam almak istediğimiz zaman, bizim tarafımızı tutacak kişiler ararız” (2020, s. 121) şeklinde açıklamıştır.

6.5. Mention Kullanımı

Psikolojik bir kitle oluşur oluşmaz, geçici fakat ayrılabilir ve belirlenebilecek özellikler kazanmaktadır (Le Bon, 2015, s. 20). Freud, bu durumu “insan ruhunda tüm kötü’yü bir yatkinlik olarak bünyesinde barındıran bilinçdışının sesini duyurması” olarak açıklamaktadır (2020a, s. 14). Örnek olayda, Twitter’ın mention özelliği ile linç üyeleri birbirlerinin kullanıcı adını kullanarak grup zihniyeti oluşturmaktadırlar. Bu şekilde kitle psikolojisi ile hareket eden bireyler linç eylemine ortak olmaktadır. Etiketlenen hesaplar, kendilerini tartışmaya katılmak zorunda hissetmektedirler. Örneğin;

Tweet 42. B. 11.04.2020: “Sosyal mesafe hak getire... Maske desen o da öyle. Allah sonumuzu hayır etsin”. Tweetine mention kullanarak birçok kişi cevap yazmıştır. Kullanıcı adının etiketlendiği mention özelliği, tartışmayı soru cevap şeklinde ilerleterek geniş ölçeğe yayılmasına ve uzun süre devam etmesine neden olmuştur. Hesap isimleri dışında en çok kullanılan mention’lar “@Solenkurumsal” ve “@luppo_kek” olmuştur.

6.6. Hashtag Kullanımı/Etiketleme

Twitter’ın linç olaylarında en temel ve etkili araç olarak kullanılan özelliği hashtag özelliğidir. Örnek olayda incelenen linç ve diğer birimleri hashtag’ler üzerinden gerçekleştirilmiştir. İncelenen linç olayı öncelikle “#Luppo” hashtag’i ile başlatılmış, “#neolurluppayubanaver”, “#luppayubanaver”, “#sokagacikmayasagi”, “#halley”, “#şölen”, “#panik” ve “#corona” hashtag’leri ile devam etmiştir. Hashtag’lerin çoğaltılan sayısı linç grubuna daha fazla üyenin katılmasını sağlayarak tartışmanın sınırlarını genişletmiştir. Etiketlenen konuların hepsi birbirine yakın ve birbirini ilgilendiren mevzulardır. Örneğin “#luppayubanaver” ile “#sokagacikmayasagi” hashtag’leri arasında nedensel ve işlevsel ilişki söz konusudur. Yaşanan olay ile sokağa çıkma yasağı arasında nedensellik ilişkisi ilişki kurulmuştur. Aynı şekilde “#sokagacikmayasagi” ile “#corona” hashtag’leri arasında da aynı ilişkiler söz konusudur. Kitlelerin kararlılığı ve yayılma gücü ne kadar abartılsa azdır (Canetti, 2017, s. 22). İlk tweet atıldıktan çok kısa bir süre sonra tweetlerin sayısı binleri bulmuştur. Bu kadar hızlı üretilen düşüncelerde iletişim risklerinin yaşanması kaçınılmazdır. Her mesajda etiketlenen tweetler lincin gerçekleştirildiği hashtag altında toplanmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sosyal hayatın vazgeçilmezleri olarak etki alanını her geçen gün biraz daha artıran sosyal ağlar toplumun her kesimi tarafından ilgi görmektedir. Geline nokta dünya bir ağ toplumuna dönüştüğü görülmektedir. Araştırma sonucunda sosyal ağların eğlenme, bilgi edinme, haberleşme, sosyal ilişkileri

zenginleştirme, akran buluşması ve yeni iş fırsatlarının takip edilmesi gibi toplumsal ve kültürel alanda birçok fırsat sunmasının yanı sıra kullanıcılarda gizlilik ve güvenlik kaygıları başta olmak üzere mahremiyetin ihlali, nefret söylemi, siber gözetim, kitle psikolojisi ile gerçekleştirilen sanal linç gibi çeşitli iletişim riskleri içerdiği görülmüştür.

Sosyal medya uygulamaları arasında özellikle Twitter'da linç riskinin ağır bastığı görülmektedir. Bu nedenle çalışma Twitter'da gerçekleşen bir linç olayını konu edinmektedir. Böylece sosyal medyada linç kültürünü ve bu kültürün yapı taşlarını tespit etmeye çalışmaktadır. Bu kapsamda ortaya konulan çalışma ile Twitter'da örnek olarak seçilen linç olayının süreçleri incelenmiş, sosyal medyada lincin nasıl ve niçin oluştuğu araştırılmıştır. Elde edilen bulguların analizi sürecinde; sosyal medyanın özellikle de Twitter'ın linç kültürüne doğası gereği uygun bir ortam hazırladığı ve bu çerçevede kullanıcılarını kitle oluşturma, sürü psikolojisi ile hareket etme, nefret söylemi, ayrımcılık, ötekileştirme, tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlük gibi çeşitli linç pratiklerine teşvik ettiği ortaya konulmuştur. Bu platformlarda ortak kullanım haklarına sahip olan sosyal medya kullanıcıları birbirlerini linç etmektedirler. Halbuki sosyal medyada herkesin konumu aynıdır. Her kullanıcı eşit haklara sahiptir. Karşıdakinin konumunu görmezden gelme ve toplu paylaşımlarda bulunma lince sebep olmaktadır. Linç tweetlerinin hem içerik hem de yapısal bağlamda çözümlendiği araştırmada linç olaylarında en temel ve en etkili araç olarak Twitter'ın hashtag ve mention özelliğinin kullanıldığı görülmüştür. Örnek olayda incelenen linç birimleri hashtag'ler üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlk linç tweeti atıldıktan çok kısa bir süre sonra tweetlerin sayısı binleri bulmuştur. Fiziksel bir ortamda bu kadar kısa sürede bu kadar kişinin bir araya gelip bir tartışma ortamı oluşturması mümkün değildir. Bu aslında sosyal medyanın kullanıcılara sunduğu bir katılım imkanı iken grup içinde kimliği kaybolan ve taklit yoluyla birbirine benzeyen kullanıcıların sosyal medyayı duyarsızca kullanmalarının neticesinde bu ortamlar kimsenin birbirini anlamadığı, empati yeteneğinin yoksunlaştığı, kavga ve gürültü seslerinin duyulduğu bir arbede ortamına dönüşmüştür.

İlk çıktığında "bir şeyler cıvılda" diyen Twitter, zamanla şiddet, saldırganlık ve lincin sosyal medyada en fazla yaşandığı platforma dönüşmüştür. Her gün oluşturulan TT (trend topic) listesi insanların içini dökecekleri, istedikleri gibi yazacakları ve bir başkasını linç edebilecekleri bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Bu da insanları lince teşvik etmektedir. Twitter kullanıcıları her gün güncellenen bu listeyi görmekte, trend olan konulardan biri veya birkaçı hakkında yorumlar yazarak kitle oluşturmaktadırlar. Twitter'ın bu TT listesi ekseriyetle olumlu gelişmelere değil olumsuz gelişmelere sahne olmaktadır. Bir isim bu listeye girmişse kara listeye girmiş demektir ve büyük olasılıkla dışlanacağı, küçümseneceği ve linç edileceği anlamına gelmektedir. Araştırma süresinde Twitter'da neredeyse her gün yeni bir linç eylemine tanıklık edilmiştir. Sosyal medyada popüler bir fenomen haline gelen linç, genellikle öfke anında şiddeti kontrol edememe, karşıdaki ile empati

kuramama ve aynı düşünceleri paylaşan kişilerin biraraya gelmesi durumlarında ortaya çıkmaktadır. Bu da sosyal medyanın kırılğan (risk taşıyan) noktalarını göstermektedir. Örnek olaydaki linç tweetlerinin ardyöresini koronavirüs tedbirlerinin ihlali oluşturmuştur.

İnsanların sokağa çıkma uygulaması başlamadan önce yiyecek almak için evlerinden çıkmaları lincin gerekçesi olarak etiketlenmiştir. İncelenen verilerdeki linç içerikli her tweet sosyal medyada linç kültürünün bir yapı taşı olarak tespit edilmiştir. Örnek olay incelemesinde engellenme durumunda, öfkenin başka bir hedefe yönlendirilerek mahremiyetin ihlali, biz ve öteki ayrımı ile insanların linç edildikleri; toplumsal kontrol, denetim ve eleştiri gibi söylemlerle de linç kültürünün yaygınlaştırıldığı görülmüştür. Sosyal medyada linç kültürü ile mahremiyetin ihlal edilmesi arasında sıkı bir ilişki söz konusudur. Örnek olayda linci başlatan kişiler toplumsal bir kontrol mekanizması görevi üstlenerek insanların markette yaptıkları alışveriş anını fotoğraflayıp Twitter'da ifşa etmişlerdir. Böylece toplumun gözleri önüne sererek suçlu olduğunu düşündükleri kişileri cezalandırmak istemişlerdir. Sosyal medyada lincin gerçekleşmesi için kişisel bir ögenin olumsuz bir ifade ile etiketlenmesi yeterli olmaktadır.

Çalışmanın en önemli tespitlerinden biri sosyal medyada linç kültürünün geldiği bu noktadır. Suçluluğu kanıtlanmasın veya kanıtlanmasın bir kişi veya kurum hakkında sosyal ağlarda olumsuz tablo çizilmesi, onların bir grup insan tarafından linç edilmelerini kaçınılmaz kılmaktadır. İlk başta sayıları az olsa bile çok kısa bir sürede linç taraftarları bir kitleye dönüşmektedir. Çalışma, konusu gereği sosyal medyada büyük bir oluşum olan lincin görece küçük bir parçasını ele alarak lincin kitle psikolojisi ile hangi öğelerle ve nasıl gerçekleştirildiğine odaklanmıştır. Ülkemizde yeni yaygınlaşmaya başlayan sosyal medya ve linç ilişkisi araştırmalarında linç olayları farklı bir perspektiften incelenerek; örneğin ekonomik yaklaşımlar veya yapısalcı yaklaşımlar çerçevesinde ele alınarak çeşitli çalışmalar ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

- Arendt, H. (2018). *Şiddet üzerine* (B. Peker, Çev.; 9. bs). İletişim Yayınları.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2012). *Sosyal psikoloji* (O. Gündüz, Çev.). Kaknüs Yayınları.
- Baudrillard, J. (2019). *Sessiz yığınların gölgesinde toplumsalın sonu* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Benjamin, W. (2014). Şiddetin eleştirisi üzerine. İçinde A. Çelebi (Ed.), *Şiddetin Eleştirisi Üzerine* (ss. 19-42). Metis Yayınları.
- Blumer, H. (1971). Kolektif davranış olarak sosyal problemler. *Sosyal Sorunlar*, 18(3), 298-306. <https://doi.org/10.2307/799797>
- Bora, T. (2011). *Türkiye'nin linç rejimi*. Birikim Yayınları.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Campbell, C. (2020). *Günah keçisi başkalarını suçlamanın tarihi* (G. Kastamonulu, Çev.). İthaki Yayınları.
- Canetti, E. (2017). *Kitle ve iktidar* (G. Aygen, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2012). *Sosyal ağların şaşırtıcı gücü*. Varlık Yayınları.
- Çomu, T., & Halaiqa, İ. (2014). Web içeriklerinin metin temelli çözümlemesi. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (ss. 26-88). Ayrıntı Yayınları.
- Eagleton, T. (2015). *İdeoloji* (M. Özcan, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler kültür ve iletişim*. Erk Yayınları.
- Fairclough, N. (1985). Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis. *Journal of Pragmatics*, 9(6), 739-763. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(85\)90002-5](https://doi.org/10.1016/0378-2166(85)90002-5)
- Fischer, G. N. (2010). *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale-4ème édition*. Hachette.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Freedman, J. L., Sears, D. O., & Carlsmith, J. M. (1998). *Sosyal psikoloji* (A. Dönmez, Çev.; 4. bs). İmge Kitabevi.
- Freud, S. (2020a). *Kitle psikolojisi* (Ş. Kamuran, Çev.). Cem Yayınevi.
- Freud, S. (2020b). *Totem ve tabu* (Ş. Birol, Çev.). Dorlion Yayınları.
- Freud, S. (2021). *Kitle psikolojisi ve ego analizi* (E. Yıldırım, Çev.). Oda Yayınları.
- Fromm, E. (1990). *Sevginin ve şiddetin kaynağı* (Y. Salman & N. İçten, Çev.; 5. bs). Payel Yayınevi.
- Gasset, O. (2003). *Kitlelerin ayaklanması* (K. Karaşahin, Çev.). Babil Yayınları.
- Gerbaudo, P. (2013). *Tweetler ve sokaklar: Sosyal medya ve günümüzün eylemciliği*. Agora Kitaplığı.
- Han, B.C. (2016). *Şiddetin topolojisi* (D. Zaptçioğlu, Çev.). Metis Yayınları.
- Hannerz, U. (1990). *Media and culture. saturated by media* (s.7n28). Carlssons.
- Hayes, N. (2016). *Sosyal psikolojinin temelleri* (E. Koca, S. Özyıldız, Y. Turna & O. Kavıracı, Çev.). Atıf Yayınları.
- Hoffer, E. (2020). *Kesin inançlılar kitle hareketlerinin doğası üzerine düşünceler* (E. Günur, Çev.; 15. bs). Olvido Kitap.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 31-46.
- Kawasaki, G. & Fitzpatrick, P. (2015). *Sosyal medya sanatı*. MediaCat.
- Le Bon, G. (2015). *Kitleler psikolojisi* (F. Z. Bayrak, Çev.). Hayat Yayınları.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.). İletişim Yayınları.
- Özgür, A. (2007). *Türkiye’de linç olgusu: Farklı gurupların linç ve toplumsal şiddet konusundaki düşünceleri* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü.
- Özmen, F. A. (2015). Gustave Le Bon ve Sigmund Freud'un ışığında kitle psikolojisi ve gezi hareketi'nin psikolojisi. *Alternatif Politika*, 7(1), 183-206.
- Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İlter, K., Küçükylmaz, M. M., & Arı, Y. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. Alfa Basım Yayım.
- Paker, M. (2006). *Psiko-politik yüzleşmeler*. Birikim Yayınları.
- Parsa, S., & Parsa, A. F. (2004). *Göstergebilim çözümlemeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. Say Yayınları.
- Rogers, E. M., & Chaffee, S. H. (1983). Communication as an academic discipline: A dialogue. *Journal of Communication*, 33(3), 18-30.
- Saussure, F. (1985). *Genel dilbilim dersleri* (B. Vardar, Çev.). Birey ve Toplum Yayınları.
- Sayımer, İ. (2014). *Yeni medya araştırmaları: Kavramlar-uygulamalar-tartışmalar*. Literatürk Academia.
- Sennett, R. (2020). *Karakter aşınması*. Ayrıntı Yayınları.
- Shirky, C. (2018). Sosyal medyanın politik gücü teknoloji, kamusal alan ve politik değişim. İçinde F. Aydoğan (Ed.), *Yeni Medya Kuramları* (ss. 157-172). Der Yayınları.
- Tarhan, N. (2010). *Toplum psikolojisi: Sosyal şizofreniden toplumsal empatiye*. Timaş Yayınları.
- Tilly, C. (2009). *Kolektif şiddet siyaseti* (S. Özel, Çev.). Phoenix Yayınevi.

- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. & Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: Görülüyor muydu öyleyse varım*. Kalkedon Yayınları.
- Trend, D. (2007). *Medyada şiddet efsanesi: Eleştirel bir giriş* (G. Bostancı, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. (2021). Türkçe Sözlük. TDK. www.tdk.gov.tr
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Virilio, P. (1998). *Hız ve politika* (M. Cansever, Çev.). Metis yayınları.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2015). *Eleştirel söylem çalışmaları yöntemleri*. Sage.
- Yeni Çağ. (2020, Nisan 14). *Luppo alan adamın dramı ortaya çıktı*. Yeni Çağ Gazetesi. <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/luppo-alan-adamin-drami-ortaya-cikti-275185h.htm>
- Yeni Şafak. (2020, Nisan 16). *Luppo alan adamın hikayesi uydurma çıktı: İşsiz değil ve iş yeri sahibi*. Yeni Şafak Gazetesi. <https://www.yenisafak.com/ekonomi/luppo-alan-adamin-hikayesi-uydurma-cikti-issiz-degil-ve-is-yeri-sahibi-3535152>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5. bs). Seçkin Yayıncılık.

EXTENDED ABSTRACT

In addition to positive developments such as freedom of expression, socialization, and participation, social media is also the scene of undesirable developments such as violence and hate speech. In Turkey and many countries of the world, different ethnic, political, ideological, and religious identities are lynched on social media. In response to phenomena such as contempt, hatred, exclusion, alienation, and punishment, lynching attempts are increasing day by day on social media. For this reason, the phenomenon of lynching is important in studies on social media. It is known that people lynch others in the new media, but this fact says little in terms of understanding the context of their lynching and why they resort to lynching. In this context, it is necessary to investigate lynching events in depth in virtual environments where it is difficult to decide what can be seen as lynching. The most effective way of this is to analyze the lynching phenomenon through case studies. The case study makes it possible to review and analyze the lynching features in each case as a whole. In this study, in which the relationship between lynching actions and social media are discussed together, the example of the lynching of "Luppo Alan Dayı" on the Twitter platform is emphasized. In addition, considering the role of social media, which is thought to be largely effective in the prevalence of the phenomenon of lynching, the concept is viewed from within the framework of the impact of mass psychology. Explaining how social media platforms create a lynching culture is the main theme of the study. Within the scope of the study, to reveal the destructive activity and the context of violence in the use practices of lynching groups in social media, critical discourse analysis, and semiotics methods are used from qualitative research methods. The phenomenon that is aimed to be revealed with the method of critical discourse analysis and semiotics is to deal with the lynching events in social media in consistency with social facts and values and to reveal the social patterns of lynching in social media.

Twitter was chosen as a sample in the study. Emphasizing the need to understand the structure of social media that reproduces the lynching culture, the study emphasizes that popular usage areas and social media contain some communication risks; it is acted upon with the problem that it encourages its users to lynch events due to its nature and as a result, a lynching culture is formed. In this direction, the study seeks answers to the following questions: How does lynching take place in the social media environment?, How can a connection be made between mass psychology and lynching?, Has lynching turned into a culture in virtual environments?

The findings obtained in this direction were analyzed within the framework of the research questions, interpreted, and discussed under the title of the conclusion. As a result of the analysis, it was determined that lynching on social media has turned into a culture. As a result of the research, social networks offer many opportunities in social and cultural areas such as entertainment, information, communication, enriching social relations, peer meetings, and following new business opportunities, as well as violation of privacy, hate speech, cyber surveillance, it has also been seen that it contains various communication risks such as virtual lynching with mass psychology. Although these communication risks are risks arising from users, the point reached and emphasized by the research is that social media platforms have a suitable basis for experiencing these risks. Among the social media applications, it was seen that the risk of lynching predominates, especially on Twitter. It has been revealed that Twitter, by its nature, creates an environment suitable for lynching culture, and within this framework, it encourages its users to engage in various lynching practices such as hate speech, discrimination, mass actions, marginalization, intolerance, and intolerance. Social media users who have common usage rights on these platforms are lynching each other. However, everyone's position on social media is the same. Every user has equal rights. Ignoring the other person's position causes lynching. In the study, in which lynching tweets were analyzed in both content and structural context, it was seen that Twitter's hashtag feature was used as the most basic and most effective tool in lynching events.

The lynching examined in the case study and other lynching units detected in the main lynching was carried out through hashtags. Shortly after the first lynching tweet was posted, the number of tweets reached thousands. So many people can't come together and create a discussion environment in such a short time in a physical environment. While this is a participation opportunity offered by social media to users, as a result of insensitive use, social media environments have turned into a conflict environment where no one understands each other, acting with group psychology, the ability to empathize is deprived, and the sounds of fighting and noise are heard. Twitter, which said "something chirped" when it first came out, has evolved into the platform where violence, aggression, and lynching are experienced the most on social media. The TT (trend topic) list, which is created with 30 titles every day, is considered

an opportunity for people to pour out their hearts, write as they wish, and lynch someone else. This encourages people to lynch. Twitter users see this list, which is updated every day, and write comments about one or more of the trending topics. This list mostly features negative developments, not positive ones. If a name is on this list, it means it is blacklisted and will most likely be ostracized, belittled, and lynched. During the research period, a new lynching action was witnessed on Twitter almost every day. Lynching, which has become a popular phenomenon in social media, usually occurs in cases of not being able to control violence in times of anger, acting with mass psychology and not being able to empathize with the other person. This shows the fragile (risky) points of social media. Violation of coronavirus measures formed the backyard of the lynching tweets in the case study. The fact that people left their homes to buy food before the curfew started was labeled as the reason for the lynching. Every tweet with lynching content in the analyzed data has been identified as a building block of lynching culture in social media. In the case study, in case of frustration, anger is directed to another target, and people are lynched with the violation of privacy, and discrimination between us and others; it has been observed that the culture of lynching has been spread through discourses such as social control, control, and criticism.

Keywords: Social Media, Twitter, Mass Psychology, Lynch Culture