



LGBTİ+ ODAKLI SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE NİCEL BİR ARAŞTIRMA¹

A QUANTITATIVE RESEARCH ON LGBTI + FOCUSED SOCIAL MEDIA USE

Eser KARATAŞ

Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul/Türkiye

ORCID Number: <https://orcid.org/0000-0001-6323-8970>



ÖZET

Lezbiyen, gey, biseksüel transseksüel ve interseks+ (LGBTİ+) olarak tanımlanan kişiler, cinsel yönelimleri veya kimlikleri yüzünden uğradıkları haksız ayrımcılık nedeniyle çoğu zaman sosyal hayattan dışlanmaktadır. Sosyal yaşamdan kimlikleri yüzünden dışlanan LGBTİ+ bireyler, gündelik hayatta birçok eşitsizlikle karşı karşıya kalmakta ve adil olmayan standartların altında bir sosyal yaşam sürmektedir.

Bu makale, sosyal dışlanma sonucu LGBTİ+ bireylerin sosyal medya kullanımı kavramının tanınmasına yol açabilecek bazı teorik temelleri analiz etmektedir. Yapılan nicel araştırma LGBTİ+ bireylerin sosyal yaşamda karşılaştıkları dışlanma sonucunda sosyal medyaya yönelmelerini ve sosyal medyayı sosyalleşme, haber / bilgiye ulaşma ve aktivizm yapma biçimlerinin çok boyutlu yönlerinin bir modelini önermektedir. Bu çalışmada Türkiye'de yaşayan LGBTİ+ kişilerin yaşadığı sosyal ve toplumsal eşitsizlik karşısında sosyalleşme, haber / bilgiye ulaşma ve aktivizm / eylem yapma pratikleri teknolojik gelişmeler ve değişen iletişim süreci bağlamında ele alınmıştır. Bu bağlamda LGBTİ+ bireylerin alternatif medya kanallarını ve sosyal medyayı kullanım biçimleri üzerine 63 soruluk bir çevrimiçi anket oluşturulmuş ve Türkiye'deki LGBTİ+ (n=10) olarak tanımlanan 18 yaş ve üzeri (n=454) kişiden toplanan veriler analiz edilmiştir. Bu bulgular, sosyal hayattan dışlanan LGBTİ+ bireylerin sosyal medya kullanımı üzerine daha kapsamlı bir çalışma yapma ihtiyacının altını çizmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: LGBTİ+, sosyal medya, aktivizm, toplumsal cinsiyet, alternatif medya

ABSTRACT

People defined as lesbian, gay, bisexual, transgender and intersex + (LGBTI +) are often excluded from social life due to unfair discrimination they face because of their sexual orientation or identity. LGBTI + individuals who are excluded from social life because of their identity, face many inequalities in daily life and lead a social life below unfair standards.

This article analyzes some of the theoretical underpinnings that may lead to the recognition of the concept of social media use by LGBTI + individuals as a result of social exclusion. The quantitative research suggests that LGBTI + individuals turn to social media as a result of the exclusion they face in social life, and a model of the multidimensional aspects of social media, access to news / information and activism. In this study, where the LGBT + people living in Turkey and social inequalities across social socializing, news / information and activism to achieve / practice of action are discussed in the context of technological developments and changing communication process. In this context LGBTI+ on alternative media channels and social media usage forms of the individuals who have created an online survey of 63 questions and LGBT in Turkey + (n = 10), defined as 18 years and older (n = 454) were collected from individual data were analyzed. These findings aim to underline the need for a more comprehensive study on the use of social media by LGBTI + individuals who are excluded from social life.

Keywords: LGBTI+, social media, activism, gender, alternative media

1. GİRİŞ

LGBTİ+ bireylerin medyada nasıl temsil edildikleri, eşcinsel ve kuir çalışmalar için önemli bir araştırma alanıdır. Bu temsiller kamuoyunu LGBTİ+ bireyler hakkında bilgilendirmektedir, ayrıca eşcinsel genç insanların kimlik gelişimi ve yaşadıkları deneyimler üzerinde de önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bu temsiller, toplumdaki farklı cinsel yönelimlere karşı farkındalığın oluşmasına olanak sağlamaktadır. Ancak bu temsillerin sorunlu olması ve LGBTİ+ bireylerin yeni medya mecralarında kendilerini yeterince ifade edememesi toplumsal ön yargıların oluşmasına neden olmaktadır. Bu açıdan sosyal medya platformları ve alternatif medya kanalları, kimi zaman LGBTİ+ bireyler için destek ağlarına dönüşse de genel olarak ana akım medya ve İnternet üzerinden yayın yapan ulusal basın kuruluşları tarafından görünmez kılınıp sessizleştirilmektedir. Günümüzde bireylerin bilgi (cinsel yaşam bilgisi dâhil) ve habere İnternet üzerinden eriştiği düşünüldüğünde, LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada ve alternatif medya kanallarında susturulması/sessizleştirilmesi, yok salması doğru olmayan temsillere ve toplum tarafından dışlanmalarına

¹ Bu çalışma 2020 yılında yayımlanan LGBTİ+ Bireylerin Alternatif Medya Kanallarını Ve Sosyal Medyayı Kullanış Biçimleri Üzerine Nicel Bir Araştırma başlıklı tez çalışmasında ortaya konan anket sonuçlarının ve literatür taramasının yeni bir yorumudur.

neden olmaktadır. Sosyal medyada yaşadıkları dışlanma sonucu LGBTİ+ bireyler, anonim kimlikler oluşturarak birbirleriyle etkileşime girmek zorunda kalmaktadır ve gerçek kimliklerini ortaya koyamamaktadır. Sosyal medyada LGBTİ+ bireyler sadece yine kendileri gibi düşünen kişilerle iletişime geçebildikleri için dar sosyal rollere zorlanmaktadır ve bu durum onları sınırlandırmaktadır. Bu sebepten sosyal medya kanalları toplum tarafından susturulmak istenen ve belirli sınırlılıkları olan sosyal rollere zorlanmış bu tarz grupların kendilerini ifade etmeleri için önem arz etmektedir. Çünkü medya, kitlelerin etraflarındaki dünyayı görme şeklini değiştirme gücüne sahiptir. Özellikle günümüzde sosyal medya kültürel kodları tanımlamada, ulusal kimliğin oluşmasında ve sosyal çeşitliliği belirlemede önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte sosyal mecralardaki baskın topluluklar, ön yargılı olma eğilimindedir ve bu ön yargılar, toplumu tek taraflı bir perspektiften bakmaya zorlamaktadır. Hegemonik eril normların baskın olduğu toplumlarda ön yargılar genelde hegemonik eril normların perspektifine göre şekillenmektedir. Bunun sonucunda LGBTİ+ gibi ötekileştirilmiş gruplar, eril normların baskın perspektifiyle belirli metinlere ve imgelere sığdırılmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle eril normların baskın perspektifini kırmanın bir yolu olarak alternatif medya platformları ve sosyal medya kullanımı LGBTİ+ bireylere birçok kolaylık sağlamaktadır. Sosyal medya platformlarının LGBTİ+ bireylere sağlamış olduğu kolaylıklardan biri de diğer kişilerle sosyalleşme pratikleri üzerinedir çünkü sosyal medya, kişilerin kendini sunma biçimiyle, kişilerarası iletişime yeni bir boyut kazandırmakta ve bu durum LGBTİ+ gibi ötekileştirilmiş grupların sosyalleşme faaliyetlerini büyük ölçüde etkilemektedir.

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırma, LGBTİ+ bireylerin sosyalleşmek, bilgi/habere ulaşmak ve aktivizm/eylemde bulunmak için sosyal medya kullanım pratiklerini ele almaktadır. Bu çalışmada veri toplama araçları tek bir anket içerisinde birleştirilerek katılımcılara sunulmuştur. 454 katılımcının katıldığı bu anket çalışması için sosyal medyadaki Türkiye LGBTİ Birliği, SPoD LGBT, Igbti.org, Mersin LGBT 7 Renk gibi LGBTİ+ gruplarına ulaşılmıştır ve bu grupların anketi kendi blog ya da sosyal medya platformlarındaki LGBTİ+ bireyler ile paylaşımları istenmiştir. Yine Google Formlar üzerinden oluşturulan anketin bağlantı linki sosyal medya üzerinden farklı illerde yaşayan LGBTİ+ bireylere ulaştırılmıştır. Yapılan anket çalışması ile şu sorulara yanıt aranmıştır:

- 1) LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada sosyalleşme faaliyetleri nelerdir?
- 2) LGBTİ+ bireylerin bilgi/haber almak için belirli sosyal medya platformlarını kullanmasındaki nedenler nelerdir?
- 3) LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı aktivizm yapma/eylemde bulunma aracı olarak kullanmalarındaki zorunluluk nedir?

Bu araştırma LGBTİ+ bireylerin sosyal medya mecralarında daha görünür hale gelebilmesi açısından önem arz etmektedir. Araştırma sonucunda hazırlanacak rapor ile LGBTİ+ bireylerin daha iyi temsili açısından yeni bir alan oluşturmak, toplumdaki soyutlanmalarının önüne geçilmesi, kamuda ve sivil toplumda farkındalıkların artırılması bakımından bilgi zemini oluşturması beklenmektedir.

2. SOSYAL MEDYA ZAMANINDA SOSYALLEŞME

Bireyin sosyalleşmesi, zaman içinde genişleyen bir sosyal etkileşim sürecini öngörmektedir. Sosyalleşme sürecinde bireyler kültürel değerleri ve normları içselleştirmektedir. Normların çelişkili olması, sosyalleşme sürecini zayıflatır ve sapmış bir karaktere sahip kişisel özelliklerin ortaya çıkmasına neden olur. Bunun sonucunda ise grup halinde hareket etme (grup psikoloji) ihtiyacı doğmaktadır. “Bir toplumun değerleri, o toplumun kültürünün normatif yönünü oluşturmaktadır. Soyut olan sosyal değerler önce yargılar yoluyla dildeki ifadelere yansımakta, zamanla toplumsal kurumlara dönüşmekte ve ardından davranışlarla somutlaşmaktadır” (Yazıcı, 2016: 209-223). Sosyalleşme sürecinde bireylere kendi içinde özgür bir etkileşim biçimi sunan dijital ortamlar, aynı zamanda bireylerin kültürel değerler ve normlarını, iletişimsel yaptırım yapma biçimi olarak ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda “(...) sosyal medyanın hâkim olan kültürel eğilimleri yoğunlaştırmakla kalmayıp aynı zamanda kültürel anlamların yeniden üretiminde kaynak oluşturması söz konusudur” (Uluç ve Yarci, 2017: 88-102).

Kişinin İnternet ve gerçeklik hakkındaki ilk bilgisi temel sosyalleşme sürecinde başlamaktadır. Sosyalleşme açısından gerçek hayattan farklı olan bu alanın en önemli özelliği, gündelik hayatın kısıtlamalarına sahip olmaması nedeniyle yarattığı özgürlük duygusu ve statü farklılıklarının göz ardı edilebilmesidir. Çevresel dünyanın sosyal bir gerçeklik olduğu, bir çocuğun doğduğu andan başlayan temel çevrimdışı sosyalleşmeye kıyasla, günümüzde sosyal medya mecralarında sosyalleşmenin en düşük yaş eşliğini ayarlamak neredeyse imkansızdır. Çünkü Büyükkantarcıoğlu, 2006’dan aktaran Köse’ye (2015: 57-70) göre, “Bireyin toplumsal

gerçekliği algılama ve modelleme biçimindeki değişim nedeniyle toplumsal dünyanın gerçeklikleri bebeklik, çocukluk, gençlik ya da yetişkinlik dönemlerinde farklı şekilde deneyimlenmektedir.” Bu durum basit bir şekilde açıklanacak olursa: bireyin temel sosyalleşme süreci, siber-uzay fenomeninin varlığı hakkındaki bilgiyi edinme anından başlar ve bu en temel bilgilendirme amacı çeşitli sosyal-ekonomik, politik ve diğer faktörlere kadar devam etmektedir. Temel sosyalleşmenin arketipsel² aşaması sürecinde sosyal medyadaki subjektif gerçeklik, bireyin kültürel kodlar temelinde oluşmaktadır. Sosyal medyada yapılan yayınlar, reklamlar, habeler bu kodlara en çok rastlanan alanlardır. Öte yandan, sosyal medya üzerindeki sosyalleşme süreci, bireyin kültürel kodları algılanması temelinde devam eder; sosyal medya üzerindeki arkadaşlar, akrabalar ve hatta bireyin öğretmenleri sosyalleşme aracı olarak hareket etmektedir. Sosyal medya ve sosyalleşme süreci bir bütün olarak ele alındığında, bireyin sosyal medya üzerinden nasıl etkileşime girdiğini önem kazanmaktadır. Çeşitli dijital ve mobil medya cihazlarının ortaya çıkışı ve dijital medya içeriğinin bolluğuna, bağlı olarak sosyal medyanın bireylerin sosyalleşmesi üzerine önemli etkileri bulunmaktadır. Kişisel ve kamusal iletişim arasındaki gittikçe bulanıklaşan çizgiler düşünüldüğünde, bu alandaki son araştırmalar büyük ölçüde dijital medyanın sosyal davranışı nasıl etkilediğine odaklanmaktadır.

3. BİR DİRENİŞ ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, toplumsal değişimin tartışıldığı ve aktivizmin olduğu ortamları yeniden yapılandırmaktadır. “Toplumsal yapıya ait unsurlarının her geçen gün sosyal paylaşım ağ yapısına taşındığı modern toplumlarda, kolektif eylemler de ağ üzerinden örgütlenme ve gerçekleştirme eğilimindedir” (Abanoz ve Sütçü, 2018: 53-69). Sosyal medya, bireyleri aynı kamusal politik fikirleri paylaşan çevrimiçi gruplara dönüştüren, bireysel ifade ve kolektif kimliklendirme özelliğine sahip geniş bir alandır.

Günümüzde bir konu ya da sorun nedeniyle harekete geçme, sembolik kodlar üzerine örgütlenme anlamını taşımaktadır. Bu kodların değişimi ve dolaşımı mevcut ağ yapıları üzerinden sağlanmaktadır. Bundan dolayı ağlar, kolektif eylemlerin şekillenmesine katkı sağladığı oranda bu eylemlerin kimliklerinin de oluşmasına etki etmektedir (Abanoz ve Sütçü, 2018: 53-69).

Aktivistler, sınırları aşan bir topluluk hissi yaratmak için aynı fikirleri paylaşan insanlarla bağlantı kurmak ve inandıkları nedenler için destek bulup seferberlik oluşturmak için yeni medyayı benimsemektedir. Ekonomik adalet veya toplumsal reform gibi nedenlerde topluluklar, çevrimiçi forumlar ve sosyal medya platformlar sayesinde fikirlerine derinlik ve anlam kazandırmaktadır.

(...) farklı coğrafyalarda birbirlerinden uzakta yaşayan ama aynı amaç ve yaşam anlayışlarını paylaşan insanlardan oluşan toplulukların oluşmasını ve bu toplulukların gözettikleri amaçlar etrafında bir arada hareket etmelerini beraberinde getirmektedir. Toplumsal amaçlar için bir araya gelen ve bilgi iletişim teknolojilerini bu amaçlar için bir eylem platformu olarak kullananlar, dijital aktivizm ruhunu ortaya çıkarmışlardır (Yeygel, 2017: 753-783).

Sosyal medya, aktivist eylemde bulunan kişilere anonimlik ve zaman-mekândan bağımsızlık sağlamasının yanı sıra ana akım tarafından duyulmasını istedikleri her toplumsal soruna ivme kazandırarak sorunun ana akım medyada yararlı veya gerçek anlamda yansımaya olanak sağlamaktadır. “Toplumda meydana gelen teknolojik gelişmeler ve entelektüel seviyenin artması ile zaman ve kavramları da değişime uğramaktadır. İletişim teknolojileri, enformasyonun zamandan bağımsız olarak, çok hızlı bir biçimde taşınabilmesine olanak sağlamaktadır” (Karagülle ve Çaycı, 2004: 1–9). Sosyal medyadaki aktivizm, teknolojik ve sosyal determinizm inançları ile çerçevelenir ve bu inançlara dayalı hareketler için beklentiler gelişmektedir. Teknolojik ve sosyal determinizm, teknoloji ve sosyal yapıların sırasıyla insanların eylemlerini tanımlama biçimlerini ifade etmektedir. Demirkıran’a (2013: 23) göre dijital aktivizm, “(...) bilgisayar teknolojisinin veya programlama sistemlerinin toplumsal bir soruna yönelik tepki gösterme amaçlı kullanılması”dır. Teknolojik deterministler hareketlerin teknolojiye ve sosyal medyaya bağımlı olmasını beklemektedir. Eyüpoğlu (2017: 103–110), “(...) teknolojinin toplumsal düzenin önüne kaçınılmaz bir değişim süreci koyduğunu ve böylece değişimin gerçekleşeceği çevreyi ve değişim konularını belirlediğini” söylemektedir. Sosyal determinizm ise hareketlerin teknoloji olmadan var olmasını beklemektedir. Sosyal determinizme göre, asıl olan ‘sivil çoğulculuk’tur. Bu sebepten “(...) yurttaşların siyasal eylemin nesnesi değil öznesi haline gelmesi” gerekmektedir (Tosun, 2000: 52–60). Ayrıca sivil çoğulculuk, yalnızca dijital olarak değil, fiziksel olarak da kendini göstermelidir. Aksi takdirde sivil çoğulculuğun politik güç haline dönüştüğü zamanlarda sosyal medya

²Ünlü psikolog ve analitik psikolojinin kurucularından olan Carl Jung, psikolojiye arketip kavramını kazandırmıştır. Arketip, psikolojide algılamamızı örgütleyen, bilinç içeriklerini düzenleyen, değiştiren ve geliştiren yapılar olarak tanımlanmaktadır. Analitik psikolojide arketip, insanların birikmiş deneyimlerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Zihnin yapısal parçaları oldukları gibi, kolektif bilinçaltının da birer parçalarıdır. Arketipler doğuştan gelir ve evrenselidir. Bu ortak paylaşılan kavramlar hem bireysel olarak kişilerin psikolojilerinin gelişimini hem de toplumun bilinçaltını etkilemektedir. Bkz. psikologankara.net. (4 Ağustos 2016). *Jung ve 4 Temel Arketipi*. Fenomen Psikoloji. <https://www.psikologankara.net/jung-ve-4-temel-arketipi.html>.

kullanıcıları toplumsal sorunlar karşısında genelde 'beğeni'lere göre hareket etmektedir. Sosyal medya aktivistleri sayfalarını tek bir fikir veya olay etrafında oluştururlar ve ne kadar çok beğeni alırlarsa aktivistler bir sebep için daha fazla görünürlük kazanırlar ancak tüm bunlara rağmen aktivistler, sosyal medya kullanıcılarının bir sayfadaki beğenilerini sokaktaki eylemlere yansıtamazlar. "Toplumsal hareketler açısından bir hareket sokağa çıkıldığı miktarda başarılı sayılabilir. Sosyal medyanın belli alanlarda toplumsal hareket dinamiklerini tembelleştirdiği iddia edebilir" (Gezgin ve İralı, 2017: 48). Yani sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya platformlarında sorunlar karşısında verdiği tepkinin büyüklüğü çoğu zaman sokağa yansımamaktadır. Bu sebepten dolayı aktivistler, sosyal medyada oluşan sivil çoğulculuğu, gerçek sivil çoğulculuğa dönüştürmenin bir yolunu bulmaları gerekmektedir. Çünkü fiziksel olmayan bir varlık olarak sosyal medya, bedenleşmiş kimlikleri, bölgeselleşmiş alanları ve gerçek dünya kurumlarını sadece çevrimiçi olarak güçlendirmektedir.

4. SOSYAL MEDYA İLE DEĞİŞEN HABER VE BİLGİ TÜKETİM ŞEKLİ

Doğru bilgi, haber kuruluşları için her zaman uzun vadeli sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilecek temel stratejik kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Bilgi, insanlar ve haber kuruluşları için etkili bir şekilde hareket etme yeteneği sağlamaktadır. Gelişmekte olan bu bilgi ortamında faaliyet göstermesi gereken haber kuruluşları, kurum içindeki bilginin gelişimini şansa bırakamazlar. Haber kuruluşlarında çalışan profesyonel gazeteciler arasında bilgi ve bilgi alışverişi, bilgi yönetimi açısından hayati bir önem taşımaktadır. "Bilgi yönetimi, bugünün örgütlerinde en mükemmel avantajdır. Bilgi yönetiminin bölümleri, insanları, teknolojiyi ve süreçleri içerir. Bilgi yönetiminin iş süreçlerine olumlu etkisi vardır. Bilgi yönetimindeki amaç, bir sürece gerekeni yakalamak ve bilgi çalışanlarının bu bilgiyi paylaşmalarına destek olmaktır" (Güçlü ve Sotirofski, 2006: 351-373). Aslında haber kuruluşları bilgilerini nasıl paylaşacakları konusunda zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Gelişen teknolojiler, hızlı değişim ve belirsizlik, bilgi ve bilgi yönetiminin artan önemi ve haber kuruluşunun iş yapma şeklini kökten değiştirme potansiyeline sahiptir ve bu durum yeni bilgi teknolojilerinin popülaritesi ile karakterize edilmektedir. Bilginin, "(...) üstünlük sağlayan çok kritik öneme sahip bir örgütsel kaynak olduğu kabul edilmektedir" (Güçlü ve Sotirofski, 2006: 351-373). Bu bağlamda İnternet, bireylerin dünyadaki herkesle sürekli olarak bilgi, belge, fotoğraf, video ile bağlantı kurmalarını, işbirliği yapmalarını ve paylaşmalarını mümkün kılmaktadır.

(...) temel kaynağını bilginin kendisinin ve etkinliğinin oluşturmasının yanı sıra toplumsal ve kültürel süreçlerin de vazgeçilmez bir biçimde yeni teknolojiler ve enformasyona bağımlı oluşudur. (...) enformasyon teknolojilerinin önemi yalnızca iletişim ve enformasyonda yeni bir aşama olması değil, aynı zamanda yeni bir dünya açmasıyla ilişkilidir (Güzel, 2006: 1-16).

Ayrıca insanlar bu sayede ağlarının menzilini ve zenginliğini artırarak bilgi ve haber toplamak için sosyal medya araçlarından faydalanmakta ve günümüzde giderek artan bir şekilde sosyal medyayı günlük hayatlarına farklı şekillerde entegre etmektedir. Bir dönem olarak sosyal medyanın tarihi çok eski olmasa da bugünün bilgi ve haber üretimi ya da dağıtımındaki değişikliklerin tohumları İnternet devriminin başlangıcında ekilmiştir. 1991'de World Wide Web'in doğduğunu açıklayan Tim Berners-Lee İnternet'in temel hedeflerini ortaya koymaktadır:

Uzun süredir bilgi işleminde devrim yaratacak çok özel ve yeni bir fikir üzerinde çalışıyorum. Bu, sosyal ve yasal çerçevelerimizi destekleyen teknolojiyi daha iyi hale getirebilir. World Wide Web Konsorsiyumu'nun dört alanından biri bu nedenle Teknoloji ve Toplumla hitap etmektedir. Örneğin, geniş lisans koşullarını kodlamak için standartlara ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum, böylece bilgi otomatik olarak okunup işlenebilir. O zaman teknoloji, bilginin ücretsiz mi yoksa ücretli mi olduğunu görmeye izin verdiğinde, hâlâ önemli bir sorun olup olmadığını görebiliriz. Kopyaları makineler arasında otomatik olarak yönlendirmenin temel fikri, dağıtım protokolünün teknik bir optimizasyonudur ve bu çok yararlıdır ve yalnızca - birçok güçlü şey gibi - kötüye kullanılabileceği için kendisine izin verilmemelidir. Görünüşe göre bazı "eşler arası" sistemlerin aslında merkezileştirilmiş bir sistem olduğunu ve merkezi sunucunun sahiplerinin merkezi kontrol ve kâr sağladığını belirtmek isterim. Diğer sistemler gerçekten merkezi olmayan, merkezi bir sunucu yok. Bunlar, uzun zamandır var olan ve benzer sorunları gündeme getiren İnternet haber grupları gibidir (w3.org, 2018).

İnternetin arkasındaki teknik protokoller, 19. ve 20. yüzyıllar boyunca dünyayı süpüren yayın modellerini değil, birebir ve çoktan çoğa iletişimi desteklemek üzerine oluşturulmuştur. "İnternetin oluşturduğu sanal iletişim çerçevesinde bireyler ve toplumlar arasında yakınlaşma ve ortak ilgiler oluşturma ile sanal kültür ortamı da doğmuştur. Sanal iletişimle oluşan sanal kültürde İnternet kullanıcıları, farklı yaşam koşullarında ve kültürlerde yaşayanlarla yakınlaşmakta ve kültürel değişim gerçekleştirmektedir" (Çakır, 2005: 71-96). İnternet ve sosyal medya da dahil olmak üzere tüm hizmetlerine erişim ve kullanım, 21. yüzyılda yaygın olarak bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir. İnternet giderek tüm vatandaşların sınırlar ötesinde bilgi alması, araması ve vermesi için vazgeçilmez bir araç haline geldikçe İnternet'e erişim, temel ifade özgürlüğü hakkıyla

yakından bağlantılı hale gelmektedir ve bu nedenle kendi içinde bir insan hakkı oluşturmaktadır. Emre Kurt LL.M (2015: 287-293) göre, “Düşük maliyetli ve daha da önemlisi sansürsüz İnternet erişimi, insan haklarının, temel hak ve özgürlüklerin, demokrasinin, kalkınmanın ve sosyal adaletin tam anlamıyla hayata geçirilebilmesinin temeli haline gelmiştir.” Bu yeni teknik gerçekliklerin evlere girmesi ise neredeyse yirmi yılı aşkın bir süreyi almaktadır. Facebook, Twitter ve YouTube gibi güçlü ağların büyümesiyle, bireyler artık kendi medyalarını oluşturabilmekte, işbirliği yapabilmekte ve paylaşabilmektedir. “İnternet’le birlikte yayılmaya başlayan bloglar, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya uygulamaları ile geçmişte pasif birer tüketici konumundaki kullanıcılar diğer kullanıcılarla etkileşime girerek ortaklaşa içerik üretmeye, kendi haberlerini yapmaya ve ağ üzerinde bunları yaymaya/paylaşmaya başlamışlardır” (Çömlekçi ve Başol, 2019: 55-78). Giderek daha fazla insan dijital medya yoluyla haber alıyor, haberlere mobil cihazlar (özellikle akıllı telefonlar) aracılığıyla erişiyor ve bireyler haberlere nasıl erişimleri gerektiği ya da bulma konusunda sosyal medyaya ve diğer alternatif medya kanallarına daha fazla güveniyor. Ana akım medya İnternet ortamının etkileşime dayanan yapısına ayak uydurmaya çalışırken haber üretimi süreci de profesyonel gazetecilerin tekelden çıkmış; “(...) bilgiye ulaşımın kolaylaşmasıyla birlikte vatandaşların ve toplulukların alternatif medya girişimleri çok sesliliğe ve iletişimin ortamının demokratikleşmesine katkı sunmuştur” (Rodriguez, 2008; Atton, 2008’den aktaran, Çömlekçi ve Başol, 2019: 55-78). Bu ortamda, sınırlı sayıda büyük teknoloji şirketi, dünya çapındaki milyarlarca kullanıcının arama yapma, sosyal ağ, video paylaşımı ve mesajlaşma gibi hizmetler yoluyla dijital medyada kolay ve çekici bir şekilde gezinmesine olanak sağlamaktadır. İnternet kullanıcıları, mobil cihazların mümkün kıldığı ortamlarda çeşitli kişisel yeni katılım biçimleriyle daha fazla bilgiye uygun formatlarda ve genellikle ücretsiz olarak erişebilmektedir. “Bu tür sitelerde kullanıcılar, istedikleri ses dosyası, video dosyası, sunu veya fotoğrafı Web üzerinde paylaşabilir ve diğer kullanıcıların paylaşımlarını görüntüleyebilir, indirebilir ve kullanabilir” (Özel, 2016: 270-294). Bu durum birçok kişiye haberleri almak, paylaşmak ve yorumlamak için daha rahat ve pasif kullanım biçimi sunmaktadır. Bu kadar çok haber / bilgi kaynağı seçeneği ile insanlar haber deneyimlerini giderek daha fazla özelleştirmekte ve dünya görüşleriyle uyuşmayan bilgilerle karşılaşma fırsatlarını en aza indirmektedir. Ayrıca bireyin sosyal medya aracılığıyla bilgiyi dışsallaştırmak, yaymak, tartışmak ve ayrıca paylaşılan bilgileri birleştirerek yeni bilgiler üretmek için kullanılması, bireyin bilişsel yeteneklerini tetikleyebilir, zenginleştirebilir ve genişletebilir. “(...) bireylere gereksinimleri doğrultusunda yazılımlar üzerinde değişiklik yapma, biçimlendirme ve Web içeriklerini kolaylıkla yönetme olanakları sunmaktadır” (Özel, 2016: 270-294). Bu durum yeni bilgiler üretmi için uyarıcılık sağlayabilir ve daha fazla yeni fikirler / bilgi yaratmak için zemin hazırlayabilir. Bu da bilgi / haberlerin gömülü olduğu sosyal medya gibi ilişkisel yapıların iletişimsel amaçlarını, özelliklerini ve sosyal medya kullanıcılarının güncel olaylarla etkileşimde buldukları farklı yolları anlamak için önemli olduğunu göstermektedir.

5. DEĞİŞEN İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ: BİR DEĞİŞİM ARACI OLARAK LGBTİ+ ODAKLI SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Çevrimiçi sosyal ağlarda arkadaş ararken veya takipleşirken, temel amaçlardan biri insanların etkileşime girmesi ve bağlantıda kalmasıdır. Bu açıdan sosyal ağlar ikili ilişkileri etkilemekte ve sosyalleşme üzerinde olumlu etkisi olmaktadır. Birinin yeni kişi havuzunu genişletmesi ve kendi toplulukları dışındaki diğer insanlarla tanışabilmesi için sosyal ağlar, kullanıcılarına büyük avantaj sunmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinin kullanılmaya başlanmasıyla birçok kişinin sosyal ilişkileri gelişim göstermiştir; insanların ulaşabilecekleri kişi sayısı sosyal ağlar sayesinde sınırsız hale gelmiştir. “(...) sosyal etkileşime ihtiyaç duyanların (yani, etkileşimde bulunma ve bilgi paylaşma eğiliminde) daha sık sosyal medyayı kullandıkları bir gerçektir” (Wolny ve Mueller, 2013: 562–583). Günümüzde sosyalleşme bağlamında, sosyal medya olarak adlandırılan İnternet tabanlı uygulamalar toplum içindeki bireyler için zaman ve mekân kavramlarının algılarında değişimler meydana getirerek, toplumdaki eski iletişim biçimlerini dönüştürmekte ve toplumun sosyalleşme pratiklerini yeniden şekillendirmektedir. Zaman içinde teknolojik gelişmelerle değişime uğrayan bu iletişim biçimi, bireylerin sosyalleşme sürecinde çevreyle olan etkileşimini de yenilikler getirmektedir; “(...) gelişen her teknolojinin başka bir teknolojinin körelmesine neden olarak yeni aracın karakteristik özelliklerinin toplumun sosyal yapısını etkileyecek en önemli olgu olduğunu belirterek bu gelişmelerle giderek birbirinden uzaklaşan insanların yeniden bir araya geleceği küresel bir dünya sistemi oluşacağını ifade etmektedir. (Doğan, 2012’den aktaran Güneş, 2016: 191-206). Bireyin, sosyal medya üzerinden çevreyle etkileşime girme isteğinin nedenleri arasında bilişsel motivasyonlarını (merak ettiği konular hakkında bilgi edinmek ve çevresinde olan bitenden haberdar olma arzusu), duygusal motivasyonlarını (duyguların açığa çıkarılması), alışkanlık motivasyonlarını (kişinin gününü yapılandırması) ve sosyal motivasyonlarını (medya karakterleri ile duygusal bağlar kurmak) karşılamak yatmaktadır.

Etkileşime ve katılıma izin veren yapısı ile sosyal medya, kullanıcıların içeriklerin oluşum sürecine dâhil olmalarını mümkün kılmıştır. Kullanıcıların ne istedikleri, ne zaman istedikleri ve nasıl istediklerini kontrol edebilmeleri kullanıcılara psikolojik olarak çekici gelmekte ve bu kontrol alanı sosyal medya kullanım motivasyonlarının da artmasında önemli bir unsur olmaktadır. (Yeniçifti, 2016: 78).

Bireyler sosyal medya üzerinden çevreyle olan etkileşimlerini oluştururken birtakım ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır: şefkat göstermek, olumsuz duyguları açığa çıkarmak, tanınırlık kazanmak, eğlenmek, estetik gözükmek ve takdir edilmeyi karşılamak. Kişi, beklentileri doğrultusunda, sosyalleşmek için çeşitli dijital medyalara yönelmektedir.

Bunun yanı sıra sosyal medya kişilere geniş bir hareket alanı sunmaktadır. Ancak bu durum bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının bu mobilazyon hali onları yalnızlaştırarak içinde buldukları topluma yabancılaştırmaktadır. “(...) dijitalleşmenin bir sonucu olarak, akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri, aktivitelere ve hobilere katılım, sosyal rollerin gündelik yaşama geçirilmesi ve sosyal ilişki kurma biçimlerini olumsuz anlamda etkilemiştir” (Albayrak, 2019: 929–942). Ayrıca toplumda bir araç olarak işlev gören sosyal medya toplumsal eril normları yeniden inşa etmektedir. Dondurucu ve Uluçay (2005: 875-902) göre, “(...) eşcinselliğin normal olmayan bir cinsel yönelim olarak temsil edildiğini ve yeni medya platformlarının denetimsiz ve kullanıcı odaklı yapısının ifade özgürlüğü ve nefret söylemi arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır.” Sosyal medyanın yeniden inşa ettiği bu toplumsal eril normlar, cinsiyete dayalı ötekileştirme ve nefret söylemi içermektedir. Bunun sonucunda anonim kimliğe bürünen bireyler diğer bireyler ile sosyalleşme faaliyetlerini farklı şekillerde yürütememektedir. Bu nedenle sosyal medya, “(...) insanı asosyallığe iten, yalnızlaştıran, bir başına kalmasına neden olan bir ortam” olarak ortaya çıkmaktadır (Çakır, 2014’ten aktaran, Albayrak, 2019: 929–942). Sosyal ağlar, insanlara tanıdıklarıyla bağlantı kurma ve yeni arkadaşlar edinme imkânının yanı sıra, fikir alışverişinde bulunma, içerik ve fotoğraf paylaşma ve birçok farklı etkinlik yapma imkânı sunmaktadır. “İnternet kullanıcılarının içerik, fikir, içgörü, deneyim ve perspektiflerini paylaşmak için kullandıkları metin, imaj, ses, video ve daha birçok formdaki çevrimiçi teknolojiler ve pratiklerdir (Aydoğan ve Akyüz, 2010’dan aktaran Uluç ve Yarcı, 2017: 88-102). Ayrıca sosyal medya, kullanıcılara en son küresel ve yerel gelişmelerden haberdar olabilme, seçtikleri kampanyalara, etkinliklere katılabilme olanağı sağlamaktadır. Kullanıcılar, kariyerlerini ve iş fırsatlarını geliştirmek adına farklı ülkelerden insanlarla bağlantı kurarak farklı kültürleri, toplulukları yakından tanımak için de sosyal medya sitelerini kullanabilmektedir. “Sosyal paylaşım ağları, kullanıcılarına kendi bağlantı listelerini açıklamalarına/oluşturmalarına, birbirleri arasında iletişim kurmalarına, bağlantı listelerini sergilemelerine ve bilgilerinin yer aldığı profillerinin üretilmesine olanak sağlayan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini içinde barındıran web tabanlı platformlardır” (Fuchs, 2011’den aktaran Uluç ve Yarcı, 2017: 88-102). Tüm bunların yanı sıra bir tutum olarak sosyal medya, geleneksel medya unsurlarının sunduğu toplumsal cinsiyet rolleri kalıplarını, yani cinsiyete uygun davranışın ne olduğu hakkındaki fikirleri de yaygınlaştırmaktadır. “Bu platformların ortaya çıkması yeni medya mecralarının cinsiyetler arası eşitsizliği azaltacağı yönünde beklentiler doğurmuştur. (...) sosyal medya mecralarında cinsiyetlerinden bağımsız olarak var olabilirler ve böylece daha eşitlikçi bir iletişim mümkün olabilir” (Akbaş ve Atalay, 2020: 59-86). Çünkü güçlü bir bilgi ve eğlence kaynağı olarak kullanılan sosyal medya, insan yaşamının ve cinsiyet ayrımının gelişmesinde de çok büyük bir rol oynamaktadır.

Sosyal medya kullanımı yoluyla toplumun kültürel kodlarına göre oluşturulan fikirlerden ve yaşam biçimlerinden LGBTİ+ bireyler de etkilenmektedir. Ancak sosyal medya LGBTİ+ bireylerin yaşamlarına her zaman olumlu olarak etki etmemektedir. Sosyal medyada LGBTİ+ bireylerin olumsuz tasviri, bu kişilerin toplum önündeki kişisel imajlarını sürekli olumsuz olarak konumlandırmaktadır; “(...) kimlik inşasında biz ve ötekiler olgularının sınırlarının çizilmesine ve bir sosyal harita oluşturulmasına yardımcı olur. (...) ötekine dair yer bulan görsel göstergeler, izleyicide bu olguyla ilgili anlam şemalarının oluşmasını sağlar” (Devrani, 2017: 927-949). LGBTİ+ bireylere yönelik sosyal medyada baskın heteroseksüel zihniyet tarafından yaratılan bu olumsuz konum, LGBTİ+ bireyleri belirli bir ideoloji ve toplumsal cinsiyet sınırları içinde tutmayı amaçlamaktadır. “Günümüzde cinsiyet ve cinselliği ele alan çalışmaların insan bedenini cinsiyetsel ve cinsel açıdan dimorfik (çift biçimli) olarak tanımlayarak heteroseksüel olduğu varsayımından hareket ettiği ve bu varsayımı sürdürebilmek için insan dışı yaşayan organizmaların cinsel çeşitliliğini yok sayma eğiliminde olduğu görülmektedir” (Baysal, 2019: 11). Bu sebeple farklı cinsel yönelimi olan insanlar, sosyal medya ortamlarında yaygın şekilde ayrımcılığa ve şiddete maruz kalmaktadır. LGBTİ+ bireyler de cinsel yönelimlerinden dolayı ekonomik ve sosyal açıdan ayrımcılığa uğramaktadır; örneğin, liderlik ve karar alma pozisyonlarına erişememektedir. “LGBT+ bireylerin cinsel yönelimleri nedeniyle ayrımcılığa uğramalarına engel olmak ve hak alanlarını genişletmek için uluslararası ve ulusal düzeyde çeşitli çalışmalar var olsa da bu çabalar ayrımcılığın ortadan kalması için yeterli olamamıştır” (Erdur ve Özgünlü, 2020: 479-499). Bu nedenle

LGBTİ+ bireylerin sosyal medyadaki temsilleri büyük önem taşımaktadır. Sosyal medyada LGBTİ+ bireyleri temsil eden gruplar, alternatif medya grupları, aktivist gruplar ve muhalif sesler gibi birçok biçimde yer alabilmektedir. Bu LGBTİ+ gruplarının azınlığa hitap eden dijital içerikleri, etkileşime gerçek dünya üzerinden geçen bir gerçeklik versiyonunu göstermektedir. Sosyal medya üzerinden faaliyet yürüten LGBTİ+ gruplar; perspektifleri, düşünceleri, inançları şekillendirdiği ve gerçekliği yeniden yarattığı için önemlidir. Sosyal medya üzerindeki “(...) kendi içinde cinsel, etnik, sosyal ve ekonomik olarak çok farklı kategorileri olan Türkiye’deki LGBT bireyler toplumda yalnız olmadıklarını, bir araya gelirlerse toplumsal muhalefet içinde ses getirebileceklerini ve politik alana müdahale edebileceklerini görmüşlerdir” (Erdoğan ve Köten, 2014: 93–113). Ayrıca bu gruplar, ırk, etnik köken, kültür, sosyal statü gibi birçok konuda etkin olabildikleri gibi farklı cinsel yönelimlerin topluma doğru şekilde anlatılması konusunda da etkin bir biçimde rol oynamaktadır. “LGBT aktivizmi, toplumsal cinsiyet normlarını tartışmaya açarak devletin düzen için kurduğu bütün önemli kurumları yok etmekte ve/veya yeniden inşa etmektedir” (Özbek, 2017: 141-165). Sosyal medyadaki LGBTİ+ gruplar toplumu etkileme gücüne sahip olabilirler; bir kişinin veya bir grubun her özelliğinin topluma anlatılması zor olacağından, çoğunluğun görüşlerini etkileyecek şekilde bu LGBTİ+ grupların sosyal medyada varolması gerekmektedir. Toplum içinde cinsel yönelimleri nedeniyle ötekileştirilmiş gruplar adına konuşan ve kültürü etkileyen bu gruplar baskın çoğunluğu oluşturan gruplar görme şeklini değiştirmeye kendini adayın ve eşitlik için mücadele eden aktivistlerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bu aktivistler dijital ortamlarda LGBTİ+ bireylerin maruz kaldığı siber zorbalıkla da mücadele etmektedirler. “O halde yeni medya teknolojileri ve bu teknolojiler üzerinde yapılan sosyal medya, bir yandan insanlara birbirleriyle iletişim kurmalarının yeni yollarını sunarken, bir yandan da insan ilişkilerine zarar vermektedir” (Atalay, 2018: 27-48). Dijital platformlar sayesinde LGBTİ+ gruplar içerik oluşturma, içerikleri çoğaltma ve bu içerikleri dağıtma bilmeleri sayesinde açık bir sese sahip olma olanağını elde etmektedir. Çünkü İnternet bağlantısı özelliğine sahip elektronik cihazların giderek yaygınlaşması, ağ toplumunun genişlemesinin arkasındaki en önemli faktörlerden biridir. “İnternetin sınır tanımaz ağ yapısı ve yeni medya araçlarının günden güne çeşitlenerek kullanıcılarına yeni hareket sahaları oluşturması; birey, topluluk ya da toplumları, örgütlenme ve harekete geçme anlamında kendilerinin dahi sonucunu kestiremeyecekleri bir akışa sürüklemektedir” (Eraydın, 2019: 218-223). Sosyal ağların büyümesi, akıllı telefonların artması, çevrimiçi bilgi ve haber akışı ile birlikte hızla değişen bir medya ortamına katkı sunmaktadır. Bu sayede toplumun her kesimi gibi LGBTİ+ bireyler de dijital ortamda haberlere ve bilgiye her zamankinden daha kolay erişebilmektedir. LGBTİ+ bireyler İnternet bağlantısı özelliğine sahip elektronik cihazların giderek kullanılabilirliğinin artması ile dijital ortamda haberlere ve bilgiye her zamankinden daha kolay erişebilmektedir. “Bilmenin ve bilginin toplumun bütününe yayılması, bilincin teknolojik bir simülasyonunun oluşması bugün kullandığımız internet teknolojilerini çağrıştırmaktadır. İnsanın merkezi sinir sisteminin uzantısı olan elektronik teknolojilerin zaman ve mekan sınırlarını aşarak global alana yayılması bugünün insanı için çoktan tecrübe edilmiştir” (Atalay, 2018: 27-48). İçerik oluşturup bu içerikleri dağıtabilen LGBTİ+ bireyler siber alanlarda daha fazla varlık gösterebilmektedir. Bu varlık LGBTİ+ için yerinden edilemeyenlere karşı kamusal alanda ses bulma konusunda bir olanak olarak düşünülebilir. Yani dijital ortamlar LGBTİ+ bireylere seslerini duyurma ve aktivizm yapma imkânı sunmaktadır.

Sosyal medyada yürütülen aktivist eylemler, siber aktivizm olarak da bilinen dijital aktivizm biçimine; İnternet ve dijital medyayı kitlesel mobilizasyon ve politik eylem için kilit platform olarak kullanan aktivizm şekline dönüşmektedir. “(...) dijital demokrasi öncelikle sosyal medyanın bir devrimi, çevrimiçi katılımın geniş bir çerçevede aktivizmi yaratması olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Hacker ve Van Dijk, 2007’den aktaran Nerse, 2020: 615-634). Başlangıçta çevrimiçi aktivistlerin sınır ötesi kitlelere anında ulaşma kapasitesi göz önüne alındığında İnternet, bilgi dağıtım aracı olarak kullanılmaktaydı. Bazı dijital aktivizm biçimleri görsel-işitsel içerik paylaşımı, sosyal medya kampanyaları ve bilgisayar korsanlığı şeklinde olabilmektedir. Ek olarak, egemen gücün baskın olduğu ülkelerde kamusal alanların yeniden düzenlenmesine olanak sağlamaktadır. Bu gibi durumlarda, çevrimiçi eylemler fiziksel olan eylemlerden daha iyi bir seçenek olmaktadır. “Demokrasi ve diğer toplumsal hareketlenmeler için geleneksel haliyle alanlara inilerek gerçekleşen kolektif eylemlere, dijital dönemde farklı platformlarla politik ve politik olmayan etkiler de eklenmiştir” (Nerse, 2020: 615-634). Dijital alanda yürütülen protestolar ayrıca uluslararası kuruluşlara karşı da kullanılabilir. Her ne kadar dijital aktivizm, elektronik sivil itaatsizlik kategorisine girse de bu tür çevrimiçi siyasi hareketler, bireysel bir gündemi değil, her zaman toplumsal çıkarları temsil ettiği için siberterizm veya hacktivizm olarak görülmektedir. Çünkü “(...) basitleştirilmiş bir yaklaşımda, çoğu bilgisayar müdahalesi (hacker saldırıları) artık terörizm altında sınıflandırılabilir” (Denning, 2001: 239-288). Farklı dijital taktikler, çevrimiçi ağların çeşitli şekillerde kullanılmasını gerektirmektedir. Örneğin LGBTİ+ aktivistlerin çevrimiçi alanları, eylemlerini organize edip toplulukları harekete geçirebilecekleri geniş alanlar

olarak haritalanabilir; bunlar arasında eşcinsel bloglar, eşcinsellik ile ilgili haber yapan alternatif haber siteleri, dernekler, arkadaşlık siteleri ve Facebook, Twitter gibi sosyal ağ siteleri yer almaktadır. “Sosyal medya, iktidarı görünmez kılan yapısıyla; sansürün olmadığı bir ortam olduğu izlenimiyle; yarattığı gerçeklik duygusuyla; sınıfsız, eşitler arası iletişim ortamı algısıyla; ‘çarpıtılmamış iletişim’in sağlandığı yanlığıyla, insanları kendine çekmekte ve Habermas’ın iletişimsel eyleminin gerçekleştiği alan olmaktadır” (Acar, 2013: 178-193). Bu tür dijital alanların kullanılmasının temel amacı, toplumsal hegemonik heteronormativite nedeniyle sürekli tehdit altında olan LGBTİ+ bireylerin toplumda kabulü için bir yol sunmak ve uluslararası düzeyde de her platformda LGBTİ+ bireylerin seslerini duyurmaktır. Ayrıca günümüzde cinsiyet ve kimlik iddiaları, kişilerin toplumdaki konumu üzerine belirleyici bir unsur olduğundan LGBTİ+ aktivizmi, başta cinsiyet ve kimlik politikaları olmak üzere, milliyet, sınıf, din ve ırk gibi çeşitli etkileşimlerle yeniden şekillenmektedir. “LGBTi hareket, cinsiyet kategorilerini tartışması, yeniden inşası, cinsel yönelimlerin de ayrı kategoriler olarak görünür kılınması bakımından, birbirinden beslenen toplumsal hareketlerdir. (...) Hiç kuşkusuz LGBTİ hareket bugün ve gün geçtikçe tüm dünyada ‘görünürlüğünü’ arttırmaktadır” (Özbek, 2017: 141-165). Çünkü İnternet bağlantısı olan bir mobil cihaza ve mesajlaşma uygulamasına sahip olan herhangi bir LGBTİ+ birey diğerlerine kolayca ulaşabilmekte ve aktivizm hareketine katkı sağlayabilmektedir. Bu sebeple sosyal medya platformları, heteronormatif damgalayıcı ortamlarda bile LGBTİ+ bireylerin sosyalleşme, aktivizm yapma, gruplar oluşturma, haber ve bilgi edinme yollarını geliştirmektedir. Buna ek olarak LGBTİ+ aktivizminin mobilizasyonu, LGBTİ+ bireylerin toplumdaki konumunun inşası, alt kültür içeriğinin üretilmesi ve yayılması açısından büyük önem taşımaktadır. LGBTİ+ bireylerin, aktivizm ve topluluk oluşumu yoluyla toplumsal cinsiyet, cinsellik ve kimliklerle ilgili sorunları keşfetmek için çevrimiçi platformların içerdiği değer ve normları nasıl müzakere ettiklerini ve bazen alt üst ettiklerini anlamak önemlidir.

6. LGBTİ+ BİREYLERİN ALTERNATİF MEDYA KANALLARINI VE SOSYAL MEDYAYI KULLANIŞ BİÇİMLERİ ÜZERİNE NİCEL BİR ARAŞTIRMA

6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni olarak Türkiye genelinde yaşayan sosyal medya kullanıcısı LGBTİ+ bireyler seçilmiştir. Araştırmanın örneklem büyüklüğünün saptanması için “ $N \geq 1.000.000$ olduğunda $n=384$ birim (Altunışık ve ark., 2007)” ifadesi dikkate alınarak örneklem büyüklüğü en az 384 olacak şekilde planlanmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini, anket sorularına katılmayı kabul eden ve soruları eksiksiz bir şekilde yanıtlayan Türkiye’de yaşayan sosyal medya kullanıcısı ve kendisini lezbiyen, gey, biseksüel, trans veya interseks (LGBTİ+) olarak tanımlayan, örnekleme seçilme şansı eşit olan seçkisiz örneklem türü ile seçilmiş 454 katılımcıdan oluşmaktadır.

Çalışmanın örneklemini, Türkiye’de yaşayan sosyal medya kullanıcısı LGBTİ+ bireyler oluşturmaktadır. Tezsin kapsamı bakımından çalışmada sosyal medya kullanıcısı LGBTİ+ bireylere ulaşılmıştır. Ancak bu çalışma sosyal medya kullanıcıları ile sınırlandırıldığından dolayı sonuçların tüm Türkiye’de yaşayan LGBTİ+ bireyler olarak genellenmemesi gerekmektedir. Bu açıdan LGBTİ+ bireyler olup sosyal medya kullanıcısı olmayan kişiler bu araştırmanın dışında bırakılmıştır.

6.2. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Analizi

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak çevrimiçi anket tekniği kullanılmıştır. Anket katılımcısı olan LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı kullanım biçimlerinin anlaşılır olması ve yeterli katılımın sağlanabilmesi açısından üç bölümden oluşan bir çevrimiçi anket formu geliştirilmiştir. Veri toplama araçları tek bir anket içerisinde birleştirilerek katılımcılara sunulmuştur. Sosyal medyadaki Türkiye LGBTİ Birliği, SPoD LGBT, lgbti.org, Mersin LGBT 7 Renk olmak üzere LGBTİ+ gruplarına ulaşılarak bu grupların anketi kendi blog ve sosyal medya platformlarındaki LGBTİ+ bireyler ile paylaşımları istenmiştir. Ayrıca Google Formlar üzerinde oluşturulan anket bağlantı linki farklı illerde yaşayan LGBTİ+ bireylere ulaştırılmış ve bu kapsamda Google Formlar üzerinde oluşturulan anket ile araştırmaya katılımları sağlanmıştır. Katılımlar gönüllülük temelinde gerçekleşmiştir. Anket sunulmadan önce katılımcılara anketle ilgili kısa bir açıklama yapılmış ve katılımcıların araştırma ve/veya anketle ilgili soruları olduğunda uygun biçimde yanıtlanması için araştırmacının iletişim bilgileri verilmiştir. Çalışmada LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı kullanma nedenlerini anlamak ve sonuçları ölçmek için literatürde kullanılan modeller bir araya getirilmiştir. Anket soruları hazırlanırken LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı kullanma amaçlarını ve sonuçlarını açık bir şekilde ortaya koyabilmek için daha önce LGBTİ+ bireyler hakkında sosyal medya üzerinden çalışma yapan alternatif medya grupları incelenmiştir.

Google Form’da düzenlenmiş anketin verileri istatistiksel paket programı SPSS Statistics 25,0 ile frekans, yüzde, aritmetik ortalama Ki test, Levene’s test, ANOVA(MANOVA) analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada yer alan 7’Likert ölçekli sorular; bireylerin tutum, eğilim ve görüşlerini ölçmek için bugüne kadar Bogardus tarafından geliştirilen L. Guttman’ın “Yığışlımlı Ölçekleme” tekniği ve Rensis Likert’in “Dereceleme Toplamlarıyla Ölçekleme” modeli gibi farklı ölçekler kullanılmıştır (Tezbaşaran, 2008: 5). LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı kullanım farklılıklarının da ortaya çıkması açısından birden fazla bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığına tek yönlü ANOVA ile bakılmıştır. Aynen ANOVA’da olduğu gibi Levene’s test kullanılarak her bir bağımlı değişken için varyans homojenliği test edilmiştir. Levene’s test sonucu elde edilen p değerinin 0,05’ten büyük olması gerekir. “Gruplar arası varyans değerleri Ki test kullanılarak karşılaştırılır. Box’s test sonucu elde edilen p değeri 0,05’ten büyük olduğunda varyans eşitliğinden söz edilebilir” (Cengiz ve Terzi, 2018: 79).

6.3. Araştırma Soruları

- 1) LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada sosyalleşme faaliyetleri nelerdir?
- 2) LGBTİ+ bireylerin bilgi/haber almak için belirli sosyal medya platformlarını kullanmasındaki nedenler nelerdir?
- 3) LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı aktivizm yapma/eylemde bulunma aracı olarak kullanmalarındaki zorunluluk nedir?

6.4. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında katılımcıların ‘Araştırma Sorusu 1-2 ve 3’e yönelik sorulara verdikleri yanıtların bulgularına yer verilmiştir. Bu da ankete katılanların sosyal medyada daha çok hangi eğilimler içinde olduğunun ortaya çıkmasına yardımcı olacaktır.

Araştırma Sorusu 1:

LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada sosyalleşme faaliyetleri nelerdir?

Bu kısımda araştırma sorularından ilki olan “LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada sosyalleşme faaliyetleri nelerdir?” sorusunun analizi yapılmıştır. Analiz yöntemi olarak tek yönlü korelasyon analizi yöntemi tercih edilmiştir. Böylelikle katılımcıların sosyalleşme faaliyetleri ile sosyal medya arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır.

Araştırma Sorusu 1’in analizine yönelik bulgular.

		Sosyal medya platformlarını kullanarak LGBTİ+ bireyler ile etkileşim sağlama.	Sosyal medya aracılığı ile diğer LGBTİ+ bireyler ile iletişime geçme.	Sosyal medyadan arkadaş olduğunuz herhangi biriyle fiziksel ya da sadece çevrimiçi olarak iletişim kurma.	Sosyal medyanın başkalarıyla iletişime geçmede olumlu potansiyeli.	Sosyal medya üzerinden iletişime geçilen kişilerle arkadaşlık veya duygusal yakınlıklar kurma potansiyeli.	
Alt Boyutlar							
	Sosyal medya platformlarını kullanarak LGBTİ+ bireyler ile etkileşim sağlama.	Korelasyon kat sayısı Sig. (2-üçlü) N	1,000 .262 454	,053* ,044 454	-,095* ,028 454	,103** ,131 454	-,071* ,000 454
	Sosyal medya aracılığı ile diğer LGBTİ+ bireyler ile iletişime geçme.	Korelasyon kat sayısı Sig. (2-üçlü) N	,053* ,262 454	1,000 .011 454	-,119* ,000 454	,398** ,243 454	,055 ,243 454
Sosyal medyadan arkadaş olduğunuz herhangi biriyle fiziksel ya da sadece çevrimiçi olarak iletişim kurma.	Korelasyon kat sayısı Sig. (2-üçlü) N	-,095* ,044 454	-,119* ,011 454	1,000 .031 454	-,101* ,031 454	-,004 ,928 454	
Sosyal medyanın başkalarıyla iletişime geçmede olumlu potansiyeli.	Korelasyon kat sayısı Sig. (2-üçlü) N	,103** ,028 454	,398** ,000 454	-,101* ,031 454	1,000 .000 454	,234** ,000 454	
Sosyal medya üzerinden iletişime geçilen kişilerle arkadaşlık veya duygusal yakınlıklar kurma potansiyeli.	Korelasyon kat sayısı Sig. (2-üçlü) N	-,071* ,131 454	,055 ,243 454	-,004 ,928 454	,234** ,000 454	1,000 .000 454	

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (1-üçlü).

* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (1-üçlü).

Bu tabloda araştırma sorusu 1’in analizi yer almaktadır. Tabloya göre, sosyal medyanın LGBTİ+ bireylerin “sosyalleşmek için diğer kişilerle iletişime geçmesinde rol” oynayıp oynamadığıdır. Bu bağlamda 0,053*’lük

bir oranla ile yine 0,05 düzeyinde, sosyal medyanın LGBTİ+ bireylerin sosyalleşmek için diğer kişilerle iletişime geçmesinde pozitif yönde bir anlamlılık bulunmaktadır.

Bir diğer ifade olan LGBTİ+ bireylerin “sosyal medyadan arkadaş olduğunuz herhangi biriyle fiziksel olarak tanıştınız mı” dair analiz sonucu ise 0,05 düzeyinde -0,095* oranında bir anlamlılık olduğu ortaya çıkmıştır. Eksi değerde çıkan bu veri, LGBTİ+ bireylerin, sosyal medya üzerinden tanıştıkları kişilerle fiziksel ya da çevrimiçi görüşmelerinde, sosyal medyanın negatif yönde bir anlamlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Yani sosyal medya LGBTİ+ bireylerin fiziksel ya da çevrimiçi görüşmelerinde pozitif yönde bir role sahip olmamaktadır.

Yine LGBTİ+ bireylerin “başkalarıyla iletişime geçmede olumlu bir potansiyeli olduğunu” arasında 0,01 düzeyinde, pozitif yönde 0,103**oranında anlamlılık bulunmaktadır. Bu da sosyal medyanın, LGBTİ+ bireylerin diğer kişilerle etkileşime girmesinde pozitif yönde bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Bir başka husus ise LGBTİ+ bireyler sosyal medya üzerinden kurdukları “duygusal yakınlıklar” 0,05 düzeyinde, -0,071* oranında negatif yönde bir anlamlılık olduğu ortaya çıkmıştır. Yani LGBTİ+ bireyler duygusal yakınlık kurmak için sosyal medyayı kullanmaları arasında negatif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

Araştırma Sorusu 2:

LGBTİ+ bireylerin bilgi ve habere ulaşmak için belirli sosyal medya platformlarını kullanmasındaki nedenler nelerdir?

Bu kısımda araştırma sorularından ikincisi olan “LGBTİ+ bireylerin bilgi ve haber almak için belirli sosyal medya platformlarını kullanmasındaki nedenler nelerdir?” sorusunun analizi yapılmıştır. Analiz yöntemi olarak tek yönlü korelasyon analizi yöntemi tercih edilmiştir. Böylelikle katılımcıların bilgi ve habere ulaşmak ile sosyal medya arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır.

Araştırma Sorusu 2'nin analizine yönelik bulgular.

		Bilgi ve haber için sosyal medya kullanımı.	Sosyal medya üzerinden bilgi ve habere erişimin kolay olması.	Sosyal medya sayesinde bilgi ve habere anonim olarak katkı yapabileme.	Sosyal medya üzerinden bilgi ve haberi yaymanın kolaylığı.	Sosyal medya sayesinde bilgi ve habere yorum yapabileme olanağı.
Alt Boyutlar						
Bilgi ve haber için sosyal medya kullanımı.	Korelasyon kat sayısı	1,000	,161**	,137**	,156**	,199**
	Sig. (2-uçlu)	.	,000	,002	,000	,000
	N	454	454	454	454	454
Sosyal medya üzerinden bilgi ve habere erişimin kolay olması.	Korelasyon kat sayısı	,161**	1,000	-,079*	-,002	,221**
	Sig. (2-uçlu)	,000	.	,047	,484	,000
	N	454	454	454	454	454
Sosyal medya sayesinde bilgi ve habere anonim olarak katkı yapabileme.	Korelasyon kat sayısı	,137**	-,079*	1,000	,292**	,255**
	Sig. (2-uçlu)	,002	,047	.	,000	,000
	N	454	454	454	454	454
Sosyal medya üzerinden bilgi ve haberi yaymanın kolaylığı.	Korelasyon kat sayısı	,156**	-,002	,292**	1,000	,330**
	Sig. (2-uçlu)	,000	,484	,000	.	,000
	N	454	454	454	454	454
Sosyal medya sayesinde bilgi ve habere yorum yapabileme olanağı.	Korelasyon kat sayısı	,199**	,221**	,255**	,330**	1,000
	Sig. (2-uçlu)	,000	,000	,000	,000	.
	N	454	454	454	454	454

*. Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (1-uçlu).

°. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (1-uçlu).

Yukarıdaki tabloda araştırma sorusu 2'nin analizi yer almaktadır. Tabloya göre, sosyal medyanın LGBTİ+ bireyler tarafından “bilgi ve habere erişiminin kolay olması” nedeniyle tercih edilmektedir. Bu bağlamda bilgi ve habere erişimin kolay olması ile katılımcıların sosyal medya kullanımı arasında 0,161**gibi bir oranla 0,01 düzeyinde pozitif yönde bir anlamlılık bulunmaktadır.

Yine LGBTİ+ bireylerin “bilgi ve habere anonim olarak katkı yapabiliyor olmak” nedeniyle ile sosyal medyayı kullanmaları arasında 0,01 düzeyinde, pozitif yönde 0,137**oranında anlamlılık bulunmaktadır. Bu da sosyal medyanın, LGBTİ+ bireylerin bilgi ve habere anonim olarak katkı sağlayabilmeleri yönünde pozitif yönde bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Ayrıca LGBTİ+ bireyler sosyal medyayı “bilgi ve haberi yaymanın kolaylığı” nedeniyle tercih etmeleri ile sosyal medya kullanımı arasında 0,01 düzeyinde, pozitif yönde 0,156**oranında anlamlılık olduğu ortaya çıkmıştır. Yani LGBTİ+ bireylerin bilgi ve haberleri yaymak için sosyal medyayı kullanmaları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

Katılımcıların sosyal medyayı kullanımı ile “bilgi ve habere yorum yapma olanağı” nedeniyle tercih etmesi arasında 0,01 düzeyinde, 0,199** düzeyinde pozitif yönde anlamlılık mevcuttur.

Genel olarak tabloya bakıldığında LGBTİ+ bireylerin bilgi ve habere ulaşmak için belirli sosyal medya platformlarını kullanmasındaki nedenleri bilgi ve haberi yaymanın kolaylığı nedeniyle, bilgi ve habere anonim olarak katkı yapabiliyor olmak, bilgi ve habere erişiminin kolay olması yer almaktadır. Sosyal medya kanalları herkes için olduğu gibi LGBTİ+ bireyler için de zamandan ve mekândan bağımsız, kolay şekilde bilgi/habere ulaşma ve katkı sağlama imkânı sunmaktadır.

Araştırma Sorusu 3:

LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı aktivizm yapma/eylemde bulunma aracı olarak kullanmalarındaki zorunluluk nedir?

Bu kısımda araştırma sorularından üçüncüsü olan “LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı aktivizm yapma/eylemde bulunma aracı olarak kullanmalarındaki zorunluluk nedir?” sorusunun analizi yapılmıştır. Analiz yöntemi olarak tek yönlü korelasyon analizi yöntemi tercih edilmiştir. Böylelikle katılımcıların bilgi ve habere ulaşmak ile sosyal medya arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır.

Araştırma Sorusu 3’ün analizine yönelik bulgular.

Alt Boyutlar		Sosyal medya kullanım nedenleri.	Sosyal medya üzerinden anonim olarak aktivizm ve eylem yapabilmek.	Sosyal medya aracılığı ile diğer LGBTİ+ bireylere ulaşmanın kolay olması.	Sosyal medyada bilgi ve haberi yaymanın kolay olması.	Sosyal medyada zaman ve mekân kısıtlamasının olmaması.
Sosyal medya kullanım nedenleri.	Sig. (2-uçlu)	1,000	,075*	,097*	-,017*	-,013*
	N	.	,056	,019	,357	,394
	Korelasyon kat sayısı	454	454	454	454	454
Sosyal medya üzerinden anonim olarak aktivizm ve eylem yapabilmek.	Sig. (2-uçlu)	,075*	1,000	,032	,201**	,185**
	N	,056	.	,251	,000	,000
	Korelasyon kat sayısı	454	454	454	454	454
Sosyal medya aracılığı ile diğer LGBTİ+ bireylere ulaşmanın kolay olması.	Sig. (2-uçlu)	,097*	,032	1,000	,283**	,024
	N	,019	,251	.	,000	,307
	Korelasyon kat sayısı	454	454	454	454	454
Sosyal medyada bilgi ve haberi yaymanın kolay olması.	Sig. (2-uçlu)	-,017*	,201**	,283**	1,000	,286**
	N	,357	,000	,000	.	,000
	Korelasyon kat sayısı	454	454	454	454	454
Sosyal medyada zaman ve mekân kısıtlamasının olmaması.	Sig. (2-uçlu)	-,013*	,185**	,024	,286**	1,000
	N	,394	,000	,307	,000	.
	Korelasyon kat sayısı	454	454	454	454	454

*. Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (1-uçlu).

. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (1-uçlu).

Tabloya göre, LGBTİ+ bireyler yine sosyal medyayı “anonim olarak aktivizm ve eylem yapabilmek” ile sosyal medya kullanımı arasında 0,05 düzeyinde, pozitif yönde 0,075* oranında anlamlılık olduğu görülmektedir. Bu da LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı kullanımı ile anonim olarak aktivizm ve eylem yapabilmeleri arasında pozitif yönlü bir anlamlılık olduğunu göstermektedir.

Bir diğer ifade olan sosyal medyayı “diğer LGBTİ+ bireylere ulaşmanın kolay olması” nedeniyle tercih edenler ile sosyal medya kullanımı arasında 0,05 düzeyinde, pozitif yönde 0,097* oranında anlamlılık ortaya çıkmıştır. Yani LGBTİ+ bireyler sosyal medyadan paylaşılan fikir ya da durum ve son gelişmeleri sosyal medya üzerinden haberdar olmaktadır.

LGBTİ+ bireylerin sosyal medyayı “bilgi ve haberi yaymanın kolay olması” nedeniyle tercih etmeleri ile sosyal medya kullanımları arasında 0,05 düzeyinde, negatif yönde bir anlamlılık olarak -0,017* oranında ortaya çıkmıştır. Bu da LGBTİ+ bireylerin sosyal medyada aktivizm ve eylem yaparken fikir ya da durum ve kendi aralarında haber akışını sağladıklarını göstermektedir.

LGBTİ+ bireylerin sosyal medya ile “zaman ve mekân kısıtlamasının olmaması” nedeniyle kullanması arasında 0,05 düzeyinde, negatif yönde -0,013* oranında bir anlamlılık vardır.

Genel olarak tabloya bakıldığında LGBTİ+ bireylerin aktivizm yapma ve eylemde bulunurken sosyal medyayı kullanımı ile bilgi ve haberi yaymanın kolay olması, diğer LGBTİ+’lilere ulaşmanın kolay olması, anonim olarak aktivizm / eylem yapabilme açısından ve zaman / mekân kısıtlamasının olmaması nedeniyle pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Özetle LGBTİ+ bireyler aktivizm ve eylemde bulunurken sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır.

Sosyal medya, bilginin küresel olarak nasıl paylaşıldığını ve LGBTİ+ ile hükümetler arasındaki ilişkinin manzarasını da değiştirmiştir. Sosyal medya, bir sosyal ağ aracı olarak kullanılmasının ötesinde, ilk kez herhangi bir bireyin geleneksel medyayı veya diğer bilgi aktarım modlarını atlayarak içerik ve fikirlerini küresel bir kitleye paylaşmasına izin verir. Bu şekilde, LGBTİ+ aktivistleri bilgiyi aktarır ve gelecekteki hareketlerin daha sağlam temeller üzerinde yükselmesini sağlayabilirler.

7. SONUÇ YERİNE

Bu çalışma bağlamında yapılan nicel araştırma sonucunda sosyal medyanın LGBTİ+ bireylerin sosyalleşmesi ve diğer kişilerle iletişime geçmesinde önemli rol oynadığı gözlemlenmiştir. Araştırma sorusu 1'in analizi için yapılan çift yönlü korelasyon analizi sonucu tabloda verilen dört ifadeden ikisinin karşılığı LGBTİ+ bireylerin sosyalleşmesinde sosyal meydanın rolünün pozitif yönde olduğudur; sosyal medyanın "sosyalleşmek için diğer kişilerle iletişime geçmesinde rol" oynaması ve "başkalarıyla iletişime geçmede sosyal medyanın olumlu bir potansiyeli olduğu" dur. Bu da sosyal medyayı sosyalleşirken bu iki ifade için kullandıklarını göstermektedir. Uzun yıllar birbirlerini görme fırsatı bulamayan arkadaşlar, sosyal medya ve çeşitli mesajlaşma programlarıyla bağlantı kurabilmektedirler. Bu, dünyanın dört bir yanındaki kişiler için büyük bir avantaj olmasının yanı sıra LGBTİ+ bireylerin sosyal medya üzerinde çeşitli etkinliklerle tanıştıkları kişilerle çevrimiçi olarak bağlantı kurmalarına da yardımcı olmaktadır. Sosyal medya bu açıdan kendini savunmasız, yalnız veya soyutlanmış hisseden LGBTİ+ bireylerin bir topluluk hissine sahip olmasına yardımcı olabilmektedir. Birçok sosyal medya platformunda LGBTİ+ bireylerin oluşturdukları çevreleri, LGBTİ+ bireylerin yargılanma korkusu olmadan hikâyelerini ve duygularını paylaşabileceği güvenli alanlar olarak kabul edilmektedir. Yani sosyal medya, günlük hayatlarında ayrımcılık ve tacizle karşı karşıya kalan LGBTİ+ bireyler için güvenli bir sığınak olmaktadır.

Araştırma sorusu 2'nin analizi için yapılan çift yönlü korelasyon analizi sonucu tabloda verilen dört ifadeden dördünün LGBTİ+ bireylerin bilgi ve habere ulaşmasında sosyal meydanın rolünün pozitif yönde olduğudur; sosyal medya, herkes için olduğu gibi LGBTİ+ bireyler için de zamandan ve mekândan bağımsız, kolay şekilde bilgi/habere ulaşma, anonim olarak bilgi/habere katkı yapabilme ve bilgi/habere yorum yapma imkânı sunmaktadır. Bu nedenle LGBTİ+ bireyler tarafından sosyal medya bilgi ve habere ulaşmak için tercih edilmektedir. İnternet, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimini etkilemesinin yanı sıra, bilgi alışverişinde de önemli bir rol oynamaktadır. Yapılan birçok kalitatif çalışma, LGBTİ+ bireyler için damgalanma ve marjinalleşme tehlikesi olan çevrimiçi etkileşimli alanların olumlu psikososyal etkilerini göstermektedir. Ayrıca dijital ortamlar, LGBTİ+ hakkında öğrenimleri kolaylaştırmaktadır. Bu da sosyal medyanın varlığının LGBTİ+ için çevrimiçi gruplar oluşturmada ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Sosyal medya siteleri, alternatif medya kanalları ve popüler mesajlaşma programları, LGBTİ+ bireylere duygusal destek, siyasi tartışma ve yaratıcı ifade için bir alan sağlamaktadır. Özetle, çeşitli İnternet araçları LGBTİ+ bireylerin, kendi gruplarındaki diğer bireylerle bilgi alışverişinde bulunmalarını, cinsel kimliklerini keşfetmelerini, kendilerini ifade etmelerini ve başkalarını desteklemelerini kolaylaştırmaktadır.

Araştırma sorusu 3'ün analizi için yapılan çift yönlü korelasyon analizi sonucu tabloda verilen dört ifadenin ikisinin karşılığı LGBTİ+ bireylerin aktivizm / eylem yaparken sosyal meydanın rolünün pozitif yönde olduğudur; "anonim olarak aktivizm ve eylem yapabilmek" ve "diğer LGBTİ+ bireylere ulaşmanın kolay olması" nedeniyle ile sosyal medya kullanımları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Yani LGBTİ+ bireyler aktivizm /eylem yapmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Kamusal kültür ve politik üretim, LGBTİ+ protestolarının daha önceki görsel dil biçimlerinin ve estetik biçiminin miraslarının yanı sıra medyanın sosyal dönüşümü ile yönlendirme ve yansıtma yollarıyla LGBTİ+ gruplarının birbiriyle bağlantılarının gelişmesine yol açmaktadır. Sosyal ağ siteleri, LGBTİ+ bireylerin, toplum örgütleri ve daha geniş kültürler içinde yer bulmaları için önemli bir alan haline gelmektedir. Sosyal ağ siteleri, LGBTİ+ bireyler ve LGBTİ+ bireyler adına aktivizm faaliyeti yürüten kişilerin belirli konularda kampanya yürütmek, bilgi ve siyasi haberlerin dolaşımı ve tartışılması için benzer ilgi alanlarını veya endişelerini paylaşan benzer düşünen insanlarla bağlantı kurmaktadır. Ayrıca, farkındalık yaratma faaliyetleri ve aynı zamanda bir yayıncılık platformu olarak kullanılmaktadır; siyasi hicivden, eylem organize etmeye, yardım çağrısından, bilgi / haber paylaşmaya ve birçok LGBTİ+ kutlanmasına (onur yürüşü vb.) kadar uzanan çeşitli yaratıcı çıktılar olanağı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Abanoz, E. ve Sütçü, S. C. (2018). Sosyal Ağlarda Kolektif Eylem Eşik Modeli Üzerine Bir Çalışma. Gaziantep University Journal of Social Sciences. 17 (1), 53-69.

- Acar, O. N. (2013). Özgürlük Alanı Olarak Sunulan Sosyal Medya ve Taksim Gezi Parkı Eylemleri. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (20), 178-193.
- Akbaş, U. Ö. ve Atalay, E. G. (2020). Geleneksel Kadınlık Rollerinin Sosyal Medyada Yeniden Üretimi: Kendine Yardım Temalı YouTube Kanallarına Yönelik Çok Modlu Eleştirel Söylem Analizi. Kültür ve İletişim, Sayı. 23/1. E-ISSN: 2149-9098.
- Albayrak, E. S. (2019). Sosyal Ağlar ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: Coca Cola Reklam Örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt/Volume:18. Sayı/Issue:70. Ss. 929–942. ISSN:1304–0278.
- Altunışık, R., Coşkun, R. Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım, E. (2007), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, 5. Baskı, Kasım, Sakarya Yayıncılık, Adapazarı.
- Atalay, E. G. (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon olarak Yeni Medya Teknolojileri. Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, Cilt 4, Sayı 6, s. 27-48. ISSN:2149-178X.
- Baysal, A.G. (2019). LGBTİ'leri İkili Cinsiyet Düzeni İçerisindeki Varolma Durumlarının Çok Yönlü Olarak Ele Alınması ve Sosyal OSYAL Hizmet Gereksinimlerinin Belirlenmesi. Sosyal Hizmet Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi.
- Çakır, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 1. (19). 71–96.
- Cengiz, M. A. ve Terzi, Y. (2018). Hipotez Testleri Ders Notları. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümü. Samsun.
- Çömlekçi, F. M. ve Başol, O. (2019). Sosyal Medya Haberlerine Güven ve Kullanıcı Teyit Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. (30). 55–77.
- Demirkıran, P. (2013). Hack Kültürü ve Hactivizm: Yeni bir Siyaset Biçimi. (Der. Keleş, A.R.) İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Denning, D.E. (2001). “Activism, Hactivism and Cyber Terrorism: The Internet as a Tool to Influence Foreign Policy”. (Ed. Arquilla, J. and Ronfeldt, D.), Networks and netwars. The future of terror, crime and militancy, Chapter Eight, 239-288. https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/MR1382/MR1382.ch8.pdf.
- Devrani, P. E. A. (2017). Medyada “Öteki ”nin Temsili: Etnik Komediler. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. Cilt/Volume:5. Sayı:2.
- Dondurucu, Z, Uluçay, A. (2015). The hate speech in new media environments: The analysis of videos which include hate speech for gay people. International Journal of Social Sciences and Education Research, 1 (3), 875-902 .
- Eraydın, G. (2019). ‘Ağ Toplumu’nda Farkındalığa Davet Eden Kitap: “İletişim Gücü”. Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim, (3), 218-223.
- Erdoğan, B. ve Köten, E. (2015). As Kendini De Hepimiz Kurtulalım Artık!: Sosyal Dışlanmadan İntihara LGBT Gençler. Alternatif Politika. Cilt 7. Sayı 1. Sayfa. 143-167.
- Erdur, A. D. ve Özgünlü, F. (2020). Çalışma Yaşamında Ayrımcılık: LGBT+ Bireylere Yönelik Nitel Bir Araştırma. Business and Economics Research Journal Vol. 11, No. 2, 2020, pp. 479-494
- Ertürk, D. Y. (2016). İnsan İlişkileri ve İletişim Yöntemleri. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. <http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/insaniliskveileyontemleriau254.pdf>.
- Eyüpoğlu, H. (2017). Dijital Çağda İletişim Teknolojilerinin İnsan Karakterinin Değişime Etkisi. Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi. Akademik Bakış Dergisi. Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi. Sayı: 63. Eylül-Ekim 2017. ISSN:1694-528X.
- Gezgin, S. ve İralı, A. E. (2017). Yeni Medya Analizleri. Eğitim Yayınevi.
- Güçlü, N, Sotirofski, K. (2006). Bilgi Yönetimi. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi. (4). 351–373.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Küresel İletişim Dergisi. Sayı 1. Bahar.

- Karagülle, A. E., ve Çaycı, B.(2004). Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Yabancılaşma. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC. Volume 4 Issue 1. 1-9.
- Köse, A. (2015). Hayat Oyununun Yeni Perdesi: Sosyal Ağlar ve Gerçeklik Algısının Değişimi. AJIT-e Online Academic Journal of Information Technology. Cilt/Vol: 6. Sayı/Num
- Lee, T. B. (Tarih bulunmamaktadır). Frequently asked questions. w3.org. <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/FAQ.html#have>.
- Ll. m, A. (2015). Ucuz, Sansürlü ve Hızlı İnternete Erişim Hakkı. Ankara Barosu Dergisi , (2) , 0-0. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abd/issue/33822/374578>.
- Nerse, S. (2020). Dijital Medya Aktivizmi: Yeni Sınıfsal İlişkilerin İmkân ve Sınırları. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı: 26, s.s.615-634
- Özbek, Ç. 2017, “Ayrımcılıkla Mücadelenin Kamusalı: LGBT, Hareket ve Örgütlülük”, Toplum ve Demokrasi, 11 (24) , Temmuz-Aralık, s. 141-165.
- Özel, N . (2016). Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Etkisiyle Değişen Bilgi Kaynakları, Hizmetleri ve Öğrenme Ortamı. Milli Eğitim Dergisi, 45 (209), 270-294.
- Tezbaşaran, A.A. (2008). Likert Tipi Ölçek Hazırlama. Üçüncü Sürüm e-Kitap. Mersin. ISBN: 975-9756-08-5.
- Tosun, G. E. (2000). Sivil Toplum Örgütleri İçinde Katılım ve Örgüt İçi Demokrasi. Birikim Dergisi. Sayı:130.<https://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5846/sivil-toplum-orgutleri-icinde-katilim-ve-orgut-ici-demokrasi#.XiS2CMgzaUk>.
- Uça Güneş, E. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 2 (2), 191-206.
- Uğurlu A. Ö. ve Atalay, G. (2020). Geleneksel Kadınlık Rollerinin Sosyal Medyada Yeniden Üretimi: Kendine Yardım Temalı YouTube Kanallarına Yönelik Çok Modlu Eleştirel Söylem Analizi. Kültür ve İletişim, 23 (45) , 58-86. DOI: 10,18691/kulturveiletisim.709724.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültür. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. (52). 88–102.
- Wolny, J. ve Mueller, C. (2013). Analysis of fashion consumers motives to engage in electronic word-of-mouth communication through social media platforms. Journal of Marketing Management. 29. (5–6). 562–583.
- Yazıcı, M. (2016). Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24 (1), 209-223.
- Yeniçifti, N. T. (2016). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Facebook ve Twitter Kullanıcıları Üzerine Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi.
- Yeygel Ç. S . (2017). Sosyal Medyada Dijital Aktivist Hareketler Üzerine Kurumsal Bir İnceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 5. (2). 753-783.