



## Çevrimiçi Sosyal Kimliğin Göstergeleri: İstanbul Sözleşmesi

### Tartışmaları Üzerine Bir İçerik Analizi

#### *Indicators of Online Social Identity: A Content Analysis of the Istanbul Convention Discussions*

Dr. Öğr. Üyesi Hacı Hasan SAF<sup>1</sup>

#### Öz

Birey ve grupların karakterini, yapısını, tanımını ortaya koyan sosyal kimlik; yalnızca gruplar arası ilişki ve dinamikleri değil, benzetme, önyargı, içselleştirme, grup içi koruma refleksi, grup kuralları, grubun kimliği, ayrımcılık, karşıtlık ve grup içi dogmalar gibi olguları da incelemektedir. Sosyal kimlik üzerine inşa edilmiş Sosyal Kimlik Teorisi, sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme unsurları ile sosyal kimliğin göstergelerini saptamaya yardımcı olmaktadır. Yaşamın her alanında görülen sosyal kimlik, özellikle son yıllarda geniş kitlelere ulaşan çevrimiçi ortamlarda da yer almaktadır. Amacı çevrimiçi sosyal kimliğin göstergelerini belirlemek olan çalışmada İstanbul Sözleşmesi tartışmalarının yapıldığı 1 Nisan-31 Aralık 2020 tarihleri arasında #istanbulsozlesmesi, #istanbulsozlesmesiyasatir ve #istanbulsozlesmesiihanettir etiketleriyle atılan tweetler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda 250 tweetin 137'i geleneksel göstergeler, cinsellik üzerine göstergeler ve rasyonel göstergeler temaları çerçevesinde kategorize edilmiş, 113 tweet ise herhangi bir kategori altında toplanamamıştır. İçerik analizi sonucunda bireylerin daha çok içerisinde bulunulan grubun dinamiklerini korumaya, var olan geleneksel yapının korunmasına yönelik tweet atıkları saptanmıştır. Başka grup dinamiklerinin benimsenmesi durumunda mevcut grubun geleceğinin tehlikeye düşeceği, diğer grupların kültürünün gruba uymadığı iddia edilmiştir. Mantığa bürünme mekanizmalarına da rastlanılmıştır. Bu bulgular ışığında sosyal kimliğin göstergeleri olarak sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme saptanmış, kurulan her iki hipotez de doğrulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Çevrimiçi ortamlar, sosyal kimlik teorisi, İstanbul sözleşmesi, içerik analizi

**Makale Türü:** Araştırma

#### Abstract

Social identity, which reveals the character, structure and definition of individuals and groups, examines not only the relations and dynamics between groups, but also the phenomena such as analogy, prejudice, internalization, in-group protection reflex, group rules, group identity, discrimination, opposition and intra-group dogmas. Social Identity Theory, built on social identity, helps to identify indicators of social identity with elements of social categorization, self-classification, social comparison, prejudices and group identification. Social identity, which is seen in all areas of life, is also found in online environments that have reached large masses in recent years. In the study, which has purpose of which is to determine the indicators of online social identity, tweets posted with the hashtags #istanbulsozlesmesi, #istanbulsozlesmesiyasatir and #istanbulsozlesmesiihanettir between April 1 and December 31, 2020, when the Istanbul Convention discussions were held, were analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, 137 tweets out of 250 were categorized within the framework of traditional indicators, indicators on sexuality and rational indicators, while 113 tweets could not be gathered under any category. As a result of the content analysis, it was determined that individuals tweeted to protect the dynamics of the group they were in and to protect the existing traditional structure. It has been claimed that if other group dynamics are adopted, the future of the current group will be endangered, and the

<sup>1</sup>Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, hasansaf@cumhuriyet.edu.tr

**Atf için (to cite):** Saf, H. H. (2022). Çevrimiçi sosyal kimliğin göstergeleri: İstanbul Sözleşmesi tartışmaları üzerine bir içerik analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(4), 1314-1323.

culture of other groups does not fit the group. Reasoning mechanisms have also been found. In the light of these findings, social categorization, self-classification, social comparison, prejudices and identification with the group were determined as indicators of social identity, and both hypotheses were confirmed.

**Keywords:** Online environments, social identity theory, İstanbul convention, content analysis

**Paper Type:** Research

## Giriş

Birey, grup ve toplumların yapısını, kişiliğini ve kimliğini ortaya koyan sosyal kimlik kavramı; sadece gruplar ve gruplar arası iletişimi değil, grup içinde ve bireyde oluşan benzetme, benzetme, önyargı, kalıplar, klişeler, içselleştirme, reddetme, grup içi koruma, grup norm ve kuralları, grup kimliği, ayrımcılık, dışlama, karşıtlık ve grup içi dinamikler gibi olguları da kapsamaktadır. Sosyal kimlikle ilgili betimlemeler, açıklamalar ve çözüm önerileri getirmede önemli olan Sosyal Kimlik Teorisi, sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme unsurları ile sosyal kimliğin göstergelerini saptamaya yardımcı olmaktadır.

Yaşamın her alanında bireyin ve grupların sergilediği sosyal kimlik, özellikle son yıllarda geniş kitlelere ulaşan çevrimiçi ortamlarda da kendisine yer bulmuştur. Amacı çevrimiçi sosyal kimliğin göstergelerini belirlemek olan çalışmada İstanbul Sözleşmesi tartışmalarının yapıldığı 1 Nisan – 31 Aralık 2020 tarihleri arasında #istanbulsozlesmesi, #istanbulsozlesmesiyasatir ve #istanbulsozlesmesiihanettir etiketleriyle atılan tweetler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İstanbul Sözleşmesi'nin çalışmada incelenmesinin nedeni, sözleşmeye yönelik düşüncelerin sosyal kimlik üzerinden inşa edilmesidir. Sözleşmeyi savunan ve ona karşı çıkan bireylerin sosyal kimlik üzerinden bu zıtlıkları barındırdığı görülmektedir. Bu tarih aralığının seçilme nedeni ise İstanbul Sözleşmesi'ne yönelik çevrimiçi tartışmaların en yoğun olduğu aylar olmasıdır. Bu tarihler arasında süren yoğun tartışmalar daha sonra iyice azalmış ve neredeyse hiç konuşulmamıştır. Bu nedenle bu tarihler arasında atılan tweetler çevrimiçi sosyal kimliğin göstergelerinin saptanması için önemlidir. Yukarıda bahsedilen tabelaların seçilme nedeni sözleşmeye yönelik tarafsız, olumlu ve olumsuz görüşü barındırmasıdır. Sosyal kimlik üzerine yapılan çalışmalarda kavram daha çok gündelik yaşam çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak bu çalışmada çevrimiçi sosyal kimliğin göstergeleri saptanacaktır. Bu da çalışmayı daha önce yapılan çalışmalardan ayıran en önemli unsurlardandır. Bu analiz kapsamında sınanan hipotezler şu şekildedir:

- Çevrimiçi sosyal kimlikler, sosyal kategorizasyon ve kendini sınıflandırma olarak ortaya çıkmaktadır.
- Çevrimiçi sosyal kimlikler, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal kimliğin göstergeleri, Sosyal Kimlik Teorisi kategorileri çerçevesinde belirlenmiştir. Atılan tweetlerin içerikleri kategorize edilerek sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme kategorileri bağlamında göstergeler saptanacaktır.

## 1. Sosyal Kimlik Kuramına Genel Bir Bakış

Sosyal Kimlik Kuramı, sosyal gruplarla ilişkili olan benzetme, önyargı, içselleştirme, grup içi koruma refleksi, grup kuralları, grubun kimliği, ayrımcılık, karşıtlık ve grup içi dogmalar gibi olguları ele alan (Hogg ve Grieve, 1999, s. 80) ve sosyal psikolojik olarak gruplar arası iletişimi inceleyen çok yönlü bir kuramdır (Hogg ve Grieve, 1999, s. 81; Hogg ve Williams, 2000, s. 81). Sosyal Kimlik Teorisi'nin yansımaları yalnızca gündelik hayatta değil çevrimiçi ortamlarda da görülmektedir. Bireylerin özellikle sosyal medyada gösterdikleri davranışlar ait oldukları grup ve onun dinamiklerinin izdüşümü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu da Sosyal Kimlik Teorisi'nin çevrimiçi ortamlardaki davranışları analiz etmede kullanılabilir olduğunu göstermektedir.

Sosyal bilimcilerin Sosyal Kimlik Kuramı'nı inşa etmesinin en büyük etkeni, sosyal psikolojide yürütülen araştırmaların gruplar arası ilişki ve dinamikleri incelerken geniş bir perspektif çizmektense grubu oluşturan bireyler üzerine yoğunlaşmalarıdır (Tajfel ve Turner, 1979, s. 33). Bu yaklaşımın dışına çıkan Muzaffer Şerif, yaz kampı yapan 11-12 yaş aralığındaki erkek çocuklar üzerine yaptığı üç aşamalı "Hırsızlar Mağarası" (Robbers Cave) deneyi ile grup olmanın grup içindeki ilişkileri bütünüyle etkileyebileceğini ortaya koymuştur (Şerif, 1966; Şerif, vd., 1961). Aynı deneyde grup dışına yönelik geliştirilen düşman davranışının temelinde kişisel öfke veya ideoloji değil tamamen grup içi ve dışı dinamiklerden doğduğunu (Şerif, vd. 1961) da saptamıştır. Ayrıca gruplar arası karşılıklı fayda sağlayan işbirliğinin düşman tavrını değiştirebileceği (Şerif, 1966) sonucunu elde etmiştir (Hogg ve Abrams, 1988, s. 37-40). Şerif'in bu bulguları, gruplar arası dinamikleri anlamada yalnızca grubu oluşturan bireyler değil, grubun durumu ve ilkelerinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini ortaya koymuştur (Brewer ve Kramer, 1985, s. 220). Bu perspektif üzerine inşa edilen Sosyal Kimlik Kuramı, kimlik ve onun izdüşümü olarak oluşan davranışı yalnızca bireysel kriterler üzerinden değil içerisinde bulunan grup ve grubun karakterine göre değerlendirmektedir. Bu boyutun bir yüzü bireyin kimliği ve kişiler arası ilişkileri ifade ederken diğer yüzü grup içindeki sosyal kimliği ve gruplar arası ilişkileri ifade etmektedir (Tajfel ve Turner, 1979, s. 34). Sosyal Kimlik Teorisi'nin sosyal grupları, içerisindeki bireyleri ve gruplar arasındaki dinamikleri ortaya koymada araçsallaştırdığı kavramlar vardır. Bunlar sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşmedir. Bu kavramların çevrimiçi ortamlar çerçevesinde araştırmak için öncelikle incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal Kimlik Teorisi göstergelerinden ilki olan sosyal kategorizasyon, toplumu oluşturan bireylerin toplumsal yapıyı bölümlere, kategorilere ve sınıflara ayırmasını ifade eden bir nevi "bilişsel araç" olarak görülebilmektedir (Tajfel ve Turner, 1979, s. 40). Ancak kavram nesnel bir bilişsel süreci ifade etmemektedir; çünkü birey, içerisinde bulunduğu toplumsal yapının değer, kültür ve temsillerinden etkilenmektedir (Brewer ve Kramer, 1985, s. 224). Dolayısıyla sosyal kategorizasyon, bireyin grup ile ilişkisinden doğan ve kendisini referans olarak gerçekleştirdiği objektif olmayan bir durumdur (Tajfel ve Turner, 1979, s. 40). Çevrimiçi ortamlar kurulan gruplar, sayfalar bu sosyal kimlik göstergesinin örnekleri olarak görülebilir.

Sosyal kimlik göstergelerinden ikincisi kendini sınıflandırmadır. Bireyin kendisini bir kategoriye sokma (self-categorization), kimliksizleştirme (depersonalization), önyargılar edinme (self-stereotyping) ve grup normları gibi olgulara odaklanan kendini sınıflandırma kuramı, daha çok sosyal kimlik anlayışına dayandığı için Sosyal Kimlik Kuramı ile ilintilidir (Turner, 2000, s. 6; Hogg ve Williams, 2000, s. 86; Hogg ve Grieve, 1999, s. 80). Bununla birlikte bu kuram, küçük grup dinamikleri üzerinde sosyal kimlik analizlerinin gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır (Hogg ve Williams, 1999, s. 89; Turner, 2000, s. 6, 14-15). Çevrimiçi ortamlarda yürütülen tartışmalarda taraf olma, gruplaşmaların artması ve belli konular çerçevesinde yürütülen tartışmalar bu gösterge bağlamında değerlendirilebilir.

Bir diğer gösterge sosyal kıyaslamadır. Festinger (1954)'e göre "insanın doğuştan kendini değerlendirmeye yönelik bir dürtüsü vardır. Birey, bu dürtü doğrultusunda yeteneklerini değerlendirebileceği objektif koşullar aramaktadır". Bunların yokluğunda birey, kendisini başkaları ile karşılaştırma yoluna gitmektedir. Birey, "sosyal karşılaştırma yaptığı kişileri kendilerine benzer nitelikte olanlar arasından seçer". Örneğin yapılan bir araştırmaya göre kanser hastaları başlangıçta kendilerini diğer hastalarla karşılaştırmamış; ancak ilerleyen zamanda diğer hastalarla karşılaştırdıklarına yönelik ifadeler kullanmışlardır (Taylor, vd. 1983).

Sosyal göstergelerden bir diğeri önyargıdır. Sosyal Kimlik Kuramı, "önyargı" kavramını, "bazı insan kategorileri, kurumlar ve olayların büyük insan toplulukları tarafından

paylaşılan temel özelliklerinin bilişsel imgeleri” olarak kabul etmektedir (Tajfel, 1982, s. 3). Başka bir deyişle önyargı, “bir sosyal kategorinin üyesi olan tüm bireylere, sırf o kategorinin bir parçası oldukları için atfedilen benzer ve genel özelliklerdir” (Hogg ve Abrams, 1988, s. 57). Sosyal kategorizasyon süreci sonunda beliren sosyal kimlikler, iki grup arasındaki ayrımlarla birlikte gruplar arası benzerlikleri de ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle kategorize olmuş bireyler, içerisinde buldukları grubun özellikleri çerçevesinde algılanırlar. Bu durum önyargıların, bilişsel temellerini sağlamış olmaktadır (Hogg ve Abrams, 1988, s. 64). İçerisinde bulunulan grubun kültürü bağlamında çevrimiçi ortamlarda ortaya çıkan ya da tartışılan bir konuya karşı yürütülen olumsuz fikirler, bu göstergenin çevrimiçi suretidir.

Sosyal Kimlik Kuramı grupla özdeşleşme durumunu ise içsel ve dışsal olmak üzere iki temel sacayağına bağlamaktadır. Dışsal unsurlar, grubun diğer grup ya da bireyler tarafından grup olarak algılanmasıdır. İçsel unsurlar, grup kimliğini ifade etmektedir. Grup kimliğinin oluşabilmesi için gerekli olan üç bileşen şunlardır (Tajfel, 1982, s. 2):

- Grup üyelerinin bir grup dinamiklerine ilişkin bilişsel farkındalıkları yani kimliğin bilişsel (cognitive) yönü
- Gruba yönelik algılar yani kimliğin değerlendirici (evaluative) yönü
- Bilişsel farkındalığa ve değerlere eşlik eden kimliğin duygusal (affective) yönü ve grupla özdeşleşme. Kısaca “Kişinin kimliğinin toplumsal yönünü oluşturan sosyal kimlik, grup üyeliğinin çağrıştırdığı değerlerle ve duygusal önemi ile tanımlanmış olur” (Turner, 2000, s. 8).

Sosyal kimlik üzerine yapılan araştırmalar daha çok bireysel ve grup dinamikleri üzerinden kimlik analizine dayanmaktadır (Terkourafi ve Haugh, 2019). Her iki unsurun araştırıldığı çalışmalarda, sosyal kimlik göstergelerinin saptanması daha kolay olacaktır. Bu nedenle çevrimiçi sosyal kimliğin göstergelerinin saptanması için bu çalışmada birey ve grup dinamikleri ayrı ayrı ele alınacaktır.

Bireysel ve toplumsal kimlik araştırmaları farklı perspektiflerden sürdürülmüştür (Terkourafi ve Haugh, 2019). Bunlar bireysel kimlik teorisi ile sosyal kimlik teorisi etrafında yoğunlaşmıştır. Bu iki yaklaşım arasındaki temel fark, toplum ve grup etkisine göre bireylerin kendilerini nasıl tanımladıklarıdır (Hogg, vd., 1995). Bu durumdan hareketle, çevrimiçi ortamlardan elde edilen dil yaklaşımlarının analizine dayalı olarak sosyal kimliği anlamaya yönelik çalışmalar giderek artmaktadır (Fujita vd., 2018; Hardaker ve Mcglashan 2016). Çevrimiçi ortamların temel özelliklerinden biri, kullanıcıların kimliklerini, etkileşim biçimlerini, davranışlarını ve sosyal görünümünü kolaylıkla değiştirebilmeleridir. Bu, kullanıcıların farklı kimlikler sunmasını (Bucholtz ve Hall, 2008) veya diğer kullanıcılarla etkileşime girerken kutuplaşma ve iç içe geçmiş kültürleşmeden etkilenen bu kimliklerdeki değişiklikleri tecrübe etmesini kolaylaştırmaktadır (Pace, vd., 2016). Tüm bu eğilimler, kullanıcıların davranışlarını, tercihlerini ve sosyal kimliğini değiştirmektedir (Grover vd., 2019).

O’Brien (1999)’ın ortaya koyduğu gibi kimlik dinamik bir kavramdır; çünkü bireyin kimliği o bireyin diğer bireylerle etkileşimi sırasında şekillenmekte ve değişmektedir (O’Brien, 1999; Bucholtz ve Hall, 2008). Bu kimlik, kullanıcıların çevrimiçi ortamlarda aldığı kararların her birine yansımaktadır. “Hangi içerikle etkileşime girilmekte, bir paylaşımına hangi tartışma ve konular eklenmekte?”, “Anlatımda hangi dil unsurları kullanılıyor?” gibi kullanıcı etkileşimleriyle ilgili kararların her biri, kullanıcıların kimliğini ortaya çıkarmaktadır (Flower ve Hayes, 1981; Mendoza-Denton, 2002). Ayrıca, Turner (1982)’a göre, bu kararlar sosyal özdeşleşme, grup oluşumu ve de kişiler arası ve gruplar arası davranış ve sosyal etki ile bağlantılı olarak görülmektedir.

Yukarıda da bahsedildiği üzere birey, kendisinin içerisinde bulunduğu grup ve gruplar arası dinamikleri anlamada geniş bir perspektif sunan Sosyal Kimlik Teorisi, sosyal kimliğin göstergelerini tespit için sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama,

önyargılar ve grupla özdeşleşme gibi kavramları sunmaktadır. Çevrimiçi sosyal kimlik göstergelerini saptamak için de bu kavramlar kullanılmalıdır. Bu unsurların yanında bireyin sosyal kimliğinde önemli olan sanal cemaat kavramı da tartışılmalıdır. Cemaat kavramı çok kez araştırılsa da sanal cemaat kavramı son 20 yılda literatürde yerini almıştır.

Sanal cemaatler kavramı tartışılırken bazı karşıtlıklar oluşmuştur. Örneğin çevrimiçi ortamlarda kurulan yeni sosyal örgütlenme şekillerinin, cemaat kavramının temel özelliklerini (yüz yüze olma gibi) barındırmadığı görülmüştür. Bu da “sanal” kelimesinin işlevinin temellendirilmesiyle giderilmiştir. Böylece kavram karmaşası ortadan kaldırılmıştır (Çiftçi, vd. 2017). Rheingold sanal cemaatleri “yeterince sayıda insanın, insani duygularla, siber alanda insanlar arası bağ kurmak amacıyla kamusal tartışmalara geçici olmayacak şekilde katılmasıyla ağda oluşan toplumsal bir araya gelmelerdir” olarak tanımlamaktadır (2000, s. 58). Sanal cemaatler, sosyal kimliğin oluştuğu ve sergilendiği önemli göstergelerdendir.

## 2. Çevrim İçi Sosyal Kimliğin Göstergelerini Saptamak İçin İstanbul Sözleşmesi Üzerine Bir İçerik Analizi

Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi, Avrupa Konseyi tarafından 11 Mayıs 2011 tarihinde İstanbul’da ülkelerin imzasına sunulmuştur. Sözleşme İstanbul’da imzaya çıktığından İstanbul Sözleşmesi adını almıştır. 1 Ağustos 2014 tarihinde 10 ülke sözleşmeyi imzalamış ve yürürlüğe koymuştur. (Moroglu, 2019, s. 9). İstanbul Sözleşmesi, kadına yönelik şiddetle ilgili uluslararası tüm standartları sağlayan, AIHM kararlarını ve kadınlara yönelik şiddetle ilgili bütün içtihatları içeren bir sözleşmedir (Parlak-Börü, 2017).

Sözleşme’nin amacı yalnızca fiziksel değil, psikolojik, ekonomik, sözlü ve cinsel şiddet karşısında kadınların korunmasıdır (Demirkır-Ünlü, 2013, s. 9). Metinde bahsedilen cinsiyete dayalı şiddet, sadece kadınlara değil ailenin tüm bireylerini kapsamaktadır (Özcan, 2019).

Sözleşme’de belirtilmemesine rağmen LGBTİ+ bireylere de haklar tanıdığı düşünülmektedir. Çünkü hiçbir ayırım yapılmadan farklı cinsel yönelimlere sahip tüm gruplar koruma altına alınmaktadır (Bakırcı, 2015). Açıklayıcı metinde; cinsiyet, cinsel yönelim, engellilik, sağlık durumu, iltica ya da göçmenlik durumu, medeni durum veya başka nedenlerle ayrımcılığın reddedileceği vurgulanmaktadır (Moroglu, 2019).

Bütün bu ve buna benzer nedenlerden dolayı İstanbul Sözleşmesi, birçok tartışmanın konusu haline gelmiştir. İstanbul Sözleşmesi’ne yönelik tutum, davranış ve söylemler ise bir sosyal kimlik göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle Sözleşme’ye yönelik söylemler araştırmanın konusu olmuştur.

### 2.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “İçerik analizi; elde edilen verilerin kodlanması, sınıflanması ve tanımlanması aşamaları izlenerek gerçekleşir” (Glesne, 2012). İçerik analizinde “temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır” (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 27).

İçerik analiziyle ilgili tanım ve özelliklere bakıldığında, kavramın bu çalışma kapsamında değerlendirilebilecek işlevsel yönleri şu şekilde sıralanabilir (Mayring, 2015; Schreier, 2013):

- Kategoriler, içerik analizinin temelidir.
- Kategorilerleştirme tümevarımsal bir süreçtir.
- Kategorileştirme akademik değerlendirme ve anlamlandırmayı içermektedir.
- İçerik analizi süreci sistematiktir.

- İçerik analizi, metni bir süreç olarak ele almakta ve yalnızca örneklem çerçevesinde değerlendirmemektedir.

Çevrimiçi ortamlarda edinilen ve sergilenen sosyal kimliğin göstergelerini saptamak adına İstanbul Sözleşmesi tartışmaları çerçevesinde atılan tweetler konu ve içeriklerine göre kategorize edilecektir. Bu nedenle en işlevsel yöntem içerik analizi olduğu için çalışmada kullanılmıştır.

## 2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini çevrimiçi ortamlarda atılan ve sosyal kimlik göstergelerini barındıran bütün paylaşımlar oluşturmaktadır. Ancak çalışmada çevrimiçi sosyal kimlik göstergelerini saptamak için İstanbul Sözleşmesi tartışmalarının yapıldığı 1 Nisan-31 Aralık 2020 tarihleri arasında #istanbulsozlesmesi, #istanbulsozlesmesiyasatir ve #istanbulsozlesmesiihanettir etiketleriyle atılan 250 tweet örneklem olarak alınmıştır. Bu üç tabelanın seçilme nedeni sözleşmeye yönelik nötr, olumlu ve olumsuz görüş bildirmesidir. Tweetler manuel olarak kategorize edilmiştir. Bu tarihlerin seçilme nedeni İstanbul Sözleşmesi tartışmalarının çevrimiçi olarak en çok tartışıldığı zaman dönemi olmasıdır. Bu tarihten sonra sözleşme üzerine yapılan tartışmalar neredeyse bitmiştir. Böylece çevrimiçi sosyal kimliğin göstergeleri daha net şekilde saptanacaktır.

## 2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmada saptanacak sosyal kimliğin göstergeleri, Sosyal Kimlik Teorisi kategorileri çerçevesinde belirlenmiştir. Atılan tweetlerin içerikleri kategorize edilerek sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme kategorileri bağlamında göstergeler saptanacaktır.

Bu perspektifte kurulan ve sınanacak hipotezler şu şekildedir:

- Çevrimiçi sosyal kimlikler, sosyal kategorizasyon ve kendini sınıflandırma olarak ortaya çıkmaktadır.
- Çevrimiçi sosyal kimlikler, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme olarak ortaya çıkmaktadır.

## 3. Bulgular

Araştırmada tablolarda yer alan kategorizasyonlar, kullanılan ve çalışmada belirlenen etiketlere yönelik niceliksel ve niteliksel verileri içermektedir. Sosyal kimliğin göstergeleri; geleneksel, cinsiyete yönelik ve rasyonel göstergeler olarak belirlenmiştir. Bu göstergelerin seçilme nedeni tweetlerin niteliksel bakımdan incelendiğinde en çok bu göstergeler altında toplanmasıdır. Sosyal kimlik göstergeleri perspektifinde kategorize edilen toplam 137 tweet içerikleri bağlamında tablolaştırılmış, 113 tweet ise herhangi bir kategori ya da tema altında toplanamamıştır.

Tablo 1. İstanbul Sözleşmesi tartışmalarında kullanılan Twitter etiketleri

Etiket (Hashtag)	Olumlayıcı Yaklaşım		Eleştirel Yaklaşım		Toplam
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	
#istanbulsozlesmesi	28	10	5	7	50
#istanbulsozlesmesiyasatir	62	33	2	3	100
#istanbulsozlesmesiihanettir	2	1	23	74	100
Toplam	92	44	30	84	250

Örneklem olarak alınan toplam 250 tweete bakıldığında #istanbulsozlesmesi etiketiyle 50, #istanbulsozlesmesiyasatir etiketiyle 100, #istanbulsozlesmesiihanettir etiketiyle 100 tweet atıldığı tespit edilmiştir. Cinsiyet kategorizasyonu, kullanıcıların cinsel yönelimi tespit edilemeyeceğinden kadın ve erkek olarak yapılmıştır. Tweetlerin yaklaşımları incelendiğinde 92'si kadınlar 44'ü erkekler tarafından atılmak üzere 136 tweetin İstanbul Sözleşmesine yönelik

olumlayıcı tema içerdiği görülmektedir. 30'u kadın, 84'ü erkek kullanıcı tarafından atılan 114 tweette ise eleştirel tema bulunmaktadır. Olumlayıcı yaklaşımın kadınlar (92'ye 44), eleştirel yaklaşımın ise erkekler tarafından daha çok (30'a 84) kullanılması, cinsiyet temelli sosyal kimlik göstergelerinden sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama ve grupla özdeşleşmenin izdüşümü olarak karşımıza çıkmaktadır. İstanbul Sözleşmesi'nin, toplumda sabit olan kadın-erkek arasında eşitsizliği kaldıracağı anlayışı kadınlarda daha yaygınken erkeklerin buna karşı çıktığı ve geleneksel bazı olguları yok edeceği iddiaları görülmüştür. Örneğin kadın bir kullanıcı "*Katili! Tecavüzcüsü ! Sapığı! Manyağı! Herkes dışarıda herkes. Bu ülkede suçsuz yargılanmak için bir canlıya zarar vermek yeterli... 'tohumuna para mı saydınız sanki' değil mi? Ne kadar umurunuzda ki ölenler?*" ifadelerini kullanmıştır.

Tablo 2. Geleneksel sosyal kimlik göstergeleri

Geleneksel göstergeler	Kadın	Erkek	Yüzde	Toplam
Geleneksel Türk aile yapısına aykırılık	7	18	55,5	25
Dinde yeri olmamak	4	6	22,25	10
Kültür erozyonuna neden olma	3	7	22,25	10
Toplam	14	31	100	45

Geleneksel göstergelere bakıldığında atılan tweetlerden 25'inin İstanbul Sözleşmesi'nin geleneksel Türk aile yapısına aykırı olduğunu iddia ettiği, 10'unun İslamiyet ile çeliştiği, 10'unun ise kültürel erozyona neden olacağını belirttiği görülmüştür. Örneğin kullanıcılar "*İstanbul sözleşmesi aileyi yıkan bir zehirdir.*", "*İstanbul sözleşmesi yaşatmadığı için daha kaç kadın ölmesi gerekiyor. Ahlaksız bir Avrupa'dan aldığımız yasa şiddeti engellemiyor.*" ve "*Bu tagları da iyi okumak lazım. LGBT'yi özendiren bir sözleşme iptal edilmeli.*" gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Toplum dinamiklerine ve kültüre zarar verileceği yaklaşımının olması içerisinde bulunan grubu savunma ve aitlik ifade ettiği için sosyal göstergelerden sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama ve grupla özdeşleşmenin yansımasıdır.

Tablo 3. Cinsellik üzerine sosyal kimlik göstergeleri

Cinsiyet üzerine göstergeler	Kadın	Erkek	Yüzde	Toplam
LGBTİ birey sayısının artacağı iddiası	6	18	61,5	24
Kadın-erkek kimlik ayrımını ortadan kaldırma	5	10	38,5	15
Toplam	11	28	100	39

Bu kategorizasyon doğrudan cinsiyete yönelik çevrimiçi sosyal göstergeye yönelik ifadeler içerdiğinden LGBTİ ve kadın-erkek cinsiyetine ilişkin oluşturulmuştur. Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet üzerine atılan tweetlerden 24'ünde İstanbul Sözleşmesi'nin toplumdaki LGBTİ birey sayısını artıracığı, 15'inde ise kadın-erkek cinsiyet kimliği arasındaki farkı ortadan kaldıracağı anlayışı yer almaktadır. Var olan toplum dinamiklerini koruma iddiası ile atılmış tweetler grup korumacılığı ve diğer gruplarda yer alan kültüre yönelik olumsuz kanı barındırdığından önyargı içermektedir. Bu durumda sosyal kimliğin sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargı ve grupla özdeşleşme göstergelerinin varlığını işaret etmektedir. Çünkü geleneksel ve ataerkil toplum düzeni cinsel yönelimler konusunda daha katı bir tutumu önermektedir.

Tablo 4. Rasyonel sosyal kimlik göstergeleri

Rasyonel göstergeler	Kadın	Erkek	Yüzde	Toplam
Kadının beyanının esas alınmasının yanlış olduğu	12	14	49	26
Şiddeti önleyememe	11	16	51	27
Toplam	23	30	100	53

Bu kategorizasyon, kullanıcıların ifadelerini rasyonelite üzerine kurduğu iddiası içerdiğinden yukarıdaki iki unsur üzerine yapılmıştır. Yani bu iki unsur kullanıcıların rasyonel olarak ortaya attığı görüşlerdir. İstanbul Sözleşmesi ile ilgili rasyonel göstergelere bakıldığında

atılan tweetlerin 26'sında kadının beyanının esas alınmaması gerektiği, 27'sinde ise sözleşmenin şiddeti önlemediği ifadeleri vardır. Mantığa bürüne mekanizması ile yapılan bu paylaşımlarda dolaylı yoldan ait olunan grubun savunulduğu, grubun dinamiklerinin muhafaza edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu durumda sosyal kimliğin göstergeleri bu kategoride saptanamamaktadır. Bu kategorizasyonda rasyonel olarak ifade edilen kategori, kullanıcıların kendisine göre rasyonel olduğunu düşündükleri ifadeleri çerçevesinde yapılmıştır. Çünkü örneğin bazı kullanıcılar kadının beyanının esas alınmasıyla ilgili maddelerin yalnızca İstanbul Sözleşmesi'nden kaynaklandığını düşünmektedir.

Görülebileceği üzere İstanbul Sözleşmesi'ne yönelik tweetlerde içerisinde bulunan sosyal gruba ilişkin aitlik hissi, grubun mevcut durumunu devam ettirme, grup dinamiklerinin diğer grupların dinamiklerini benimseme yoluyla yok olacağı, diğer grup kültürlerine yönelik önyargı, mantığa bürünme yoluyla grup korumacılığı gibi tutumlar görülmüştür. Bu da sosyal kimliğin göstergelerinden sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargı ve grupla özdeşleşmenin varlığını ortaya koymaktadır. Böylece araştırma kapsamında kurulan "Çevrimiçi sosyal kimlik daha çok sosyal kategorizasyon ve kendini sınıflandırma olarak ortaya çıkmaktadır." ve "Çevrimiçi sosyal kimlik daha çok sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme olarak ortaya çıkmaktadır." hipotezleri doğrulanmıştır.

## Sonuç

Birey, grup ve toplumsal dinamiklerin sosyal çevre perspektifinde tanımlanmasına, kategorize edilmesine ve tanınmasına fayda sağlayan sosyal kimlik; sosyal gruplarla ilişkili olan benzetme, önyargı, içselleştirme, grup içi koruma refleksi, grup kuralları, grubun kimliği, ayrımcılık, karşıtlık ve grup içi dogmalar gibi unsurları içermektedir. Sosyal kimlikleri açıklamada geniş bir çerçeve sunan Sosyal Kimlik Kuramı'nda ise yukarıda bahsedilen unsurlara sosyal psikolojik olarak gruplar arası iletişim de eklenmiştir.

Sosyal kimlik üzerine yapılan ilk çalışmalarda gruplar arası ilişki ve dinamikler incelenirse de sonraları grup olmanın grup içindeki ilişkileri bütünüyle etkileyebileceği, grup dışına yönelik geliştirilen düşman davranışının temelinde kişisel öfke veya ideoloji değil tamamen grup içi ve dışı dinamiklerden doğduğu ve gruplar arası karşılıklı fayda sağlayan iş birliğinin düşman tavrını değiştirebileceği ortaya koyulmuştur. Bu sonuçlar, gruplar arası dinamikleri anlamada yalnızca grubu oluşturan bireyler değil, grubun durumu ve ilkelerinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini göstermiştir.

Son yıllarda yaygınlaşan çevrimiçi ortamlar ve bu ortamlarda gerçekleştirilen tutum ve davranışlar da sosyal kimlik çerçevesinde incelenmelidir. Bu çalışmada da kurulan hipotezler, Sosyal Kimlik Kuramı'nın sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme kategorileri bağlamında sınanmıştır. Geleneksel göstergeler, cinsellik üzerine göstergeler ve rasyonel göstergeler üzerine yapılan kategorizasyon sonucunda iki hipotez de doğrulanmıştır.

Uygulanan içerik analizi sonucunda bireylerin daha çok içerisinde bulunan grubun dinamiklerini korumaya, var olan geleneksel yapının korunmasına yönelik tweet attıkları saptanmıştır. Başka grup dinamiklerinin benimsenmesi durumunda mevcut grubun geleceğinin tehlikeye düşeceği, diğer grupların kültürünün gruba uymadığı iddia edilmiştir. Mantığa bürünme mekanizmalarına da rastlanılmıştır. Kullanıcılar, kendilerine göre rasyonel olduğunu iddia ettikleri görüşleri de beyan edip sosyal kimliğe yönelik göstergeleri ifadelerinde kullanmışlardır. Bu bulgular ışığında sosyal kimliğin göstergeleri olarak sosyal kategorizasyon, kendini sınıflandırma, sosyal kıyaslama, önyargılar ve grupla özdeşleşme saptanmış, kurulan her iki hipotez de doğrulanmıştır. Böylece sosyal kimliğin göstergelerinin çevrimiçi ortamlarda da varlık gösterdiği ortaya koyulmuştur.

Görülebileceği üzere, birçok çevrimiçi kullanıcının görüş beyan ettiği İstanbul Sözleşmesi, çevrimiçi sosyal kimliğin göstergelerinin ortaya koyulması açısından yeterli olmuştur.



Kullanıcıların sosyal kimliğin göstergelerini çevrimiçi ortamlarda da aynı şekilde kullanması, gerçek ve çevrimiçi ortamda farklı davranışların oluşmadığını göstermektedir. Bu durum da çalışmanın önemini göstermekte, bundan sonra alanda yapılacak çalışmalara temel oluşturmaktaki potansiyelini ortaya koymaktadır.

### Kaynakça

- Bakırcı, K. (2015). İstanbul sözleşmesi. *Ankara Barosu Dergisi*, 1 (4), 133-204.
- Brewer, M. ve Kramer, R. M. (1985), The psychology of intergroup attitudes and behavior. *Annual Reviews*, 36(2), 219-243.
- Bucholtz, M. ve Hall, K. (2008). All of the above: new coalitions in sociocultural linguistics. *Journal of Sociolinguistics*, 12(4), 401-431.
- Çiftçi, O.; Erdem, R. ve Çiftçi, D. (2017). İletişim teknolojileriyle değişen örgütlenme biçimleri: sanal topluluklar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7(2), 328-336.
- Demirkır-Ünlü, M. (2013). *Kadına yönelik şiddet ve aile-içi şiddet: istanbul sözleşmesi'nin (kadına yönelik şiddet ve aile-içi şiddetin önlenmesi ve bunlarla mücadelede dair avrupa konseyi sözleşmesi) ulusal hukuk açısından değerlendirilmesi*. İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(1), 117-140.
- Flower, L. ve Hayes, J. (1981). A cognitive process theory of writing. *College Composition And Communication*, 32 (4), 335-365.
- Fujita, M.; Harrigan, P. ve Soutar, G. (2018). Capturing and co-creating student experiences in social media: a social identity theory perspective. *Journal of Marketing Theory And Practice*, 26(1-2), 55-71.
- Glesne, C. (2012). Nitel araştırmaya giriş, (A. Ersoy ve P. Yalçinoğlu, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Grover, P.; Kar, A.; Dwivedi, Y. ve Janssen, M. (2019). Polarization and acculturation in us election 2016 outcomes – can twitter analytics predict changes in voting preferences: technological forecasting and social change. *Elsevier*, 145(3), 438-460.
- Hardaker, C. ve Mcglashan, M. (2016). Real men don't hate women: twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics*, 91(5), 80-93.
- Hogg, M. ve Abrams, D. (1988). *Social identification: a social psychology of intergroup relations and group process*. London: Routledge.
- Hogg, M. ve Grieve, P. (1999), Social identity theory and the crisis of confidence in social psychology: a commentary, and some research on uncertainty reduction. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 79-93.
- Hogg, M. ve Williams, K. (2000), From i to we: social identity and the collective self, group dynamics: theory. *Research And Practice*, 4(1), 81- 97.
- Hogg, M.; Terry, D. ve White, K. (1995). A tale of two theories: a critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 235-255.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Berlin: Klagenfurt.
- Mendoza-Denton, N. (2002). *Language and identity: the handbook of language variation and change*. Los Angeles: University of California Press.
- Moroğlu, N. (2019). *İstanbul sözleşmesi*. İstanbul: İstanbul Barosu Kadın Hakları Merkezi.

- O'Brien, S. (1999). Pilgrimage, power, and identity: the role of the hajj in the lives of nigerian hausa bori adepts. *Africa Today*, 46(3), 11-40.
- Özcan, B. (2019). *Kadına yönelik şiddet konusunda feminist hareketin ve devletin karşılaştırmalı yaklaşımı: istanbul sözleşmesi örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Pace, S.; Buzzanca, S. ve Fratocchi, L. (2016). The structure of conversations on social networks: between dialogic and dialectic threads. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1144-1151.
- Parlak-Börü, Ş. (2017) Kadının korunmasına ilişkin uluslararası sözleşmeler ve Türkiye'nin konumu. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 30 (133), 43-63.
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community*. Massachusetts: The MIT Press.
- Schreier, M. (2013). *Qualitative content analysis in practice*. Bremen: Jacobs University Publishing.
- Şerif, M. Harvey, O.; White, J.; Hood, W. ve Şerif, C. (1961). *Intergroup conflict and cooperation: the robbers cave experiment*. Ok: University Of Oklahoma.
- Şerif, M. (1966). *Group conflict and cooperation: their social psychology*. London: Routledge.
- Tajfel H. ve Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The Social Psychology of Intergroup Relations*, 15(3), 33-47.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Reviews*, 33(2), 1-39.
- Taylor, S. E., Wood, J. V., & Lichtman, R. R. (1983). It could be worse: Selective evaluation as a response to victimization. *Journal of Social Issues*, 39 (2), 19-40.
- Terkourafi, M. ve Haugh, M. (2019). Quo vadis, pragmatics?. *Journal of Pragmatics*, 145(2), 1-3.
- Turner, J. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. *Rediscovering Social Identity*, 15(2), 210-234.
- Turner, J. (2000), *Some current issues in research on social identity and self categorization theories, social identity context, commitment, content*. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

#### ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.