

SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİ KRİZİ

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

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİ KRİZİ

Sosyal Medyanın Ürdün ve Türkiye'de Yaşayan Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Etkisi

Yasmin Aldamen

Editör	Halil İbrahim Binici
Son Okuma	Ayşenur Alper
ISBN	978-625-7249-46-1
1. Baskı	İstanbul - 2022

İHÜ Yayınları 42

Genel Yayın Yönetmeni	Savaş C. Tali
Yayın Yönetmeni	Halil İbrahim Binici
Tasarım	İHÜ Yayınları
Kapak Uygulama	İHÜ Yayınları
Mizanpaj Uygulama	Muhammed Muttaki Topcu

Baskı&Cilt Step Ajans Matbaa
Sertifika No: 45522

Aldamen, Yasmin

Sosyal medya ve mülteci krizi : sosyal medyanın Ürdün ve Türkiye'de yaşayan Suriyeli mülteciler üzerindeki etkisi / Yasmin Aldamen ; editör Halil İbrahim Binici. -- Birinci basım. -- İstanbul : İbn Haldun Üniversitesi Yayınları, 2022.

320 s. ; 24 sm.

Bibliyografya ve dizin var.

ISBN 978-625-7249-46-1.

1. Mülteci krizi_Sosyal medya. 2. Göç ve göçmenlik_Suriye. 3. Suriyeli mülteci krizi_Yeni medya.

HV 640

362.87

© Bu eserin tüm yayın hakları, İbn Haldun Üniversitesi'ne aittir. Eleştirel makale ve dergilerde yapılacak kısa alıntılar dışında, bu kitabın tamamı veya bir kısmı, yayıncının izni olmadan yayınlanamaz.

İbn Haldun Üniversitesi Yayınları bir İbn Haldun Üniversitesi departmanıdır.

Ordu Cd. No:3, 34480 Başakşehir/İstanbul
yayinevi@ihu.edu.tr | press@ihu.edu.tr

SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİ KRİZİ

SOSYAL MEDYANIN ÜRDÜN VE TÜRKİYE'DE YAŞAYAN SURİYELİ MÜLTECİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yasmin Aldamen



İBN HALDUN
ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

Yasmin Aldamen (Dr. Öğr. Üyesi)

Ürdün Medya Enstitüsü Gazetecilik ve Yeni Medya Bölümünde yüksek lisansını, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı bölümünde doktorasını tamamlamıştır. Doktora programını tamamlamadan önce Ürdün Üniversitesi'nde "Mülteci ve Zorunlu Göç Çalışmaları" programında öğrenim işleri koordinatörü olarak çalışmıştır. Halihazırda İbn Haldun Üniversitesi İletişim ve Medya Bölümünde Doktor Öğretim Üyesi olarak yüksek lisans ve lisans dersleri vermektedir. 1-2 Haziran 2021 tarihlerinde İbn Haldun Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen "Uluslararası İletişim ve Medya Öğrenci Forumu" nun koordinatörlüğünü yürütmüştür. 2012 yılında "İnsan Haklarının Savunmasında Basılı ve Elektronik Medyanın Rolü: Ürdün Perspektifi" adlı projesi Ürdün'de Yüksek Öğrenim Bakanlığı tarafından finanse edilecek 9 proje arasında kabul edilmiştir. Şu anda mülteciler ve medya ile ilgili bir dizi araştırma üzerinde çalışmaktadır. Erasmus araştırmacısı olarak Viyana Üniversitesi'nde bir dönem geçirmiştir. 2019 yılında, Ürdün'deki Suriyeli mülteciler için düzenlenen "İş İçin Nakit" programlarının etkileri üzerine araştırma yapmak üzere Almanya, Bonn Alman Kalkınma Enstitüsü'nde (Deutsches Institut für Entwicklungspolitik) misafir araştırmacı olarak bulunmuştur.

İÇİNDEKİLER

Teşekkür	21
Önsöz	23
Giriş	25

BİRİNCİ BÖLÜM MÜLTECİLİK

Mültecilerle İlgili Uluslararası Kanunlar	35
1948 İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi	35
1951 Mültecilerin Statüsüne İlişkin Sözleşme	36
1967 Mültecilerin Statüsüne Dair Protokol	36
1969 Afrika Birliği Örgütü (Afrika'daki Mülteci Sorunlarının Özel Yönlerini Düzenleyen Sözleşmesi)	36
1984 Cartagena Mülteciler Bildirisi (Latin Amerika'da)	37
Mültecilerle İlgili Uluslararası Kurumlar	37
Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK)	37
Uluslararası Göç Örgütü	38
Dünyada İltica Tarihi	38
Dünyadaki En Büyük 5 Mülteci Krizi	44

İKİNCİ BÖLÜM ARAP DEVRİMLERİ VE SURİYE'YE ETKİLERİ

Arap Baharı	49
Tunus Yasemin Devrimi	51
Mısır 25 Ocak Devrimi	52
Libya İç Savaşı ve Rejimin Çöküşü	53
Yemen Gençlik Devrimi	53
Suriye Arap Cumhuriyeti	54
Suriye'deki Çatışmanın Kökenleri	54
Suriye Çatışma Olayları	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
OLUMLU VE OLUMSUZ ETKİLERİYLE SOSYAL MEDYA VE MÜLTECİLER

Sosyal Medya Nedir?	73
Arap Ülkelerindeki En Popüler Sosyal Medya Siteleri	78
Facebook	78
Twitter	79
YouTube	79
Instagram	79
Sosyal Medyanın Yapısal Özellikleri	80
Bütünleşik Sosyallik	80
Birleşik Roller	81
Bütünleşik ve Yakınsak İletişim	82
Yeni Medya ve Devrimler	82
Krizlerde Sosyal Medyanın Etkisi ve Rolü	85
Olumlu Etkiler	89
Olumsuz Etkiler	98

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

Problem	111
Önem ve Amaç	112
Hipotez	113
Çalışmayı Diğer Çalışmalardan Ayırıştırıcı Unsurlar	114
Sınırlılıklar	115
Tanımlar	115
Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri	116
Veri Toplamak İçin Kullanılan Kaynaklar	116
Veri Toplama Araçları	117
Anket	117
Odak Grup Tartışmaları	121

BEŞİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMA BULGULARI

Nicel Araştırma Bulguları	125
Demografik Veriler	125
Sosyal Medya Kullanımı ve	
Sosyal Medya Kullanımının Etkisi ve Rolü	133

Sosyal Medyada Mültecilere Karşı Nefret Söylemi ve Suriyeli Mültecinin İmajı	155
Mülteci Gazeteci	158
Etkili Mülteci	162
Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Odak Grup Tartışma Bulguları	163
Odak Grup Tartışmaların Soruları	165
Nitel ve Nitel Araştırma Yöntemlerine Göre Elde Edilen Bulgular Bağlamında Sonuçlarının Değerlendirilmesi	166
Suriyeli Mültecilere Ev Sahipliği Yapan Ülkelerde Sosyal Medya Kullanımında Önemli Artış	167
Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler İçin Olumlu Etkileri	174
Sosyal Medya Suriyeli Mültecilerin Statüsünü Etkilenmiş (Etkilenen) Etkileyiciye (Etkileyen) Dönüştürmektedir	182
Sosyal Medyanın Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Olumsuz Etkileri	185
Sosyal Medyanın Suriyeli Mültecilerin İmajları Üzerindeki Etkisi	193
Suriye Çatışma Olaylarında Aktivistlerin Sosyal Medyada Yaptıklarının İki Taraflı Etkileri	203
Sosyal Medya Aracılığıyla Hikâyeleri Yayılmış Suriyelilere Dönük Olumlu ve Olumsuz Etkiler	208
Sosyal Medyada Suriye Çatışma Olaylarının En Çok Tekrarlanan Konuları	214
Suriye İç Savaşında Sosyal Medya ve Savunmasız Gruplar	216
Tartışma	221
Sonuç	239
Öneriler	247
Kaynakça	251
Ekler	269
EK (1): Anket	271
Sosyal Medyanın Ürdün ve Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mülteciler Üzerindeki Etkisi	271
Birinci Bölüm: Demografik Veriler	272
İkinci Bölüm: Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Etkisi ve Rolü	273
Üçüncü Bölüm: Sosyal Medya Kanalları Aracılığıyla Mültecilere Yönelik Nefret Söylemi ve Suriyeli Mültecinin İmajı	277
Dördüncü Bölüm: Mülteci Gazeteci	278
Beşinci Bölüm: Etkili Mülteci	279
EK (2): Grafikler	281
Dizin	311

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Üç dilde mülteci durumlarıyla ilgili terimler	33
Tablo 2. Mülteci, sığınmacı, göçmen, ülke içinde yerinden edilmiş kişi ve resmi olmayan çadırlarda yaşayan kişilerin (ITS) durumları arasındaki farklar.	35
Tablo 3. II. Dünya Savaşı ve yerinden edilmiş kişilerin sayıları (1940-1950)	39
Tablo 4. Asya Krizleri ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları (1948-1960)	40
Tablo 5. Krizler ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları (1960-2000)	43
Tablo 6. Krizler ve yerlerinden edilmiş kişilerin sayıları: 2000'den günümüze	44
Tablo 7. En büyük 5 mülteci krizi	45
Tablo 8. Yasemin Devrimi'nin zaman çizelgesi	52
Tablo 9. Suriye etnik yapısı ve dini gruplar	56
Tablo 10. Suriye Devrimi'nde cuma günü sembolizmi	60
Tablo 11. 4 Temmuz 2019'a kadar Suriyeli mültecilerin dağılımı	66
Tablo 12. Türkiye'deki Suriyeli mülteci kampları	69
Tablo 13. Ürdün'deki Suriyeli mülteciler	69
Tablo 14. Ürdün'deki Suriyeli mülteci kampları	70
Tablo 15. Sosyal ağ ve sosyal medya sitelerinin görünümünün zaman çizelgesi	78
Tablo 16. En popüler 15 sosyal ağ sitesi (2019)	79
Tablo 17. Anketin bölümleri	119
Tablo 18. Anketin dağıtıldığı Facebook grupları	122
Tablo 19. Katılımcıların cinsiyeti	127
Tablo 20. Katılımcıların medeni durumu	128
Tablo 21. Katılımcıların yaşı	128
Tablo 22. Katılımcıların eğitim durumu	129
Tablo 23. Katılımcıların kaldıkları mekânı paylaşma durumu	130
Tablo 24. Katılımcıların konaklama yerinin türü	130
Tablo 25. Katılımcıların çalışma durumu	131
Tablo 26. Çalışan katılımcıların aylık maaşı	132
Tablo 27. Katılımcıların yaşadığı iller	132
Tablo 28. Kampın içinde ve dışında yaşayan katılımcıların yüzdesi	133
Tablo 29. Kampın adı	134

Tablo 30. Katılımcıların bilgisayar için internet bağlantısına dair cevapları	135
Tablo 31. Katılımcıların akıllı telefonları için internet bağlantısına dair cevapları	135
Tablo 32. Katılımcıların ailelerinde 18 yaşın üzerinde sosyal medyayı kullanan kişi sayısı	136
Tablo 33. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformları	137
Tablo 34. En çok kullanılan sosyal medya platformu	138
Tablo 35. Katılımcıların günde kaç saat sosyal medya kullandıkları	138
Tablo 36. Sosyal medyaya gerçek kimlikleriyle kayıt yaptıranların dağılımı	139
Tablo 37. Sosyal medyada yaş, cinsiyet, adres ve kişisel fotoğraf gibi kişilikleri hakkında gerçek bilgiler verenlerin sayısı	139
Tablo 38. Sosyal medyada paylaştığı tüm fotoğraflar ve bilgiler gerçek kişiliklerini yansıtanların sayısı	140
Tablo 39. Ürdün ve Türkiye’de sosyal medyayı ticari amaçla kullananların sayısı	140
Tablo 40. Sosyal medyayı eğitim amacıyla kullananların sayısı	140
Tablo 41. Suriye’den çıktıktan sonra sosyal medya kullarımlarını artıranların sayısı	141
Tablo 42. Katılımcıların çocuklarının Suriye’den çıktıktan sonraki sosyal medya kullanımı	141
Tablo 43. Mültecilerin sığınma öncesi sosyal medya kullanmasının nedenleri	142
Tablo 44. Katılımcılardan sosyal medyayı yeni bir dil öğrenmek amacıyla kullananların sayısı	143
Tablo 45. Katılımcılardan Suriye’den çıkmak ve başka bir ülkeye ulaşmak amacıyla bir kaçakçı ile iletişim kurmak için sosyal medyayı kullananların sayısı	143
Tablo 46. Kaçakçı ile iletişim kurmadan önce kişinin kimliğini doğrulayanların sayısı	144
Tablo 47. Suriye’den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla kaçakçılarla iletişim kurarken mali veya fiziksel istismara maruz kalanların sayısı	144
Tablo 48. Suriye’den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak istismar edilen diğer Suriyeli mültecilerin hikâyelerini duyanların sayısı	145
Tablo 49. Yeni bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlananların sayısı	145

Tablo 50. Sosyal medyada bir eğitim sayfası oluşturanların sayısı	146
Tablo 51. Sosyal medyanın ev sahibi ülkenin gelenek ve görenekleri hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevap verenlerin sayısı	146
Tablo 52. Sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmadığına dair cevap verenlerin sayısı	147
Tablo 53. Sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevaplar	147
Tablo 54. Sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları belirlemelerine yardımcı olup olmadığına dair cevap verenlerin sayısı	148
Tablo 55. Sosyal medyanın mültecilerin nereden ve nasıl yardım alacaklarını öğrenmelerine yardımcı olup olmadığına dair cevap verenlerin sayısı	148
Tablo 56. Sosyal medya aracılığıyla bildikleri, mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşlardan katılımcıların zikrettiği isimler	150
Tablo 57. Suriye'den ayrıldıktan sonra Facebook'ta herhangi bir gruba katılanların sayısı	151
Tablo 58. Sosyal medyanın Suriyeli mülteci krizini tüm dünyaya iletmede başarılı olup olmadığına dair cevap verenlerin sayısı	151
Tablo 59. Suriyeli mülteciler üzerinde sosyal medyanın olumlu etkisinin derecesine dair cevap verenlerin sayısı	152
Tablo 60. Suriyeli mülteciler üzerinde sosyal medyanın olumsuz etkisinin derecesine dair cevap verenlerin sayısı	153
Tablo 61. Sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasalar hakkında bilginin yayılmasına katkıda bulunup bulunmadığı hakkında cevap verenlerin sayısı	154
Tablo 62. Sosyal medyanın Suriye'de ne olduğu ve Suriyeli mültecilerin neler yaşadıkları hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunup bulunmadığı hakkında cevap verenlerin sayısı	154
Tablo 63. Medya ve Facebook gibi sosyal iletişim araçları aracılığıyla yayınlananların, mültecileri, Suriye'deki durumun istikrarlı olduğu ve anavatanlarına dönmelerinin mümkün olduğu yönünde aldatıp aldatmadığı hakkında cevap verenlerin sayısı	155
Tablo 64. Ürdün ve Türkiye'deki katılımcılardan mülteci kadın ve çocukların insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolüne dair cevap verenlerin sayısı	156
Tablo 65. Ürdün ve Türkiye'deki katılımcılardan sosyal medyada Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşırlarsa, buna cevap verenlerin sayısı	157

Tablo 66. Suriyeli mültecilerin sosyal medyada yansıtılan imajının nasıl olduğuna dair cevap verenlerin sayısı	158
Tablo 67. Sosyal medya aracılığıyla olumsuz içerikli resimler görünürken veya haberler ve yorumlar okurken neler hissettikleri hakkında cevaplar	158
Tablo 68. Sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajını iletme üzerindeki etkisi	159
Tablo 69. Suriye İç Savaşı veya Suriyeli mülteci kriziyle ilgili bir video, fotoğraf veya haberi sosyal medya aracılığıyla gönderenlerin sayısı	160
Tablo 70. Suriyeli mültecilerle ilgili meydana gelen olaylara dair sosyal medyada bir hikâye paylaşanların sayısı	161
Tablo 71. Katılımcılardan diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayanların sayısı	161
Tablo 72. Katılımcılardan Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video karşısında yorum yapanların sayısı	162
Tablo 73. Suriye çatışma olayları ile ilgili bir resim çekip Suriye'den çıkış sırasında sosyal medyada paylaşanların sayısı	162
Tablo 74. Katılımcıların bazı aktivistlerin Suriye'deki olaylar ile ilgili fotoğraf ve videolar çekip sosyal medyada paylaşmasını nasıl bulduğuna dair cevapları	163
Tablo 75. Katılımcıların özel bir Facebook veya Twitter sayfasına sahip olup olmadığına dair cevaplar	164
Tablo 76. Facebook'ta herhangi bir grup üyesi olanların sayısı	164
Tablo 77. Mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilenlerin sayısı	165
Tablo 78. İstanbul ve Amman'da tartışma katılımcılarının özellikleri	167
Tablo 79. Odak grup tartışmalarının soruları	168
Tablo 80. Çeşitli sosyal medya araçlarının Ürdün ve Türkiye'de kullanıcı sayısı	174
Tablo 81. Kısa ve uzun dönem olumsuz etkiler	229

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Suriye Devrimi'ndeki olayların gelişimi	71
Şekil 2. Sosyalliğin üç biçimi	83
Şekil 3. Araştırmanın hipotez modeli	115
Şekil 4. Mültecilerin sosyal medyayı daha önce kullanmamalarının iki ana sebebi	172
Şekil 5. Sosyal medyanın mülteciler üzerindeki etkilerinin düzeyleri	223
Şekil 6. Ball-Rokeach & DeFleur'un (1976) MSD Stimülasyon modu	224
Şekil 7. Sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerindeki olumlu etkileri	226
Şekil 8. Sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerindeki olumsuz etkileri	228
Şekil 9. Sosyal medya mültecileri etkilenenden (etkilenmiş) etkileyene (etkileyici) dönüştürmektedir	230
Şekil 10. Sosyal medya kullanıcılarında savaş haberleri nedeniyle merhamet yorgunluğu oluşturmak	232
Şekil 11. Sosyal medyada agresif yorumlarla karşılaşan mülteciler	233
Şekil 12. 1980'li yıllarda Elisabeth Noelle Neumann tarafından geliştirilen "Suskunluk Sarmalı Kuramı"	235
Şekil 13. Suriyeli mültecilerin sosyal medyada temsil edilmesinin yabancı düşmanlığı oluşumundaki rolü	237

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. Muawiya'nın sloganı: "Sıra sende, Doktor!"	62
Görsel 2. Web'in sosyalliğinin üç boyutu	82
Görsel 3. Otpor Hareketi logosu	85
Görsel 4. Kmara Hareketi logosu	85
Görsel 5. Mısır'da protestoculardan birinin Twitter'da yer alan yazısı	88
Görsel 6. "Biz Kardeşiz" hashtagi	92
Görsel 7. "Kardeşime Dokuma" hashtagi	92
Görsel 8. "Madaya Yermuk Kardeşliği" hashtagi	93
Görsel 9. Humans of New York Twitter sayfası	94
Görsel 10. Facebookta Refaai Hamo'nun hikâyesi	95
Görsel 11. Abdul Halim Al-Attar'ın Twitter'da yayınlanan fotoğrafı	98
Görsel 12. #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 1	104
Görsel 13. #ÜlkemdeSuriyeliİstemiyorum Hashtag 2	104
Görsel 14. #SuriyelilerDefoluyor Hashtag	105
Görsel 15. "Sınırdışı Edin Bunları" Makalesi	105
Görsel 16. "Suriyeli Mültecilerin Vatandaşlığa Alınmasına Hayır" kampanyası	106
Görsel 17. Facebook'ta sayfa oluşturma	175
Görsel 18. Facebook'ta hesap açma	175
Görsel 19. Aylan Kurdi Avrupa'nın Kıyılarında Ölen Çocuk	220
Görsel 20. İmran Enkazdan Çıkan Halepli Çocuk	220

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1. Arap Baharı	51
Harita 2. Suriye ve çevre ülkeler haritası	54
Harita 3. Suriye haritası (7 Şubat 2018)	55
Harita 4. Suriye etnik ve dini haritası	56
Harita 5. Komşu ülkelerdeki Suriyeli mülteci sayısının haritası	65
Harita 6. Ürdün ve Türkiye arasındaki Suriye konum haritası	67
Harita 7. Geçici koruma kapsamında bulunan Suriyelilerin ilk 10 ile göre dağılımı haritası	68

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Kasım 2014'te Arap ülkelerindeki en popüler sosyal medya siteleri	80
Grafik 2. 2011'in başında olaylar sırasında sosyal medya kullanımı	87
Grafik 3. Ocak-Mart 2011 döneminde Arap Baharı gösterilerinde örgütlenme ve protestoların başlamasında Facebook sosyal ağ platformunun rolü	89
Grafik 4. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların cinsiyetinin dağılımı	281
Grafik 5. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların medeni durumunun dağılımı	282
Grafik 6. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların yaşlarının dağılımı	282
Grafik 7. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların eğitim durumunun dağılımı	283
Grafik 8. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kaldıkları mekânı paylaşma durumunun dağılımı	283
Grafik 9. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların çalışma durumunun dağılımı	284
Grafik 10. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların konaklama yerinin türüne göre dağılımı	284
Grafik 11. Katılımcıların çalışma durumlarının dağılımı	285
Grafik 12. Ürdün ve Türkiye'de kampın içinde ve dışında kalan katılımcıların dağılımı	285
Grafik 13. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların bilgisayarda internet bağlantısına nasıl ulaştıklarının dağılımı	286
Grafik 14. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların telefonda internet bağlantısına nasıl ulaştıklarının dağılımı	286
Grafik 15. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların ailelerinde 18 yaş üzerinde sosyal medyayı kullanan kişi sayısının dağılımı	287
Grafik 16. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların kullandığı sosyal medya platformlarının dağılımı	287
Grafik 17. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya platformlarının dağılımı	288
Grafik 18. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların günde kaç saat sosyal medya kullandığının dağılımı	288
Grafik 19. Ürdün ve Türkiye'de katılımcıların sosyal medyada gerçek kimliklerini kaydedip kaydetmediklerinin dağılımı	289

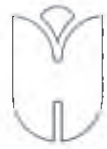
Grafik 20. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada yaş, cinsiyet, adres ve kişisel fotoğraf gibi kişilikleri hakkında gerçek bilgileri verip vermediğinin dağılımı	289
Grafik 21. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada paylaştığı tüm fotoğraflar ve bilgilerin gerçek kişiliklerini yansıtıp yansıtmadığının dağılımı	290
Grafik 22. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyayı ticari amaçla kullanımının dağılımı	290
Grafik 23. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyayı eğitim amacıyla kullanımının dağılımı	291
Grafik 24. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den çıktıktan sonra sosyal medya kullanımlarını artırıp artırmadığının dağılımı	291
Grafik 25. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların çocuklarının Suriye’den çıktıktan sonra sosyal medya kullanımlarını artırıp artırmadığının dağılımı	292
Grafik 26. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyayı yeni bir dil öğrenmek için kullanıp kullanmadığının dağılımı	292
Grafik 27. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den çıkmak ve başka bir ülkeye ulaşmak amacıyla bir kaçakçı ile iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanıp kullanmadığının dağılımı	293
Grafik 28. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların kaçakçı ile iletişim kurmadan önce kişinin kimliğini doğrulayıp doğrulamadığının dağılımı	293
Grafik 29. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla kaçakçılarla iletişim kurarken mali veya fiziksel sömürüye maruz kalıp kalmadığının dağılımı	294
Grafik 30. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den ayrılmak amacıyla sosyal medya aracılığıyla insanlarla iletişim kurarken mali veya fiziksel olarak sömürülen diğer Suriyeli mültecilerin hikâyelerini duyup duymadığının dağılımı	294
Grafik 31. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların bir dil, beceri, programlama dili, yeni bilgi, satış yöntemi, bir şeyler tasarlama, yeni tarifler vb. gibi yeni bir şey öğrenmede sosyal ağ sitelerinden yararlanıp yararlanmadığının dağılımı	295
Grafik 32. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada bir eğitim sayfası oluşturup oluşturmadığının dağılımı	295
Grafik 33. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların, ev sahibi ülkenin gelenek ve görenekleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasında sosyal medyanın olumlu etkisi olup olmadığı sorusuna verdikleri cevabın dağılımı	296
Grafik 34. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın endişelerini ifade etmek ve sorunlarını anlatmak için uygun bir platform olup olmadığı sorusuna verdikleri cevabın dağılımı	296

Grafik 35. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın mülteci haklarını bilmelerine yardımcı olup olmadığı sorusuna verdikleri cevabın dağılımı	297
Grafik 36. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın mültecilere yardımları sağlayan uluslararası kurum ve kuruluşları bilmelerine yardımcı olup olmadığı sorusuna verdikleri cevabın dağılımı	297
Grafik 37. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın mülteci yardımını nereden ve nasıl temin edeceklerini öğrenmelerine yardımcı olup olmadığı sorusuna verdikleri cevabın dağılımı	298
Grafik 38. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medya aracılığıyla bildikleri mültecilere yardım eden yerel kurumlar ve uluslararası kuruluşlar arasında zikrettikleri isimlerin dağılımı	298
Grafik 39. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den ayrıldıktan sonra Facebook’ta herhangi bir gruba katılıp katılmadıklarının dağılımı	299
Grafik 40. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın Suriye çatışma olayları ve mülteci krizini tüm dünyaya iletmede başarılı olup olmadığına dair görüşlerinin dağılımı	299
Grafik 41. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın olmadığına dair görüşlerinin dağılımı	300
Grafik 42. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriyeli mülteciler üzerine sosyal medyanın olumsuz etkisinin derecesine dair görüşlerinin dağılımı	300
Grafik 43. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın mülteci hakları ile ilgili uluslararası yasalar hakkında bilgi edinmede katkıda bulunduğunu düşünüp düşünmediklerinin dağılımı	301
Grafik 44. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın Suriye’de ne olduğu ve Suriyeli mültecilerin neler yaşadıkları hakkında insanların bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünüp düşünmediklerinin dağılımı	301
Grafik 45. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Medya ve Facebook gibi sosyal iletişim araçları aracılığıyla yayınlananların, mültecileri, Suriye’deki durumun istikrarlı olduğu ve anavatanlarına dönmelerinin mümkün olduğu yönünde aldattığını düşünüp düşünmediklerinin dağılımı	302
Grafik 46. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların mülteci kadın ve çocukların insani durumunu vurgulamada sosyal medyanın rolüne dair görüşlerinin dağılımı	302
Grafik 47. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada Suriyeli mültecilere karşı saldırgan veya hakaret içeren haber, yorum veya fotoğraflarla karşılaşırlarsa, cevap verip vermediklerinin dağılımı	303

Grafik 48. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriyeli mültecilerin sosyal medyada oluşturulan imajı hakkındaki görüşlerinin dağılımı	303
Grafik 49. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada olumsuz içerikli resimler gördüklerinde veya haberler okuduklarında hissettiklerinin dağılımı	304
Grafik 50. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyanın (Facebook, Twitter, YouTube vb.) Suriyeli mültecilerin imajı üzerindeki etkisine dair görüşlerinin dağılımı	304
Grafik 51. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların sosyal medyada, Suriye’deki çatışmaları içeren bir fotoğraf veya video yayınlayıp yayınlamadıklarının dağılımı	305
Grafik 52. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili meydana gelen olaylara dair sosyal medyada bir hikâye paylaşıp paylaşmadıklarının dağılımı	305
Grafik 53. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların diğer Suriyeli mültecilerin çektiği acılarla ilgili sosyal medyada bilgi yayınlayıp yayınlamadıklarının dağılımı	306
Grafik 54. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriyeli mültecilerle ilgili sosyal medya sitelerinde yayınlanan herhangi bir haber, fotoğraf, yorum veya video üzerine yorum yapıp yapmadıklarının dağılımı	306
Grafik 55. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Suriye’den çıktıkları sırada Suriye’deki çatışmalarla ilgili bir görüntü çekip sosyal medyada paylaşıp paylaşmadıklarının dağılımı	307
Grafik 56. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların bazı aktivistlerin Suriye’deki olaylar ile ilgili fotoğraf ve videolar çekip sosyal medyada paylaşmaları hakkındaki görüşlerinin dağılımı	307
Grafik 57. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların özel bir Facebook sayfası veya özel bir Twitter sayfasına sahip olup olmadığının dağılımı (kişisel hesap değil)	308
Grafik 58. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların Facebook’ta herhangi bir grup üyesi olup olmadığının dağılımı	308
Grafik 59. Ürdün ve Türkiye’de katılımcıların mültecilere yardım etmek için arkadaşları tarafından oluşturulan Facebook sayfaları olduğunu bilip bilmediklerinin dağılımı	309

KISALTMALAR LİSTESİ

ACHRS :	Amman Center for Human Rights Studies
ACTED :	Agency For Technical Cooperation & Development (Teknik İşbirliği ve Kalkınma Ajansı)
AFAD :	Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
BM :	Birleşmiş Milletler
BMÇYF :	Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
BMMYK :	Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği
CARE :	Cooperative for Assistance and Relief Everywhere
DFATD :	Department of Foreign Affairs, Trade and Development Canada
DRC :	Danish Refugee Council (Danimarka Mülteci Konseyi)
DWB :	Doctors Without Borders
HOPES :	Higher and Further Education Opportunities and Perspectives for Syrians (Suriyeliler için Yüksek ve İleri Eğitim Fırsatları ve Perspektifleri)
İHH :	İnsani Yardım Vakfı
IBC :	International Blue Crescent Relief and Development Foundation (Uluslararası Mavi Hilal İnsani Yardım ve Kalkınma Vakfı)
ICRC :	International Committee of the Red Cross (Uluslararası Kırmızı Haç Komitesi)
IŞİD :	Irak-Şam İslam Devleti
IOM :	International Organization for Migration (Uluslararası Göç Örgütü)
IRC :	International Rescue Committee (Uluslararası Kurtarma Komitesi)
IRD :	International Relief & Development
İSMEK :	İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hayat Boyu Öğrenme Merkezi
JAOSW :	Jordanian Association of Social Work (Ürdün Sosyal Hizmet Derneği)
JAR :	Japan Association for Refugees (Japonya Mülteciler Derneği)
JNRCS :	Jordan Red Crescent (Ürdün Kızılayı)
JRS :	Jesuit Refugee Service (Cizvit Mülteci Hizmeti)
NICCOD :	Nippon International Cooperation for Community Development (Nippon Uluslararası Toplumsal Kalkınma İşbirliği)
NHF :	Noor Al Hussein Foundation
NRC :	Norwegian Refugee Council (Norveç Mülteci Konseyi)
OXFAM :	Oxford Committee for Famine Relief (Oxford Kıtlıkla Mücadele Komitesi)
RI :	Relief International (Rölyef Uluslararası)
SAB :	Souriyat Across Borders
SGBV :	Sexual and Gender-Based Violence (Cinsel ve Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddet)
SGDD :	Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği
SSG :	Sosyal Suriye Grupları
UNDP :	United Nations Development Programme (Birleşmiş Milletler Geliştirme Programı)
UNFPA :	United Nations Population Fund (Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu)
UNV :	United Nations Volunteers (Birleşmiş Milletler Gönüllüleri: BMG)
WHO :	World Health Organization (Dünya Sağlık Örgütü)
WFP :	World Food Programme (Dünya Gıda Programı)



TEŞEKKÜR

Öncelikle İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümünden Prof. Dr. Ali Murat Vural'a, beni düşüncelerimi keskinleştirmeye iten ve çalışmamı bir üst seviyeye taşıyan anlayışlı geri bildirimleri ve desteği için teşekkür ederim.

Beni her zaman destekleyip teşvik eden ve en büyük motivasyon, enerji ve sevinç kaynağım sevgili ağabeylerim Prof. Dr. Murad Aldamen ve Mohammad Aldamen'e yürekten şükranlarımı sunarım.

Ayrıca, araştırmaya katılmayı kabul eden ve araştırmayı zenginleştiren fikir, düşünce ve görüşlerini açık yüreklilikle paylaşan anket odak grupları katılımcılarına çok teşekkür ederim.

Son olarak bu çalışmanın yayınlanmasındaki destekleri için İletişim Fakültesi Dekanlığına, İletişim ve Medya Bölümüne, ayrıca eserin yayına hazırlanmasındaki emekleri dolayısıyla İbn Haldun Üniversitesi Yayınları ekibine teşekkür ederim.

Yasmin Aldamen
İstanbul/2022



ÖNSÖZ

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

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

Suriye’de savaşın başlama noktasını protestolar oluşturmuştur. Protestoların başlamasından itibaren çatışmalar yaşanmış ve daha ileri giderek bir iç savaş hâlini almış, bu savaş başta bölge ülkelerini olduğu gibi Avrupa’yı da etkisi altına almıştır. Zira, iç savaş ortaya yakıcı ve yıkıcı bir terör sorununun yanı sıra çok büyük bir mülteci sorunu da çıkartmıştır.

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

2011 yılında başlayan iç savaştan bu yana milyonlarca Suriyeli ülkesini terk etmek durumunda kalmıştır. Bu mülteciler ağırlıklı olarak iki ülkeye, Türkiye ve Ürdün’e sığınmışlardır. Mülteciler kitlesel göç sırasında olduğu gibi bugün de haberleşme ve bilgilenme kaynağı olarak hâlen sosyal

medyayı kullanmaktadır. Ancak sosyal medya kullanımının bundan daha ileri giden önemli bir gerekçesi vardır ki o da kendi kimliklerini kaybetme adına yaptıkları paylaşımlardır. Bu durum, onların çok daha fazla sosyal medyaya sarılmalarına, aralarında kültürel ve tarihsel ortak bağları yaşatmalarına yönelik motivasyonu oluşturmaktadır. Sosyal medya mülteciler için, tüm dış dünyada kullanıldığı gibi, arkadaşlık ve farklı ilişkilerin kurulduğu sosyalleşme siteleri olmanın çok ötesinde bir anlam taşımakta; yaşam endişelerini paylaştıkları, politik ve ekonomik durumları izledikleri, birbirlerinin yaşam koşulları hakkında bilgi sahibi oldukları iletişim araç ve ortamları olma niteliğine dönüşmüş bulunmaktadır.

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

Bu çerçeveden yola çıkarak yürütülecek bu çalışmanın temel problemi, sosyal medyanın Suriyeli mülteciler üzerinde bir bütün olarak hangi temel zincirleme etkilere neden olduğu, hangi temel işlevleri gördüğü ve hangi saiklerle kullanıldığıdır.

Giriş

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

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

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

Bu eser, mültecilik ve yarattığı sonuçlar üzerine yapılan tarihsel ve güncel bir literatür çalışması ile birlikte, Ürdün ve Türkiye'de yapılan saha çalışmaları ve sahadan toplanan verilerle şekillendirilmiştir.

Şehirlerde yaşayan mülteci nüfusunun fazla olduğu Türkiye ve Ürdün'de, mültecilerin yaşadığı yerlerde ayrı ayrı olmak üzere Nicel

Araştırma Yöntemine göre geliştirilen Veri Toplama Aracı&Anket kullanılarak doğrudan veriye ulaşılmaya çalışılmıştır. Saha çalışmasının yanı sıra sosyal medyada, Suriyeli mülteciler hakkındaki bilgi ve haber dolaşımı Ürdün ve Türkiye’de belirlenen odak gruplardan elde edilen verilerin nicel ve nitel olarak analiz edilmesiyle dilin yarattığı etki saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, iltica geçmişi, mültecilik ve mülteciliği yaratan koşullar ele alınmıştır. Bu bölümde mültecilik ile ilgili kullanılan sözcükler, dünyada ilticanın tarihi, kurumsal olarak sığınma, iltica ve göç, mülteciliği yaratan koşullar, mültecilere yönelik kurulan uluslararası örgütler, yapılan uluslararası anlaşmalar ve sözleşmeler incelenmiştir.

İkinci bölümde Arap devrimleri ve Suriye’ye etkileri ele alınmıştır. Bu bölümde “Arap Baharı” tanımı, 2011 Arap Devrimleri ile; Tunus Yasemin Devrimi, Mısır 25 Ocak Devrimi, Libya İç Savaşı, Yemen Gençlik Devrimi kapsamında ayrıntılı olarak incelenmiştir. Ayrıca, Suriye 2011 İç Savaşı, Hama Katliamı, Şam Baharı (2000-2001), Şam Bildirgesi (2005-2008) çerçevesinde de ele alınmıştır. 2011’de Suriye Devrimi ve iç savaşın boyutları, karmaşık yönleri ve Arap devrimlerinden ayrılan yönlerini anlamak için bu savaşla ilgili her ayrıntıya yer verilmiştir. Bu iç savaşın sonucu olarak Ürdün ve Türkiye’ye kaçan çok sayıda Suriyeli mülteci ayrıca Ürdün’de ve Türkiye’deki Suriyeli mülteci kampları, araştırmanın kapsamını oluşturmuştur.

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

düşmanlığını artırma; kadın mültecilerin toplumsal cinsiyete ve şiddete dayalı değerlendirilmesi kapsamlarında incelenmiştir.

Çalışmanın bibliyografik taraması için Türkçe ve yabancı kaynaklara öncelik verilmiştir. Okumalar sırasında karşılaşılan ve konuyla doğrudan ilişkili olan eski tarihli kaynaklardan da önemli ölçüde yararlanılmıştır.

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

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

Son bölüm, bulguların analizini içermektedir. Ayrıca araştırma hipotezinin de sınındığı bu bölümde, sosyal medyanın etkisi ve rolü, sosyal medyada mültecilere karşı var olan nefret söylemi, sosyal medyaya yansıyan Suriyeli mülteci algısı değerlendirilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.