

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON ve SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO, TELEVİZYON BİLİM DALI

**15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE
SOSYAL MEDYANIN ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

TUTKU KURT

İstanbul, 2017

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON ve SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO, TELEVİZYON BİLİM DALI

**15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE
SOSYAL MEDYANIN ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

TUTKU KURT

Danışman: Yrd. Doç. Dr. YENAL GÖKSUN

İstanbul, 2017



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA Anabilim Dalı RADYO TELEVİZYON Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi Tutku KURT'nın 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 20.06.2017 tarih ve 2017-14/39 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi ...17.../11.../2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

			İmzası
1.	Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. YENAL GÖKSUN	
2.	Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. YALÇIN LÜLECİ	
3.	Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. YUSUF ÖZKIR	

ÖNSÖZ

Eğitim hayatım boyunca desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen, elinden geldiği her an yanımda olmaya çalışan ve bana, bir babanın evladına verebileceğinden çok daha fazlasını veren rahmetli Ethem dayıma, bu günlere gelmemdeki tüm emekleri için sonsuz teşekkür ederim.

İstanbul, 2017

Tutku KURT



GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	: Tutku Kurt
Anabilim Dalı	: Radyo, Televizyon ve Sinema
Bilim Dalı	: Radyo, Televizyon
Tez Danışmanı	: Yrd. Doç. Dr. Yenal Göksun
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans - Kasım 2017
Anahtar Kelimeler	: 15 Temmuz, Sosyal Medya, Darbe Girişimi

ÖZET

15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

15 Temmuz 2016 gecesi yaşanan darbe girişimi, bölgesel ve küresel çapta yankı uyandırmıştır. Siyasi ve askerî aktörlerin, kanaat önderlerinin ve halkın da müdahil olduğu bu stratejik süreçte kitle iletişim araçlarının rolü yadsınamayacak kadar önemli boyutlara ulaşmıştır. Yaşanan süreçte yeni kitle iletişim araçları çatısı altında değerlendirilen bir sosyal medya platformu olan Twitter önemli bir rol oynamıştır. Bu araştırmada yeni bir kamusal alan olarak ele aldığımız Twitter mecrasında darbe girişimiyle ilgili ne tür söylemlerin inşa edildiği ve sosyal medyadaki okuyucuların nasıl yönlendirilmeye çalışıldığı incelenmiştir.

Araştırmada 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gün, bu kamusal alan içerisinde yerini alan Twitter’da, kanaat önderi olarak değerlendirebileceğimiz siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazete yazarlarının tweetleri incelenmiştir. Değerlendirmeye alınan kişiler

takipçisi yüz binin üzerinde olan ve girişimin yaşandığı gün tweet atanlar olarak sınırlandırılmıştır. Ele alınan kişilerin, Twitter kanalıyla okuyuculara ilettikleri gönderi metinlerinin çözümlenmesiyle, sosyal medyadaki okuyucuları nasıl yönlendirmeye çalıştıkları ve ne tür söylemler ürettikleri ortaya çıkartılmıştır.



GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname	: Tutku Kurt
Field	: Radio, Television and Cinema
Programme	: Radio, Television
Supervisor	: Asst. Prof. Yenal Göksun
Degree Awarded and Date	: Master - November 2017
Keywords	: 15 July, Social Media, Coup Attempt

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA'S ROLE IN THE JULY 15TH COUP ATTEMPT

The attempted coup on the night of July 15th caused regional and global repercussions. The role of mass media has reached undeniable proportions in this strategic period involving political and military actors, opinion leaders as well as the people. Twitter, a social media platform emerging under the roof of the new mass media, has played an important role in this period. This research examined the type of discourse being constructed and how social media readers are being steered regarding the coup attempt within the Twitter platform which we regard as a new public space.

During the study, tweets of political party leaders and the top five newspaper authors with the highest circulation were examined on Twitter, which is within the public sphere, on the day of the July 15th coup attempt. The people under examination were limited to those having more than 100,000 followers and who tweeted on the day of the attempt. By analyzing

the content transmitted to readers via Twitter, the types of discourse and how they are directing social media readers was revealed.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ŞEKİL LİSTESİ	x
TABLO LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xii
GİRİŞ	1
1. KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA	
1.1 MEDYANIN TANIMI	3
1.1.1. Geleneksel Medya	4
1.1.2. Alternatif Medya Bağlamında Yeni Medya	4
1.2. SOSYAL MEDYANIN TANIMI	6
1.2.1. Sosyal Medyanın Tarihi	6
1.2.2. Sosyal Medyanın Önemi ve İşlevsel Özellikleri	7
1.2.3. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı	9
1.2.4. Sosyal Medyanın Gündem Belirleme ve Kamuoyu Yaratmadaki Rolü	10
1.2.5. Sosyal Medya ve Yurttaş Muhabirliği	11
1.3. YENİ BİR KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA	12
1.3.1. Kamusal Alan Kavramının Gelişimi	12
1.3.2. Kamusal Alan ve Sosyal Medya	16
1.4. ETKİN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI	20

1.4.1. Facebook	21
1.4.2. Whatsapp	23
1.4.3. Facebook Messenger	24
1.4.4. Twitter	25
1.4.5. Instagram	26
1.4.6. Google Plus	27
1.4.7. Skype	27
1.4.8. LinkedIn	28
1.4.9. Viber	28
1.4.10. Vine	29

2. ASKERÎ MÜDAHALELER ve MEDYADAKİ YANSIMALARI

2.1. 27 MAYIS 1960 DARBESİ	31
2.1.1. Medyanın Kullanımı	32
2.2. 12 MART 1971 MUHTIRASI	33
2.2.1. Medyanın Kullanımı	34
2.3. 12 EYLÜL 1980 DARBESİ	36
2.3.1. Medyanın Kullanımı	36
2.4. 28 ŞUBAT 1997 POST-MODERN DARBESİ	38
2.4.1. Medyanın Kullanımı	38
2.5. 27 NİSAN 2007 E-MUHTIRASI	40
2.5.1. Medyanın Kullanımı	40

3. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

3.1. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE YAŞANANLAR	42
3.1.1. Darbecilerin Kitle İletişim Araçlarına Müdahalesi	45
3.2. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI	49
3.3. SİYASİ PARTİ LİDERLERİ ve GAZETE YAZARLARININ TWEETLERİNİN SÖYLEM ANALİZİ	58
3.3.1. Araştırmanın Örnekleme	58
3.3.2. Araştırmanın Yöntemi	59
3.3.2.1. Dil, İdeoloji ve Söylem	60
3.3.2.2. Eleştirel Söylem Analizi	61
3.3.3. Tweetlerin İncelenmesi ve Kategorize Edilmesi	64
3.3.4. Örnek Metin Söylem Analizleri	76
SONUÇ	86
KAYNAKÇA	89

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1 : Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	21
Şekil 2 : 15-16 Temmuz Twitter Kullanım Oranı	53
Şekil 3 : 8-17 Temmuz Atılan Tweet Sayısı	53
Şekil 4 : Girişim Gecesi Twitter’da En Çok Konuşulan Başlıklar	54
Şekil 5 : Van Dijk’in Haber Metinlerine Uyguladığı Söylem Analiz Şeması	64
Şekil 6 : Twitter Kaynağına Göre Toplam Tweet Sayısı Dağılımı	65
Şekil 7 : Kategorilerin Sayısal Dökümü	69
Şekil 8 : Toplam Tweet Sayısının Kategorilere Göre Yüzdesel Dağılımı	70
Şekil 9 : Siyasi Parti Liderlerinin Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	71
Şekil 10 : Hürriyet Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	72
Şekil 11 : Sabah Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	73
Şekil 12 : Sözcü Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	74
Şekil 13 : Posta Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	75
Şekil 14 : Habertürk Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı	76
Şekil 15 : Darbe Aleyhinde Söylem İçeren Tweetlerin Oranı	77

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1 : Araştırma Örnekleminin Sayısal Dökümü	59
Tablo 2 : Tweet İçerik Kategorileri	67
Tablo 3 : Tweet 1	77
Tablo 4 : Tweet 2	79
Tablo 5 : Tweet 3	80
Tablo 6 : Tweet 4	82
Tablo 7 : Tweet 5	83
Tablo 8 : Tweet 6	84

KISALTMALAR

AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
AK Parti	Adalet ve Kalkınma Partisi
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
DP	Demokrat Parti
FETÖ	Fethullahçı Terör Örgütü
MGK	Milli Güvenlik Kurulu
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TSK	Türk Silahlı Kuvvetleri
vb.	Ve benzeri
vs.	Vesaire

GİRİŞ

Teknolojinin ilerleme katetmesiyle birlikte internetin, özellikle 2000’li yılların internet çağı olarak nitelendirilebilecek kadar hayatımıza girmesi, diğer birçok alan gibi medya alanında da değişim ve dönüşüme sebep olmaktadır. Radyo, televizyon ve yazılı medya kanallarına ek olarak bilişim teknolojilerinin devreye girmesi sonucu, sosyal medya platformları vasıtasıyla da toplumsallaşmaya başlayan insanoğlu gün geçtikçe içerisinde bu platformların da bulunduğu bir yaşam tarzını benimsemektedir.

Yeni bir toplumsallaşma ortamı olarak değerlendirilebilen sosyal medya ortamlarında yeni bir kamusal alanın varlığı da söz konusu olmaktadır. Yeni medya teknolojileri ile birlikte özel alan kapsamına giren bilgisayar, tablet, cep telefonu ve hatta televizyon aracılığıyla dünya çapında bağlantılar gerçekleştirilerek kamusal ve özel alan arasındaki belirgin ayrımın yok oluşuna tanık olunmaktadır. Daha farklı bir şekilde söylemek gerekirse sosyal medyanın insan hayatına girmesiyle vatandaşların bir araya gelerek belli başlı konuları tartıştığı, haberleştiği klasik bir kamusal alandan, sanal bir kamusal alana dönüşüm söz konusu olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; dünden bugüne gerçekleştirilen askerî müdahalelerde etkisi açıkça hissedilen medyanın, son yıllarda geçirdiği dönüşümle birlikte karşımıza çıkardığı sosyal medya platformlardan olan Twitter’ın 15 Temmuz darbe girişimindeki rolünü gözler önüne sermektir. Yakın bir tarihte meydana gelmesinden ötürü medya unsurunun 15 Temmuz darbe girişimindeki rolü ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olmasından dolayı gerçekleştirilen bu çalışma, literatüre yaptığı katkısından dolayısıyla önem taşımaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, medya kavramı genel anlamıyla tanımlanmaya çalışılmakta sonrasında ise geçirdiği değişimin ve dönüşümün ardından karşımıza çıkan yeni medya araçları kanalıyla hayatımıza giren sosyal medya platformlarının önemine ve işlevlerine değinilmektedir. Bunun yanı sıra kamusal alan kavramının gelişimine de yer verilerek sosyal medya, yeni bir kamusal alan kapsamında ele alınmakta ve etkin sosyal medya platformlarının tarihsel ve işlevsel özellikleri aktarılmaya çalışılmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, yapılan askerî darbe tanımının ardından Türkiye Cumhuriyeti’nde gerçekleşen askerî müdahalelerin gerçekleşme şekillerine değinilmekte ve

ardından da medya kanalları - asker arasındaki ilişkiler bağlamında, medyanın darbe ve muhtıra süreçlerindeki rolü gözler önüne serilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise öncelikle 15 Temmuz darbe girişiminin gerçekleşme sürecinde yaşanan olaylara ve kitle iletişim araçlarına yapılan müdahalelere yer verilmektedir. Sonrasında ise, araştırma kapsamında sosyal medya yeni bir kamusal alan olarak ele alınarak 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gün, bu kamusal alan içerisinde yerini alan Twitter'da, kanaat önderi olarak değerlendirebileceğimiz siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazete (Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, Habertürk) (gazeteciler.com) yazarlarının tweetleri incelenmektedir. Değerlendirmeye alınan kişiler takipçisi yüz binin üzerinde olan ve girişimin yaşandığı gün tweet atanlar olarak sınırlandırılmaktadır.

Yöntem olarak Van Dijk'in eleştirel söylem analizinin tercih edildiği çalışmada Twitter kanalıyla okuyuculara iletilen gönderi metinlerinin çözümlenmesiyle, Twitter'ın sanal bir kamusal alan olarak nasıl kullanıldığı, sosyal medyadaki okuyucuların nasıl yönlendirilmeye çalışıldığı ve ne tür söylemler üretildiği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla araştırma kapsamındaki 35 kişiye ait, 294 tweet öncelikle içerdikleri söylemler ve bağlamları da incelenerek çeşitli kategorilere ayrılmakta ardından da gerçekleştirilen metinsel çözümlene toplumsal, kültürel ve tarihsel bağıntılar eşliğinde gerçekleştirilmektedir.

1. KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA

1.1. MEDYANIN TANIMI

Kişilerin birbirlerini anlamaya, karşılıklı duygu ve bilgi aktarımı gerçekleştirmeye duydukları gereksinim, iletişim kurma ihtiyacını doğurmaktadır. Teknolojinin ve toplumsal yapının da uğradığı değişiklikler sonucunda insanların birbirleriyle kurduğu iletişim şekilleri değişikliklere uğramış, çeşitlenmiş ve karşımıza “kitle iletişim araçları” – “medya” gibi kavramlar getirmiştir.

Medya kavramı, dünden bugüne birçok iletişim bilimci tarafından farklı şekillerde tanımlanmış olup, kavram en genel anlamıyla, aktarıldığında yığınlara ulaşabilen her türden sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren geniş iletişim araçları yelpazesini kapsamaktadır. İngilizcesi “media” olan ve dilimizde “medya” olarak kullanılan sözcük “araç, orta, ortam, aracı” anlamlarına gelmekte olup Latincedeki “medium” sözcüğünün çoğulu durumundadır (Nalçaoğlu, 2003, s.43-44).

Günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle insan hayatının vazgeçilmez bir parçası olan kitle iletişim araçları; radyo, televizyon, gazete, bilgisayar, tablet, akıllı telefon vb. medya çatısı altında değerlendirilmekte ve kitlelerle iletişim olanağı sağlamaktadır.

“Medya kavramı, geçmişte, iletişimin sağlanması noktasında bir araç anlamına gelirken, günümüzde neredeyse iletişimin kendisi ile özdeşleşmiş durumdadır” (Gündüz ve Pembecioğlu, 2013, s.311). Bu durumun en önemli sebeplerinden birisi de medyanın etki alanının yıllar içerisinde artmasıyla doğru orantılı olarak insan hayatına olan müdahalesinin kişileri giderek daha çok etkisi altına almasıdır.

Medyanın özellikle kamuoyu üzerindeki etkisi yadsınamayacak derecede önem taşımaktadır. Asıl görevi kullandığı kanallar aracılığıyla kamuoyunu yani hedef kitleyi bilgilendirmek, haberdar etmek olan medya; bunun yanında eğitmek, eğlendirmek, mal ve hizmetlerin tanıtımını yapmak, ikna ile yığınları harekete geçirmek gibi görevleri de gerçekleştirmektedir (Aziz, 1981, s.51).

1.1.1. Geleneksel Medya

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte diğer birçok alan gibi medya alanında da değişim söz konusu olmuştur. Bilişim teknolojilerinin günümüzdeki kadar ilerleme katetmediği dönemde kullanılan kitle iletişim araçları, bilişim teknolojilerinin devreye girmesi ile hayatımıza dâhil olan kitle iletişim araçlarından farklı bir çatı altında değerlendirilmek üzere ‘geleneksel medya’ şeklinde ifadelendirilmektedir.

Geleneksel medya; gazete, dergi, radyo, televizyon gibi köklü geçmişe sahip iletişim ortamları olarak nitelendirilebilir (Gündüz, 2013, s.134). Genel anlamda değinecek olursak geleneksel medyada kaynak, hedef kitleye bir kanal aracılığı ile mesajını iletir. Hedef kitlede bir etki yaratmasına rağmen neden-sonuç içerisinde bir döngü oluşmaz yani geri besleme (feedback, dönüt) söz konusu değildir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında kitlelerle etkileşim kurulmaktan ziyade, mesaj alıcıya tüketilmek üzere gönderilir ve tüketilmesi beklenir. İnteraktif iletişimden yoksun olarak nitelendirebileceğimiz geleneksel medyada karşılıklı etkileşimden söz edilemeyeceği için tek yönlü, sınırlı ve mesajı gönderenin kontrolünde olan bir iletişim söz konusu olmaktadır.

1.1.2. Alternatif Medya Bağlamında Yeni Medya

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte yıllardır süregelen değişimler sonucu geleneksel medyanın tek tip iletişim ortamına tercih edilebilecek düzeyde bir ortam oluşmuş ve bu bağlamda insanların birbirleriyle etkileşim halinde olmalarını sağlayan alternatif bir medya olarak nitelendirebileceğimiz “yeni medya” kavramı doğmuştur.

Yeni medya; web 2.0, cep telefonları, avuç içi - cep bilgisayarları, dijital oyunlar ve oyun ortamları gibi yeni iletişim teknolojilerini kapsamaktadır. Web 2.0; “paylaşım” çatısı altında yer alan internet uygulamaları şeklinde özetlenebilmektedir (Çomu ve Binark, 2013, s.199).

Günümüzde yeni medya olarak tanımlanan yeni iletişim ortamları insanların günlük yaşantılarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve insan hayatının her alanını etkisi altına almıştır. Eğitim, eğlence, bilgi edinme, sosyalleşme vb. amaçlar doğrultusunda kullanılan bu yeni medya ortamları geleneksel medyaya alternatif olabilecek durumdadır.

Yeni medya ortamlarındaki alıcılar geleneksel medyadaki aksine sadece tüketen konumunda değil aynı zamanda katılımcı konumunda yer almaktadır (Büker, 2013, s.156). Geleneksel medyada içeriğin kontrolü gönderendeyken, karşılıklı etkileşimin söz konusu olduğu yeni medya ortamlarında alıcı, iletinin şekillenmesinde doğrudan söz sahibidir ve böylece iki yönlü iletişimden söz edilebilmektedir.

Katılımcı bireylerin, gündem konularını belirleyebilmeleri yeni medyanın gücünü ispatlar niteliktedir. Özellikle bilgisayar teknolojileri göz önünde bulundurulduğunda kişilerarası iletişimin son derece yoğun bir şekilde seyrettiği ve bunun sonucu olarak da toplumsal olaylar üzerinde rol sahibi olabileceği görülmektedir.

Günümüzde özellikle genç bireyler yeni medyanın kuralsız ve ironik dilini geleneksel medyanın tekdüze sesine tercih etmektedir (Kaypakoğlu, 2006, s.181). Yeni medya kavramı geleneksel medyaya alternatif olabilmekle birlikte tamamen ayrı değerlendirmek söz konusu değildir. Yeni medyadaki alıcı, geleneksel medyadaki alıcının iletişime dâhil edilmiş halidir.

Geleneksel medya, her ne kadar (devletin üç temel organı olan yasama, yürütme ve yargıya ek olarak) dördüncü kuvvet çatısı altında değerlendirilmeye çalışılsa da bunu karşılayacak en uygun kavram “yeni medya” olacaktır. Nitekim yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği özgürlükçü, interaktif, enformasyon hızının oldukça elverişli olduğu bu platform, kamuoyunun tutum ve davranışları üzerinde etkin bir role sahip olmaktadır.

Yeni medya teknolojileri güçlü olandan yana olma eğilimi yerine bireyi ön planda tutarak bilgiyi kolay ve hızlı bir şekilde yayıp organize olmaya imkân sağlamakta ve dolayısıyla da özellikle siyasi alanda şeffaf bir yapı yaratmayı ve hesap vermeyi zorunlu kılmaktadır (Türk, 2013, s.59).

1.2. SOSYAL MEDYANIN TANIMI

Birçok bilgisayarın birbirine bağlandığı, küresel bir iletişim ağı olan ve bilginin ön planda olduğu internet teknolojisinde giderek eğlence ve ticaret ön plana çıkmıştır. Genel anlamda internet, milyarlarca insanın etkileşim kurduğu, haberleştiği bir sosyal mecra olarak tanımlanabilmektedir (Kara, 2003, s.108).

Sosyal medya, kullanıcıların etkileşim halinde olduğu, birbirleriyle her türlü yazılı ve görsel içeriği paylaşabildiği bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel medyadaki alıcıların aksine pasif durumdan kurtulup aktif bir yapıya kavuşan alıcılar, bu ortamda iletişime doğrudan katılım fırsatına sahip olmuşlardır.

Tek yönlü mesajların yerini döngü halindeki çift taraflı mesajların aldığı sosyal medya ortamları kullanıcı kaynaklı platform özelliği taşımakta ve bu bağlamda interaktif iletişim modeli söz konusu olmaktadır.

Bir başka şekilde dillendirmek gerekirse sosyal medya, geleneksel medyadaki iletileri yoğurup tekrar şekillendiren ve dağıtan bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Sözeri, 2012, s.270). Sahip olduğu hız ve etkileşim sayesinde, geleneksel medyaya oranla çok daha fazla enformasyon akışının olduğu görülmektedir.

1.2.1. Sosyal Medyanın Tarihi

İnternetin, özellikle son elli yıl içerisinde iletişim ortamlarında yaptığı köklü ve sağlam değişikliklerden yola çıkılarak ‘internet çağı’ olarak nitelendirebileceğimiz bu dönemde iletişim modellerinde önemli değişikliklere imza atılmıştır. Özellikle sosyal medya ortamlarının hayatımıza girmesiyle birlikte gerek bireysel gerekse toplumsal olarak belirli değişimlere uğramamız kaçınılmaz olmuştur.

Hayatımıza gireli çok uzun zaman olmamakla birlikte sosyal medya, yaşantımızın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaktadır. Sosyal medya mecralarının hayatımıza dâhil olma süreçlerine değinecek olursak; 2004 yılında Harvard öğrencilerince kurulan Facebook sosyal ağının kuruluş amacı üniversite içi iletişim kurmaya yöneliktir. Myspace de aynı yıl

kurulmuş ve çok kısa zamanda 1 milyon katılımcıya ulaşmıştır. LinkedIn ise profesyonel kişiler için oluşturulan bir sosyal platform olup 2003 yılında sosyal medya içerisinde yerini almıştır. 2005'te Youtube'a ilk içerik yüklenmiş 2006'daysa 140 karakter söylemiyle Twitter hayatımıza dâhil olmuştur (pdi.com.tr, 2017).

2010 yılında internet âlemine giren Instagram günümüzde en aktif kullanılan sosyal mecralar arasında yer almaktadır. Google Plus, 2011 yılında özel davetiye yoluyla tanıtılmıştır. 2012'de ise Vine platformu Twitter tarafından tanıtılırken Facebook da 1 milyon kullanıcıyı görmüştür. Bunlara ek olarak kullanıcılara canlı yayın imkânı tanıyan Periscope da 2015 yılında sosyal medya mecralarından biri olarak hayatımıza girmiştir (pdi.com.tr, 2017).

1.2.2. Sosyal Medyanın Önemi ve İşlevsel Özellikleri

Teknolojik gelişmeler sonrasında değişim ve dönüşüme uğraması kaçınılmaz olan medya; siyasetin, demokrasinin, kamuoyunun vb. sağlam yapılarının oluşumundaki temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bundan dolayı yıllar geçtikçe medyanın önemi artmaktadır. Bu bağlamda özellikle kitle iletişim araçları görevlerini yerine getirmeli, sorumluluklarını unutmamalı ve sağlıklı bir işleyişe sahip olmalıdır (Öker, 2003. s.237).

Sosyal medya ortamları bireylerin eğitim, ticaret, eğlence vb. çeşitli alanlarda birbirleriyle etkileşim halinde oldukları, karşılıklı olarak birbirlerine duygu ve düşüncelerini aktarabildikleri bir mecradır. Bunlar göz önünde bulundurulduğunda geleneksel medyadaki alıcıların aksine interaktif bir konuma gelen kullanıcılar, sosyal medya içeriklerinde rol sahibi olan aktörler arasında yerini almıştır. Bu yüzden sosyal medya, insan ilişkileri açısından bakıldığında son derece önem arz eden bir platform durumundadır.

Sosyal medya belli bir öneme sahip olmasının yanında çeşitli işlevsel özellikleri de içerisinde barındırmaktadır. Sosyal medyanın bireyler üzerinde bilgilendirme, farkındalık yaratma, eğitme, toplumsallaştırma gibi işlevleri bulunmaktadır (Duman, 2009)

Sosyal medya üzerinden eskiye oranla bilgiye ulaşmak çok daha hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Gündemde neler olup bittiği ile ilgili bilgi sahibi olmak isteyen bireyler genel olarak çaba sarf etmeksizin sosyal medyada karşılıklarına çıkan son dakika haberleri veya

paylaşımlar sayesinde bu bilgiye sahip olmaktadırlar. Önemli olarak addedebileceğimiz haberler televizyon, radyo, gazete gibi mecralarda yayın akışına dâhil olmadan önce sosyal medyada yerini çoktan almakta ve aynı hız ile yayılmakta olup bilgiye erişim gecikmeden sağlanmaktadır.

Basit kullanımı ve erişime kolay ulaşılabilirliği gibi özelliklerinin de avantajı ile sosyal sorumluluk, sağlık, eğitim, siyaset vb. ile alakalı toplumsal olay veya önemli bir haber konusunda bireyleri bilinçlendirmek ve farkındalık yaratmak adına sosyal medyaya büyük görev düşmektedir.

Geçmiş yıllara göre önemi gün geçtikçe artan sosyal medyanın, önemli işlevlerinden birisi de eğitim alanındadır. Öğrenci veya öğretmenlerin eğitim süreçlerine basit bir şekilde entegre edilebilen sosyal ağ ortamlarında bireyler birçok bilgi içeriğine sahip anlık iletiler paylaşarak diğer kullanıcıların eğitim süreçlerine katkıda bulunabilmekte veya eğitim amaçlı çeşitli gruplar oluşturabilmektedir. Oluşturulan bu gruplar türlü kaynakların paylaşılabilirdiği, belli başlı konuların tartışılabilirdiği, soru-cevap şeklinde bilgi alışverişlerinin gerçekleşebildiği, ders saatleri ve içeriklerinin duyurulabilirdiği platformlar olarak işlev görebilmektedir.

İnternet teknolojilerinin şimdiki kadar gelişmediği dönemde, geleneksel kitle iletişim araçlarından olan televizyon; şimdiye kadar geçmişte sadece din tarafından organize edilebilen, her türlü sosyal gruba ortak iletiler gönderebilmiş ve ortak bir kültür oluşturabilmiştir (Batuş ve diğerleri, 2006, s.28). Geleneksel medyanın teknoloji ile şekil değiştirmesiyle birlikte karşımıza çıkan sosyal medya ortamları, içerisinde barındırdığı etkileşim unsurunun da etkisiyle kullanıcıların sosyalleşebileceği bir mecra konumundadır. Dolayısıyla bu platformların toplumsallaştırma işlevini de büyük oranda üstlendiği görülmektedir.

1.2.3. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı

İletişim, sadece sözel bir süreci kapsamamakla birlikte bireylerin karşılaştığı, diyalog kurduğu her yerde, her durumda, her mekânda ayrı bir dil biçimi içerisinde kodlanmaktadır (Oskay, 1992, s.9). Gerek geleneksel medya gerekse sosyal medya; kaynağın, alıcının, mesajın ve iletinin olduğu bir ortamdır. Bu bağlamda benzer özellikler gösterecek de sosyal medyaya, temel iletişim modeline ek olarak “etkileşim” unsuru eklenmiş ve alıcıya, kaynağa geri bildirim yapma olanağı tanınmıştır. Böylece tek yönlü iletişimden çift yönlü iletişime geçiş söz konusu olmuştur. Bu özellik sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılan en önemli özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Geleneksel medya araçlarından olan televizyonun icadı ile fotoğraf, telefon ve radyoya birlikte sinemaya da ciddi bir darbe inmiştir (Cavallier, 2004, s.236). İnternet teknolojilerine de aynı gözle bakılarak geleneksel medya araçlarından belki de en önemlisi olan televizyona bir darbe inmiş gibi görünse de aslında sosyal medya geleneksel medyanın ikamesi değildir ve özellikle televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarından beslenmektedir.

Sosyal medya her ne kadar geleneksel medyadan besleniyor olsa da daha özgürlükçü ve katılımcı bir yapıya sahiptir. Sosyal medyanın etkileşim unsurunu da içerisinde barındırması dolayısıyla bireyler, etkilere anlık tepkiler ile geri dönüşlerde bulunabilmektedir. Bireyler duygu ve düşüncelerini anlık olarak sosyal medyada paylaşma imkânına sahipken geleneksel medya ortamlarında böyle bir imkân söz konusu olmamaktadır.

Sosyal medyadaki içeriğe erişilebilirlik hızı çok daha fazla olduğundan herhangi bir paylaşım üzerinde düzeltme yapma veya içeriği silme eylemi çok kısa bir zamanda gerçekleşirken, geleneksel medyada süreç bu şekilde işlememektedir. Herhangi bir televizyon veya gazete haberinin hatalı bir içeriğe sahip olduğuna dair açıklama veya özür metni söz konusu olacaksa, televizyondaki düzeltme bir sonraki haber akışına, gazetedeki düzeltme ise ertesi günkü gazete basımına dâhil edilebilmektedir.

Sosyal medyada gerçekleştirilen yayınların maliyeti, geleneksel medyada gerçekleştirilen yayınlara göre oldukça düşüktür. Kişiler Facebook, Twitter, Instagram, Periscope vb. gibi ücretsiz hesaplara sahip olduktan sonra yayınlarını istedikleri gibi gerçekleştirebilmektedir. Bunun yanı sıra reklamını yapmak isteyen şirketler veya kurumlar için de sosyal medya ortamları, maliyet açısından oldukça tercih edilen mecralar haline gelmiştir. Geleneksel medya araçları aracılığı ile yayın yapabilmek için belli bir statü sahibi olunması veya yeterli eğitim düzeyine sahip olunması gerekmektedirken tercih edilen herhangi bir sosyal medya platformu aracılığı ile yayın gerçekleştirmek için böyle bir zorunluluk söz konusu olmamaktadır. Yayın yapma imkânı bağlamında avantaj olarak değerlendirilebilecek olan bu özellik zaman zaman bilgi kirliliği açısından olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

1.2.4. Sosyal Medyanın Gündem Belirleme ve Kamuoyu Yaratmadaki Rolü

Medya; kitleleri, ne hakkında ve nasıl düşünceleri gerektiği şeklinde yönlendirerek günün şartlarını da göz önünde bulundurarak bir gündem konusu oluşturabilmekte ve bu doğrultuda da genel bir kamuoyu portresi yaratabilmektedir. Özellikle geleneksel medyaya ek olarak sosyal medyanın da hayatımıza girmesiyle birlikte gündem konularının belirlenmesi ve istenilen kamuoyunun oluşabilmesi için yeni bir platform daha sağlanmıştır. Olay, olabildiğince gündemde tutulmak isteniyorsa sık aralıklarla ve tekrar edilerek alıcıya ulaştırılmaya çalışılmaktadır. Zihnin görsel hafıza dediğimiz bölümü de bir olaya ne kadar çok tanık olursa o olaya o kadar önem addetmektedir. Bireylerin etkileşim halinde olmasının da verdiği bir döngü içerisinde haberler, olaylar, paylaşımlar interaktif bir şekilde bilgi alışverişine dâhil olmaktadır.

Walter Lippman'a göre sahip olduğumuz çevre ile ilgili bilgilerin büyük bir çoğunluğu bizlere kitle iletişim araçları aracılığıyla ulaşmaktadır. Lippman, "Kişinin başından geçmemiş bir olay hakkında sahip olabileceği tek duygunun, söz konusu olayın zihnindeki imajının yarattığı duygu olduğunu" ifade etmektedir (Atabek, 1998, s.159).

Medya gündeminde genel olarak; siyaset, doğal afet, ekonomi, ölüm gibi konular yer almakta ve toplumda da bu konularla ilgili tutumlar oluşmaktadır. Bu süreçte bireyler

aldıkları mesajlara içsel olarak yatkınlıklarıyla ve mesaja tanık olma sıklıklarıyla doğru orantılı olarak tutumları doğrultusunda davranışlar sergilemektedir.

Medya gündeminin oluşmasını sağlayan temel faktörler ise şunlardır;

- Medya çalışanları ve öncesinde edinmiş oldukları tecrübeler ile kişilerle olan etkileşimleri,
- Gerçek hayatta olan mühim meseleler (Atabek, 1998, s.165).

Sosyal medyanın gündem ve kamuoyu oluşturmadaki rolü günden güne büyümekte ve bu doğrultuda da güçlü bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gücün bilincinde olan siyasetçiler de halktan olarak nitelendirebileceğimiz kesimden bireyler de kendi duygu ve düşüncelerini bu platformda dillendirerek ulaşmak istedikleri alıcılara hızlı ve etkili bir şekilde seslenme imkânı bulmaktadır.

Sosyal medya gündemi, genellikle geleneksel medyadaki gündem ile aynı doğrultuda şekillense de içerisinde bulunan ortamın etkileşim unsurunu içerisinde barındırması dolayısıyla bilgi akışına dâhil olan kullanıcıların fikir beyanları ile farklı bir gündem etrafında da şekillenebilmektedir. Bilhassa sosyal medya platformlarında hangi meselelerin gündemde kalacağı, neyin gündemi meşgul edeceği kullanıcıların içerik paylaşımları doğrultusunda şekillenebilmektedir. Geleneksel medyada gündemin şekillenmesinde önemli rol oynayan eşik bekçilerinin sosyal medya ortamlarında söz konusu olmaması, gündemin belirlenmesini geleneksel medyanın tekelden çıkarmaktadır (Korkmaz, 2015 s.85).

1.2.5. Sosyal Medya ve Yurttaş Muhabirliği

Son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle doğru orantılı olarak özellikle cep telefonlarının kamera performansları da artış göstermiştir. Önceleri sadece arama ve mesajlaşma özellikleri üzerine kurulu bir iletişim aracı olan cep telefonları yıllar içerisinde birçok özelliklerle donatılmıştır. Telefonlarda yaşanan bu teknolojik gelişmeler ve medya araçlarının, internetin hayatımıza dâhil olmasıyla birlikte hızlı bir şekilde dönüşüme uğraması sonucunda “yurttaş muhabirliği” kavramı hayatımıza giren yeni bir kavram olmuştur.

Yurttaş muhabirliği kavramını içerisinde yoğuran sosyal medya, habercilik açısından da avantajlar sunmaktadır. Yığınlara iletilmek istenen mesajların sansürlenebildiği geleneksel medya mesajlarına karşılık sosyal medyada içerikler bireylere özgürce ulaşma imkânı bulmaktadır (Bostancı, 2010, s.46).

Yurttaş muhabirliği hayatımıza son yıllarda dâhil olan bir kavram olup avantajları kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Özellikle yalan haberlerin ortaya atılması ve bu medya ortamının bilgi çöplüğüne dönüşmesi gibi ihtimaller söz konusudur. Fakat toplum olarak bilinçlenmenin önünü açması, bilgi akışına hız kazandırması, çevre olaylarına karşı duyarlı olunmasına yönelik tutumlar oluşturması vb. özellikleri dolayısıyla olumlu yönleri daha ağır basmaktadır.

Yurttaş muhabirliği denilince akla gelen ilk mecra sosyal medya olmasına rağmen geleneksel medyada da artık bu muhabirlerin görüntülerine yer verilmektedir. Kimi televizyon ve gazeteler Whatsapp ihbar hattı oluşturarak veya mail adreslerine görüntülerin yollanması üzerine vatandaşlara seslenmektedirler. Gelen görüntülerin paylaşımı, sosyal medyadaki aksine süzgeçten geçirilerek haber servisi yapılmaktadır. Bu yönüyle haber veya görüntülerin yanlış olma ihtimali, topluma servis edilemeyecek kadar şiddet içermesi vb. gibi kötü durumların önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

1.3. YENİ BİR KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA

1.3.1. Kamusal Alan Kavramının Gelişimi

Kamu kelimesi Latince “publicus” kelimesiyle ifade edilmektedir. Publicus: devlete ait, halka ait, umuma ait, genel, yaygın, kamu görevlisi gibi anlamlara gelmektedir. “Sözcük etimolojik olarak ergen, erişkin olmayla [pubes - entis], aynı zamanda açıklıkla, açık olmayla, herkesin önünde olmayla da [de publico: toplum hesabına, in publico: açıkça herkesin önünde, publice: devlet adına, hesabına, hep beraber, birlikte] bağlantılıdır” (Kabağaç ve Alova, 1995, s.490-491).

Türk Dil Kurumu’na ait olan Güncel Türkçe Sözlük’te “kamu” kelimesi, “1. Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü, 2. Bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme, 3. (sıfat)

Hep, bütün” şeklinde ifade edilmiştir (tdk.gov.tr, 2017). Habermas ise kamu kelimesini şu şekilde tanımlamıştır:

“Kamu, kendisini, özel alandan ayrı bir alan olarak ortaya koyar. Bazen de kendisini çok basit düzeyde, kamu gücünün karşıtı bir alan olarak, kamuoyu alanı görünümünde sunar. Duruma göre, kimi kez devlet organları, kimi kez de halkın iletişimine hizmet eden basın gibi medya unsurları ‘kamusal organlar’ arasında sayılır.” (Habermas, 2000, s.59).

Kamu kelimesinin manalarına baktığımız zaman kelimenin, halkın tamamını karşılayabildiği gibi devleti ve devletin organlarını da karşılayabildiğine tanık oluruz. Her manada kamu, özel zıttı bir anlama karşılık gelmektedir. Bunun sebebi ise kamu kelimesinin içeriğinde açıklık, çokluk, birliktelik gibi unsurları barındırmasıdır.

“Kamusal alan” kavramı tanımlanmak istendiğinde içerisinde barındırdığı farklı anlamlardan kaynaklanan, kavramın anlaşılabilirliği ile alakalı sorunlar söz konusu olmaktadır. Kavramın ilk anlamı mekânsal bir kavramı karşılarken ikinci anlamı da normatif bir ilkeyi, bir ideali karşılamaktadır. Kavram mekânsal bağlamda ele alındığında, sosyal hayatımız içerisinde ürettiğimiz düşüncelerin, deneyimlerin, söylemlerin paylaşılarak bir dolaşıma sokulduğu ve fikir alışverişinde bulunulduğu toplumsal alanlar, kamusal mekânlar olarak ifade edilmektedir. İdeal ve normatif bir bağlamda ele alındığında ise, kamusal sözcüğünün açık, eleştirel, ortak ve aleni anlamlarına geldiği görülmektedir. Aslında özerklik, çoğulluk, açıklık, öz düşünüm ve eleştiri özgürlüğü anlamlarına gelen “glasnost” sözcüğü de kavramın ilkesel tarafını ve modernlik yönünü oldukça iyi karşılamaktadır (Özbek, 2004, s. 40-41).

Kamusal alan kavramı Güncel Türkçe Sözlük’te, yalnız “Kamuya ait, kamu ile ilgili işlerin yapıldığı yer.” (tdk.gov.tr, 2017) olarak tanımlansa da aslında bu kavramın daha geniş anlamlar içerdiği görülmektedir. “Kamusal alan” tamlamasıyla, öncelikle, sosyal hayatımız içerisinde, halkın genel düşüncesinin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bütün vatandaşların bu alana ulaşımı güvence altına alınmıştır. Özel bireylerin kamusal bir bağlamda toplandıkları her konuşma sırasında, kamusal alanın bir parçası hayat bulmuş olur. Bu tip toplu haldeki bireylerin hareketleri; herhangi bir iş ve mesleğe sahip kişilerin özel işlerini hallederken yaptıkları hareketlere de devlet kurumlarında çalışan üst düzey yöneticilerin yasal sınırlara tabi olan hareketlerine de benzemez. Vatandaşlar ancak, genel

faýdaya ýönelik olaylarla ilgili kısıtlanmamış bir şekilde, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini dillendirme ve halka sunma özgürlükleri güvence altına alınmış bir şekilde tartışabildikleri zaman kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar (Habermas, 2004, s.95).

Habermas'a göre kamusal alan, bireylerin hür ve eşit bir şekilde interaktif iletişim sağladığı bir alan olarak ifade edilmektedir. Bu alandaki müzakereler sonrası bireyler şahsi gerçek çıkarlarını kavrayacaklar ve bu doğrultuda yaşamlarına yön veren ölçütleri belirleyebileceklerdir (Yükselbaba, 2008, s.230).

Habermas, prensip olarak kanaatlerin kamuoyunun temelini oluşturduğunu ileri sürmektedir. Kamuoyu, kanaatleri işleyen eleştirel aklın ürünüdür. Bu unsurlardan herhangi birinin noksanlığı durumunda veya görevini icra edememesi halinde Habermas'ın üzerinde durduğu kamusal alan kavramının oluşması engellemektedir. Bundan ötürü vatandaşların kamusal problemlerle alakalı düşüncelerini dillendirmesi, bu düşünceleri dolaşıma sunması hem kamuoyu oluşumu hem de kanaatlerin oluşumu bakımından oldukça önem taşımaktadır. Kamusal alanla ilgili bir diğer görüş de Nancy Fraser'e aittir. Fraser, kamusal alanı, devlete yönelik eleştirel söylemlerin üretildiği ve bu söylemlerin medya aracılığıyla dolaşıma sokulduğu bir alan şeklinde ifade etmektedir. Hem Fraser hem de Habermas bu kavramı devletin dışında bir alan olarak görmektedir ve vatandaşların devlete yönelik eleştirilerini devam ettirmeleri halinde demokrasinin gelişeceği, kamusal alanın kapsamının genişleyeceği ve bu alanın devleti kontrol eden, dengeleyen ve karşı ağırlık oluşturacak bir alan olacağı görüşünde hemfikirdirler (Ayan, 2013, s.4-5).

Hannah Arendt'e göre kamusal alan, eylem etkinliğiyle donatılmış bir kavramdır. Kamusal alanda yer edinebilmek, hür olabilmek ve bu sebeple vatandaşlık mertebesine yükselip insanca yaşayabilmek demektir. Özel alan ise, bireylerin hayata geldikleri andan itibaren içerisine dâhil oldukları doğal bir alan olup bu alanda, tutum ve eylemlere egemen olan, hayat mücadelesi ile hayatın korunmasına dönük endişeler ve yatkınlıklardır. Bu bağlamda Arendt, bu alanda süren bir hayatı, insani bir yaşam sürmek için ihtiyaç dâhilinde olan birçok özsel şeyden mahrum olunan bir hayat olarak görür. İnsanın kendisini gerçekleştirebileceği esas alanı kamusal alan şeklinde ifade eder. Kamusal alan, bireysel yaşamların kalıcı olmayışına ve beyhudeliğine karşı bir güvence olarak görülmektedir. Bu

bağlamda kamusal alan, insanların diğer canlılardan farklı olduklarını gösterebileceği davranış biçimlerini sergileyebilecekleri bir alan niteliğindedir (Yılmaz, 2007, s.109).

Kamusal alan ile ilgili Roma döneminde aldıkları şekille bizlere iletilen Yunanca kökenli kategoriler mevzubahistir. Olgun Yunan şehir devletlerinde hür yurttaşların birlikte kullandığı “polis”in alanı, tek tek kişilere özel olan “oikos”un alanından kati bir şekilde ayrılmıştır. Kamusal hayat, bios politikos, pazar meydanında, agorada süre gelir ama mekânsal yönden bağlanmış değildir (Habermas, 2005, s.60).

Kamuoyu ve kamusal alan kavramları, somut bir tarihi zaman dilimi olan 18. yüzyılda türeyip anlamsal bağlamda var olmuşlardır. Bu yüzyıla dek ortak düşüncelerin anlatımı olan kültürel birikim ve düzgüsel tutumlara tanıklık edilmiş olursa da esas anlamda karar alıp verebilen dinamik kamunun kendini göstermesi, temsili kamunun parçalanışıyla söz konusu olmuştur. Burjuvazinin kendini hissettirmesiyle, burjuva anayasal devlet, belirli menfaatleri bir araya getirmiştir. Bu oluş 17. yüzyılda sinyallerini vermiş, 18. yüzyılda da burjuvazinin birçok alanda etkin bir güç kazanmasıyla, bir burjuva iktidarı ve onun somut belirtileri olan halk hâkimiyeti ve demokrasi çerçevesinde kamusal alan gerçekleşmiştir (Yükselbaba, 2008, s.53).

18. yüzyılda Paris ve Londra’da bulunan kahvehanelerdeki serbest tartışma platformları, değişik düşünce ve bakış açılarının bulunduğu gazete ve dergiler, 19. yüzyılda kamusal alanın şekil değiştirmesi sonucunda yok olmuştur. Kamusal erk ile özel alanın ayrışması sonucu ortaya çıkan kamusal alan, içerisinde değişik çıkar ve düşüncelerin anlatımlanmasını mümkün kılmışken, fiziksel mekânlar ve sahipliğin ortadan kalkması ile bu alan dönüşüm geçirmiştir. Yayıncılık sektöründeki tekelleşme, kamusal alan içerisindeki özgür iletişim ortamlarının yok olması ve sosyal yapıda görülen değişiklikler, günlük hayat pratiklerinin, hem kamuoyu oluşumunu, hem de toplumsal muhalefetin örgütlediği iletişim şeklini tedavülden kaldırmıştır. 19. yüzyılda bu alanda başlayan dönüşümün yanı sıra, 20. yüzyılda da kamusal ve özel alanın iç içeliği söz konusu olmuştur (Yaşın, 2002, s. 96).

Habermas, 17. yüzyıldan itibaren kamusal alanın oluşumunda ve gündemin belirlenmesinde mühim bir yere sahip olan iletişim aygıtlarının bir müddet sonra ortaya çıkan teknolojik değişiklikler ve ticarileşme sonrasında bozulduğunu ifade etmiştir. Kitle iletişim

araçlarının ticarileşmesi sonrası vatandaşların kamusal meselelerle ilgili fikirlerinin şekillenmesinde ekonomik endişelerin öne çıktığını öne süren Habermas, bu sebeple kamusal alanın tam anlamıyla oluşturulamadığını ileri sürmüştür (Ayan, 2013, s.19).

1.3.2. Kamusal Alan ve Sosyal Medya

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan internet, kullanılmaya başlandığı günden itibaren bütün dünyaya hızlı bir şekilde yayılmıştır. Bu buluş sadece bilişim teknolojileri kapsamında kalmayıp toplumsal açıdan da bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. İnternet alt yapısına sahip olan yeni medya araçları, içerisinde barındırdığı özellikler ve geleneksel medya araçlarından ayrılan yönleriyle birlikte kitle iletişim araçları içerisinde etkin bir konumda yerini almıştır.

Gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının “eski medya” şeklinde isimlendirilmelerine karşılık, etkinliğini gün geçtikçe artıran internet teknolojilerinin “yeni medya”, “sosyal medya” veya “ikinci medya çağı” şeklinde isimlendirilmesi, içerisinde bulunulan sürecin yapısal dönüşümüne işaret etmektedir. Bunun yanı sıra yeni medya aracı olarak sosyal paylaşım ağlarının (sosyal medyanın) varlığının gün geçtikçe etkisini artırması ve yüksek oranda reel yaşamın sanal ortama taşınması da yaşanan dönüşümü gözler önüne sermektedir (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011, s.72). Sosyal medya ortamlarında klasik kamusal alan tanımlarının aksine kamusal ve özel ayrımı ortadan kalkarak bu iki ortam neredeyse iç içe bir hâl almış durumdadır. Sosyal medya ortamlarının kullanım şekliyle alakalı olan bu durum kamusal alan kavramının tanımlanmasında bir genişlemeye yol açmaktadır.

Habermas'ın kamusal alan ile ilgili ifade ettiği keskin sınırların geçerliliğinin içerisinde bulunulan teknoloji çağı birlikte sona erdiğini söylemek mümkündür. Bilhassa yeni/sosyal medya kazanımlarından olan toplumsallaşma özelliğinin yardımıyla bu ortamlarda yeni bir kamusal alanın varlığı söz konusu olmuştur. Yeni medya teknolojileri ile birlikte özel alan kapsamına giren bilgisayar, tablet, cep telefonu ve hatta televizyon aracılığıyla dünya çapında bağlantılar gerçekleştirilerek kamusal ve özel alan arasındaki belirgin ayrımın yok oluşuna tanık olunmaktadır. Daha farklı bir şekilde söylemek gerekirse yeni medyanın insan hayatına girmesiyle klasik kamusal alan tanımı, vatandaşların bir araya gelerek belli başlı

konuları tartıştığı, haberleştiği bir kamusal alandan, Michael Hauben'in tanımıyla sanal bir kamusal alana dönüşmüştür (Koçak, 2015).

Sosyal medya platformları, vatandaşların ortak meseleler ile ilgili problemleri tartışabildikleri bir iletişim ortamı olması dolayısıyla yeni bir kamusal alan potansiyeline sahiptir. Sosyal medya ortamlarının, içerisinde barındırdığı ve onu geleneksel medyadan ayıran özelliklerden belki de en önemlisi olan etkileşim özelliğine sahip olması onu müzakereci bir kamusal alan olabileceğini göstermektedir (Göksu, 2016, s.38-39).

İletişimin kapsamı genişledikçe, daha komplike bir hâl aldıkça ve daha katılımcı oldukça; bireyler çok daha fazla, enformasyona erişme, fikirlerini beyan etme, kamusal söylemlerde bulunma ve kolektif hareketleri destekleme kabiliyeti elde etmiştir (Shirky, 2017, s.158). Sosyolog Elihu Katz ve Paul Lazarsfeld'e göre fikirler ilk olarak medya aracılığıyla iletilmekte, daha sonra aile bireyleri ve arkadaşlarca tartışılmakta sonrasında ise politik düşüncelerin şekillendiği sosyal adım devreye girmektedir. Bu adım genel anlamda internet özel olarak ise sosyal medyanın başlık yaratabileceği bir adımdır. İnternet, farklı görüşlere sahip bireylerin gizli veya açık bir şekilde fikirlerini beyan edebildiği ve tartışabildiği bir ortam niteliğindedir (Shirky, 2017, s.164).

İnternet ve sosyal medya ortamları halkın genel düşüncesini ve müzakere ortamını sağlamada yeni olanaklar tanımaktadır. Gündelik hayattaki konularla ilgili dayanışma ortamı oluşturma veya türlü sosyal hareketleri organize etme gayretinde olanlar bakımından daha süratli bir şekilde organize olma ve bilgilendirme gereksinimi, geleneksel medya ile mukayese edildiğinde, yeni medya araçlarının bu amaçlar doğrultusunda kullanılmasının hesaplı, basit ve zamandan tasarruf olduğu görülmektedir (Göksu, 2016, s.38).

Sosyal medya ortamları, birçok yönden farklılık barındırdığı geleneksel medyaya göre kamusal bağlamda zaman ilerledikçe faal katılım gösteren ve müzakere ortamına zemin hazırlar bir şekle dönüşmekte, vatandaşların kamusal sorunlarla alakalı interaktif bir iletişim kurmasına olanak tanımaktadır (Göksu, 2016, s.40).

Sosyal medya ortamlarında oluşan kamusal alan; kullanıcılarının günden güne çoğaldığı internet ortamlarında sanal faaliyet sayısının artması, bu ortamlardaki siyasal katılım imkânı sayesinde bireylerin düşüncelerini ifade edebilmesi ve belli bir konu ile ilgili

fikir alışverişinde bulunulabilmesi gibi unsurlar etrafında şekillenmektedir (Wilhelm, 2000, s.33-34). Sosyal medya ortamlarının yeni bir kamusal alan oluşturabileceği düşüncesini olumlayan görüşler, bu ortamların, değişik kimliklerin temsil edilebildiği ve hür tartışma ortamlarında oluşturulmuş yeni kamusal alanlar inşa edebileceğini iddia etmektedirler (Köse, 2007, s.174).

Yeni medya ortamlarının, katılımı teşvik eden imkânları sayesinde, yazılı basın, telefonun ve telgrafın geçmişte yaptığına benzer bir şekilde özgürlükleri artıracığı düşünülmektedir. Yeni medyanın politik bir güç oluşu ile ilgili tek problem, bireylerin birçoğunun yeni medya araçlarını kolaylıkla ticaret, toplumsal yaşam veya dikkat dağıtıcı bir şekilde kullanabilmeleridir; fakat bu durum bütün medya kanallarını kapsamaktadır. (Shirky, 2017, s.161).

Hayatımıza dâhil olan yeni medya araçlarını (bilhassa cep telefonlarını) benimsemek, reel yaşamdaki hadiseleri belgelemenin her yerde bulunan bir yoldur ve olasılık dâhilinde gelecekteki birçok politik hareketin bir parçası olacaktır. Fakat bu durum bu ortamlardan yararlanan her politik hareketin başarıya ulaşacağı manasına gelmemektedir çünkü devlet reaksiyon gösterme erkini kaybetmemiştir. Devlet bu ortamları yasaklama veya bunlarla iş birliği yapma şekillerinde kullanılabilir (Shirky, 2017, s.168).

Bir başka konuya değinmek gerekirse, Dahlgren'in (2017, s.179), Wilhelm'in (2000) görüşlerine de yer verdiği gibi, internet kullanımının siyasi amaçlar doğrultusunda kullanılma payı diğer kullanılma amaçları ile kıyaslandığında daha az bir orana sahip olabilmektedir. Sosyal medya ortamlarındaki etkileşim, yalnızca bir yere kadar kamusal alanın belirtileri şeklinde uygun bulunabilir. Demokratik müzakerenin; tüketim, eğlence, sohbet ve siyaset dışı ağ oluşturma gibi eylemlerin gölgesinde kalma olasılığı söz konusudur. Margolis ve Resnick'e göre "İnternet üzerinde kapsamlı bir siyasi hayat bulunmaktadır ancak çoğunlukla internet dışı bir siyasi hayatın uzantısıdır." ve bu bağlamda siyasi anlamda büyük değişimlerin olması beklenmez (Dahlgren, 2017, s.182).

Sosyal medya üzerinde oluşturulabilecek bir kamusal alana yönelik olumsuz bakış açısına göre, bu ortamlar sosyal, siyasi ve ekonomik hayatta mevcut olan eşitsizlikleri yok etmekten ziyade onları devam ettirmektedir. Teknolojik anlamdaki gelişmeler iletişim

maliyetlerini azaltmaktaysa da diğer taraftan bu teknolojik imkânlarla erişim sağlayamayanları daha da sert bir şekilde dışarıda bıkarak eşitsizliği şiddetlendirmektedir (Tilly, 2004, s.98).

Kamusal müzakerenin gerçekleştiği zaman diliminde toplumda kendini gösteren sosyal, kültürel, ekonomik eşitsizlikleri görmezden gelmek gerçekleştirilen bilgi alışverişine olan katılımdaki eşitsizliği ortadan kaldırmamaktadır. Üstelik böyle bir durum karşısında yokmuşçasına davranmak sosyal yaşantıdaki hakîm grupların lehine, bağımlı grupların ise aleyhine işleyebilmektedir (Fraser, 2004 s.114). Bunun yanı sıra sosyal medya üzerindeki kamusal alanlarda bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesinin seri bir biçimde değişiklik gösterebilmesi ve şahsi meseleler ile kamusal meselelerin iç içe girmesi hafızanın zayıflığından doğabilecek müzakere ile ilgili problemler doğurabilmektedir (Göksu, 2016, s.41).

Göksu (2016, s.42), McQuail'in (2004, s.4) görüşlerine katılarak sosyal medya platformlarında yeni bir kamusal alan düşüncesini olumlayanların, sosyal medyayı bireysel ve toplumsal özgürleşmenin bir aracı olarak görmekte olduğunu; bu düşünceye karşı olumsuz bir bakış açısına sahip olanların ise küresel şirketlere ve sosyal medya ortamlarının ticari yönünü belirterek bu ortamların özgürleştirici niteliklerinden çok kâr ettirme gizillerine vurgu yaptığını ileri sürmektedir.

Sosyal medya ve kamusal alanla alakalı olumsuz bakış açısına sahip olan düşünürlerin asıl iddiaları arasında yer alan diğer bir iddiaya göre; devletlerin hukuki düzenlemeler veya sansür gibi yöntemlerle sosyal medya ortamlarındaki enformasyon akışının hızına müdahale edebilmeleri dolayısıyla bu açıdan bakıldığında sosyal medya ortamları yeni bir kamusal alan niteliğine sahip olamaz, yalnızca onun bir parçası konumunda olabilir (Shalken,1998, s.168).

Sosyal medyanın demokratik işlevleri ile ilgili tartışmalar sürüp gitse de müşahede edilen bir hakikat vardır ki o da, artık kamuoyu gündeminin belirlenmesinde yalnızca geleneksel kitle iletişim araçlarının belirleyici olmadığı ve gündemle ilgili içerik oluşturmanın sosyal medyaya erişim imkânı olan herkes için olanaklı hale gelmiş olmasıdır (Göksu, 2016, s.42).

Bireyler, siyasi düşüncelerini dillendirirken yüz yüze ortamlardan ziyade sosyal medya ortamlarında daha rahat olmakta ve gerçek hayatta fikir beyan ederken birçok sıkıntı yaşayan bireyler için sosyal medya, siyasi fikirlerin beyan edilebileceği bir ortam sunmaktadır. Mekânsal anlamda görülen biraradalık söz konusu olmasa da insanların belli bir konuyu ele alıp karşılıklı olarak söylemlerini dolaşıma sokabilmesi bu mecraların bir müzakere ortamı olabileceğini göstermektedir.

Sosyal medya, klasik kamusal alan tanımının içeriğinde bulunan özgürlük ve sansürsüzlük gibi özelliklerini salt olarak içerisinde barındırmasa da (hükümetin internet erişimine müdahalede bulunabilme erki) bireylerin düşüncelerini paylaşabildikleri, tartışabildikleri, fikir alışverişinde bulunabildikleri bir ortam olmasından dolayı kamusal alan kavramının diğer vasıflarını içerisinde barındırmaktadır. Hayatımıza giren bu sosyal platformlar sadece haber ve bilgi akışının sağlandığı ortamlar olmayıp kamusal ilişkilerin canlı tutulduğu bir alan olma niteliğini de içerisinde barındırmaktadır.

Sosyal medya platformları, toplumsal etkileşime dâhil olan kanaat önderleri aracılığıyla da gündem konularının belirlenmesinde büyük rol oynamaktadır. İnternete uygulanabilen sansür sebebiyle sosyal medyada oluşabilecek salt demokratik bir kamusal alandan söz edilemese de sosyal medyanın geldiği son noktaya bakıldığında halkın, yönetim hakkında yorumlarda bulunabildiği ve yeri geldiğinde uyarabildiği bir ortam söz konusudur. Bu da sosyal medya platformlarının yeni bir kamusal alan olabileceğine işaret etmektedir.

1.4. ETKİN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI

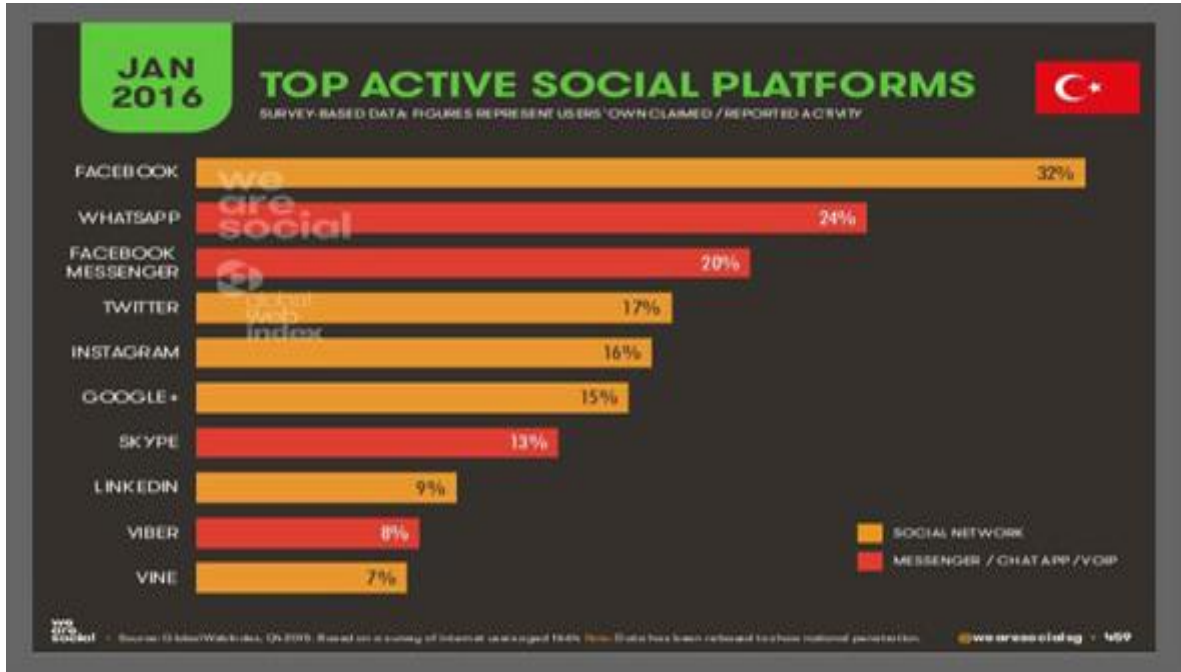
‘We Are The Social’ tarafından yayınlanan “Digital in 2016” raporuna göre:

- 79,14 Milyon nüfusa sahip olan Türkiye’de, internete bağlanan kullanıcı sayısı 46,3 milyon,
- 46,3 Milyon kullanıcının sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullananların sayısı 42 milyon,
- Aktif sosyal medya kullanıcılarının internet erişimi için tercihleri mobil cihaz yönünde olanların sayısı 36 milyon,

- İnternet kullanıcılarının her gün çevrimiçi olanlarının oranı %77 iken, haftada en az bir kere internete bağlananların oranı ise %16'dır.

- İnternete girişlerin %51'i masaüstü ve diz üstü bilgisayarlardan, %45'i mobil cihazlardan diğerleri ise tabletler üzerinden olmaktadır (wearesocial.com, 2016).

Sosyal medya platformlarının kullanımında ilk olarak %32 ile Facebook, %24 ile Whatsapp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram gelmekte ve bu sosyal medya kullanım oranını sırasıyla Google Plus, Skype, LinkedIn, Viber ve Vine takip etmektedir.



Şekil 1: Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kaynak: wearesocial.com, 2016

1.4.1. Facebook

Facebook, sosyal medya platformları arasında ilk akla gelenler arasında yer almakta ve kişilerin birbirleriyle aktif bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktadır. Şubat 2004’te Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg, bu web sitesini on dokuz yaşındayken kurmuştur. İlk başlarda sadece Harvard öğrencilerinin kullanımına açık olan bu sitenin ünü kısa zamanda Boston’daki diğer üniversitelere, şirketlere, liselere sıçramış ve Zuckerberg’in

uygulamayı Harvard dışına taşımaya karar vermesiyle de uygulama dünya çapına yayılmıştır (Nuran, 2015, s.53).

Gerek Türkiye’de gerekse küresel çapta yaygın kullanıma sahip olan Facebook uygulaması kullanıcıların fotoğraf, video, içerik paylaşımlarına olanak sağlayan bir platformdur. Başlarda geçmişe dönük arkadaşlıkları canlandırmak adına üye olunan bu site, gün geçtikçe kişilerin bir nevi herkese açık günlükleri halini almıştır. Facebook, sağladığı sosyalleşme ve etkileşim avantajlarının yanında, bireylerin kişisel bilgilerini (hobiler, eğitim, iletişim bilgileri vs.) gönüllü olarak sundukları bir mecra olduğu için güvenlik ve özel hayatın sergilenmesi yönünde sorunsallara neden olabilmektedir.

Genel anlamda yakın çevreyle iletişim kurmak amacıyla kullanılan Facebook’un bunun dışında birçok özelliği de bulunmaktadır. Sayfa açma özelliği ile çeşitli hayran kitlelerinin örgütlenebildiği, firmaların reklamlarını rahatlıkla yapabildiği hatta siyasetçilerin dahi propagandalarını icra edebildikleri bir ortam halini alan Facebook, tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda kendi içerisinde bir dünya niteliği taşımaktadır.

Gelen bir güncellemeyle kullanıcıya diğer kullanıcılara canlı yayın yapma imkânı da sağlayan Facebook bu özelliğiyle kişilere bir nevi küçük çaplı yayıncılar olabilme fırsatı sunmuştur. Kişiler buldukları konseri, konferansı, kutlamayı veya sıradan da olsa göstermek istedikleri bir anı arkadaşlarıyla anlık olarak canlı yayın imkânıyla paylaşma fırsatı bulmaktadır. Facebook’un bu özelliğinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır.

Bir sosyal ağ olan Facebook’un aktif kullanıcı sayısı 30 Eylül 2016 itibariyle 1 milyar 788 milyon olarak kayıtlara geçmiştir (teknoyo.com, 2016). Her geçen gün özelliklerine bir yenisini ekleyen ve bu özelliklerinden dolayı kullanıcıları bu uygulamayı kullanmaya teşvik eden Facebook’un günden güne kullanıcı sayısı artmakta ve Türkiye’de de en çok ziyaret edilen sosyal platformlar arasında yer almaktadır.

1.4.2. Whatsapp

Milyonlara ulaşma özelliğinden dolayı sosyal medyalarla çokça karşılaştırılmakta olan Whatsapp, teknik olarak bir mesajlaşma uygulaması olmasının yanında içerisinde barındırdığı grup oluşturma kısmı ile sosyolojik ve pazarlama açısından küçük sosyal ortamlar olarak değerlendirilip sosyal medya platformlarının içerisine dâhil edilebilmektedir.

Whatsapp'ın kullanımının basit ve kullanışlı olmasının yanı sıra iletişimi sekteye uğratan reklam gibi özellikler barındırmaması kullanıcı sayısının günden güne artmasına neden olmaktadır. Kişilerin birbirleriyle anlık mesajlaşma ihtiyaçlarını karşılayan bu platform grup kurma özelliğiyle gerek iş gerek aile gerekse arkadaşlar arasında bilgi akışının kısa sürede gerçekleşmesini sağlamak ve haberin dağılma hızında olumlu yönde rol oynamasıyla kişilerin toplu halde fikir alışverişi yapabilmesine olanak tanımaktadır.

2014 yılında Whatsapp uygulamasını satın alan Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg, Facebook hesabından yaptığı bir paylaşımda Whatsapp kullanıcı sayısının milyar barajını aştığını belirtmiştir. Facebook bünyesine katıldıktan sonra kullanıcı sayısında iki kat artış görülen bu sosyal platformun reklamsız olması popülerliğinin en önemli nedenleri arasında görülmektedir (ntv.com.tr, 2016).

Kullanılmaya başlandığı süreçle birlikte karşımıza çıkan ve özel hayatın ihlali konusunda birçok yorum yapılan bu uygulamada hali hazırda bulunan ve sonradan güncellemeyle gelen özellikler (son görülmenin kapatılabilmesi, mesajlardaki okundu özelliğinin gizlenebilmesi, durum güncellemesinin ve profil fotoğrafının kimler tarafından görülebileceğinin belirlenmesi gibi) sayesinde kişiler özel hayatlarını koruma altına alabilmektedirler.

Whatsapp'ın en önemli özelliklerinden birisi de kişilerin buldukları konumu karşı tarafa iletebilmeleridir. Konum atma özelliği ile kişisel konuşma veya kurulan grup konuşmalarında bireyler birbirlerine ulaşma ihtiyacı hissettiklerinde alıcılara kendi lokasyonunu bildirebilmektedir.

Whatsapp denildiğinde akla gelen ilk cihaz cep telefonu gibi görünse de uygulamanın içerisinde barındırdığı “Whatsapp Web” özelliği sayesinde kullanıcılar tablet ve bilgisayarlardan da bu platformu kullanabilmektedir. Tek şartı bilgisayar veya tabletle birlikte uygulamayı barındıran cep telefonunun da internete bağlı olması olan bu özellik sayesinde kişiler senkronize bir şekilde uygulamaya erişebilmektedir.

Whatsapp her ne kadar bir mesajlaşma uygulaması gibi görünse de hem sesli hem de görüntülü arama özelliği gibi güncellemelerin de gelmesiyle tercih edilen sosyal medya platformları arasında yer alması kaçınılmaz olmuştur.

1.4.3. Facebook Messenger

Bir sosyal medya ortamı olan Facebook’un mesajlaşma servisi olan Messenger’ın aylık kullanıcı sayısı 800 milyona ulaşmış olup aylık aktif kullanıcısı 900 milyon olan Whatsapp’tan sonra dünyada en çok kullanılan ikinci anlık mesajlaşma platformu konumunda yer almaktadır (teknoyo.com, 2016).

En çok kullanılan anlık mesajlaşma platformlarından olan Messenger’ı kullanmak için artık Facebook’a üye olma zorunluluğu olmamakla birlikte erişim için cep telefonu numarasının girilmesi yeterli olmaktadır. Messenger her ne kadar Facebook’un mesajlaşma ortamı gibi gözükse de bu özellik iki sosyal ortamı ayrı ayrı kullanmayı mümkün kılmaktadır.

Whatsapp’la benzer özellikler taşıyan Messenger’ın ortak özelliklerinden birisi de grup konuşmalarına olanak sağlamasıdır. Kişisel tercihlere göre istenilen bir toplulukla aynı anda iletişim kurmayı sağlayan uygulama bu özelliğiyle kişilerarası etkileşime hız kazandırmaktadır.

Messenger’ın çok fazla bilinmeyen ve Whatsapp’la benzerlik gösteren diğer bir özelliği de konum paylaşma özelliğidir. Sohbet sayfasındaki konum işareti sayesinde karşımıza yakın civarda bulunan konumlar çıkmakta ve tercih doğrultusunda seçilen konum paylaşılabilir. Bunun yanı sıra Messenger, görüntülü konuşma özelliği ile de Whatsapp’a alternatif niteliğindedir.

1.4.4. Twitter

İngilizce sözlükte “kuş cıvıltısı” anlamına gelen Twitter, 2006’da Jack Dorsey ve on üç arkadaşı tarafından South Park, San Fransisco’da kurulmuştur. Kısaca sosyal ağ ve mikroblog sitesi olan Twitter (Kılıç, 2014, s.154), kullanıcılar tarafından 140 karakterli metinlerden oluşturulan bir bilgi paylaşımını içermekteyken bu karakter sayısı esnetilerek 280 karaktere ulaşmıştır.

Son yılların tercih edilen sosyal platformlarından olan Twitter’ın aylık aktif kullanıcı sayısı 317 milyona ulaşmıştır (teknoyo.com, 2016). Genellikle genç kuşak olarak adlandırabileceğimiz bireylerin kullandığı Twitter; yediden yetmiş, sanatçılardan siyasetçilere herkesin paylaşım yaptığı bir mecra halini almıştır.

Kullanımı esnasında 280 karakter kısıtlaması olan Twitter’ın, karakter aşımı yapıldığı takdirde paylaşım yapma özelliği devre dışı kalmaktadır. Mesajlaşma, fotoğraf veya video paylaşma gibi özellikleri de içerisinde bulunduran Twitter, en çok ileti paylaşma amacıyla tercih edilen bir sosyal medya platformudur.

Kullanıcıların dünyada ve ülkelerinde olup biteni takip etmelerini sağlayan bir ortam olan Twitter “hashtag” özelliği ile de dikkat çekmektedir. Kullanıcıların duyurmak istedikleri bir konu hakkında paylaşım yapmadan önce kelimenin başına ‘#’ (diyeyiz) işareti koyarak paylaşımları konuyu gündeme taşıyabilmektedir.

Özellikle ülkenin gündemi, siyasi tartışmalar, bireylerin iktidara iletmek istediği mesajlar, sağlık, güvenlik vb. gibi konularda ön plana çıkan hashtag’ler gündemin belirlenmesine katkıda bulunmaktadır. Twitter’daki paylaşımların eğlence ve sosyalleşme amacının dışında ciddi konuları da içermekte ve hatta toplumda genel bir algı yaratıp tutum ve davranışların oluşmasında rol oynamaktadır. Gerek ana haber bültenlerine yansısıyla gerekse televizyon dizilerine yapılan yorumların dizi senaryolarına kadar değişikliklere neden olmasıyla Twitter’ın gündem belirlemedeki rolünün yadsınamayacak derecede büyüdüğü görülmektedir.

Kullanıcılarına tıpkı Facebook'taki gibi canlı yayın imkânı da sunan Twitter, eklentisi olan "Periscope" uygulamasıyla kişilerin göstermek istedikleri ve önem addettikleri olayları takipçileriyle zaman kaybetmeden paylaşmasına olanak sağlamaktadır.

1.4.5. Instagram

Fotoğraf ve video paylaşımı üzerine kurulu olan bu sosyal medya platformu, 500 milyon kullanıcıya sahip olmakla birlikte Instagram'dan yapılan açıklamaya göre bu kullanıcıların 300 milyonu her gün bu uygulamayı kullanmaktadır. Yapılan açıklamada her gün 95 milyon içerik paylaşımıyla birlikte günlük beğeni sayısı da 4,2 milyon olarak açıklanmıştır (shiftdelete.net, 2016).

Fotoğraf paylaşma özelliğinin yanı sıra yapılan güncellemeler sayesinde video koyma özelliğinin de eklendiği uygulamaya daha sonrasında "hikaye" adıyla yeni bir özellik daha eklenmiştir. Normal paylaşımların silinene kadar profil sayfasında kaldığı bu uygulamanın hikaye özelliğinde, paylaşılan ve on saniyeye kadar görülebilen fotoğraf ve videolar yirmi dört saat sonra kendiliğinden silinmektedir. Bunun yanı sıra gelen bir başka güncellemeyle diğer sosyal medya platformlarındaki gibi (Facebook, Twitter vb.) canlı yayın yapma fırsatı bulan kullanıcılar son dönemlerde bu özelliği çokça kullanmakta ve takipçileriyle paylaşmak istedikleri anları, onlara canlı olarak gösterebilmektedir.

En çok tercih edilen sosyal medya platformları içerisinde yer alan Instagram'da kullanıcılar takipçilerini kısıtlayabilmekte ve hatta gerektiğinde engelleyebilmektedir. Böylece Instagram özel hayatın ihlali konusunda, kullanıcılara kendilerini koruma imkânı sunmaktadır.

Gündem belirleme konusunda da diğer sosyal ağlardan aşağı kalmayan bu sosyal ortam siyasetçilerin, sanatçıların, bilirkişilerin; gündemle ilgili içerikleri barındıran fotoğraf ve video paylaşımlarının milyonlara ulaşmasını sağlamakta ve böylece kişiler önemsedikleri bireylerin gündemdeki bir olayla ilgili görüş ve düşüncelerinin neler olduğunu öğrenebilmektedir.

Toplumsal hareketler, önemli haber niteliği taşıyan olaylar, ülke gündemini ilgilendiren mühim meseleler çok kısa bir süre içerisinde Instagram paylaşımlarına yansımakta, kişiler bu konuyla ilgili düşünce ve görüşlerini çeşitli yorumlar aracılığıyla takipçileriyle paylaşmaktadır. Böylelikle paylaşım yapan kişiyi önemseyip takip eden bireylerde genel bir algının oluşması kaçınılmaz olmakta ve bu durum da bireylerin kendi içerik paylaşımlarında ve yorumlarında hatta gündelik hareketlerinde kendini göstermektedir.

1.4.6. Google Plus

Google Plus, idaresi Google tarafından yürütülen bir sosyal ağ ve kimlik doğrulama hizmetidir. İlk döneminde davetiye sistemiyle üye kabul etmiş sonrasındaysa gerçek ad kullanmak ve on sekiz yaşını doldurmak şartıyla üyelikler herkese açılmıştır (Bayraktar, 2013, s.27). Google hesabı olan herkesin aslında Google Plus hesabı da bulunmaktadır. Google Plus'ı oluşturan Google, hali hazırda var olan milyonlarca kişiyi bu hesaba entegre ederek kendi sosyal medya platformunu oluşturmuştur.

Google'in sunduğu tüm hizmetlerin birleşimiyle oluşan bir sosyal ağ olan Google Plus ile kullanıcılar e-postalarına bakabilmekte, Gtalk ile konuşabilmekte, Google Maps aracılığıyla buldukları lokasyonları insanlara sunabilmekte, arama motorunun sunduğu fotoğrafları, içerikleri ve web siteleri beğenebilmekte ve arkadaşlarıyla paylaşabilmektedir. Bu sosyal platformun en önemli özelliği ise içerisinde on kişiye kadar çoklu sohbet özelliğini barındırabilmesidir. Bu da şirketlere tele konferanslarını bu platform üzerinden yapabilmek imkânı sağlamaktadır (shiftdelete.net, 2011).

1.4.7. Skype

Skype, merkezi Lüksemburg'da olmak üzere 2003 yılında kurulmuştur (skype.com, 2017). İnternet aracılığıyla telefon görüşmesi ve görüntülü konuşma eylemlerinin gerçekleştirildiği bu sosyal medya platformu tercihe göre cep telefonu veya bilgisayarda kullanılabilir.

Kişilerle etkileşim halinde olmayı sağlayan Skype, olayların anlık bir şekilde karşı tarafa iletilmesine imkân tanımaktadır. Günlük rutinlerin, kutlamaların, önemli olayların vb.

diğer kullanıcılarla paylaşılabilirdiği hatta iş görüşmelerinin gerçekleşebildiği bir platform olan Skype'ta son dönemde yükselişe geçen ders verme eylemi de gerçekleştirilmektedir. Skype'ın yükselişte olan bu yönü etkin sosyal medya platformları içerisinde yer almasını destekleyici niteliktedir.

1.4.8. LinkedIn

2002'de hayata geçirilen LinkedIn, 5 Mayıs 2003'te yayın hayatına başlamıştır. Yayına geçtiği ayın sonunda bu ortamda 4.500 kişi varken günümüzde her hafta yeni üye olan bir milyon civarında kişi bulunmaktadır. LinkedIn; firma, kullanıcı üyelikleri, reklam ve sunduğu hizmetlerden gelir sağlayan etkin bir sosyal medya platformu durumundadır (Arzuman, 2015, s.42).

İş hayatına yönelik bir sosyal ağ olan LinkedIn, akış ve biçimsel yönden Facebook ile benzerlikler gösterse de kullanıcıların daha profesyonel olduğunu söylemek yanlış bir söylem olmayacaktır. Bu sosyal ortamda kişiler meslektaşlarıyla etkileşime geçebilmekte, karşılıklı duygu ve düşünce alışverişinde bulunabilmekte, çalıştıkları şirket ve firma ile ilgili güncellemeler paylaşabilmekte ve iş arayışında olan kullanıcılar, iş arama eylemlerini gerçekleştirebilmektedir.

Sıradan olarak nitelendirebileceğimiz kullanıcıların yanı sıra tıpkı diğer sosyal medya platformlarındaki gibi, bu sosyal medya ortamında da siyasetçileri ve sanatçıları görmek kaçınılmaz olmaktadır. Bu kişilerin, amaçları doğrultusunda kullandıkları sosyal medya platformlarının arasında LinkedIn de yer almaktadır.

1.4.9. Viber

Cep telefonları, bilgisayar vb. cihazlarda kullanılabilen Viber, bu platformu kullanan herkesle ücretsiz bir şekilde mesajlaşma ve konuşma imkânı sağlayan ve internet bağlantısıyla çalışan bir sosyal medya uygulamasıdır. Bunların yanında görüntülü konuşma da yapılabilmektedir (viber.com, 2016).

Viber'ı kullanmak için öncelikle çeşitli sitelerden edinilebilen linkler aracılığıyla uygulama indirilmektedir. Bu sosyal medya ortamını kullanırken herhangi bir ücret ödenmemekle birlikte insanlarla iletişim kurabilmek için internet bağlantısının olması yeterli olmaktadır. Fakat bağlantı internet üzerinden gerçekleştirildiği için internet kotasını aşma ihtimaline karşı, kota kontrolü sağlanmalıdır.

1.4.10. Vine

Vine sosyal medya uygulaması, özellikle mobil cihazlarda video paylaşımında etkin rol üstlenmektedir. Akıllı telefon veya tablet vasıtasıyla video kaydedip diğer kullanıcılarla paylaşmaya olanak tanıyan bir uygulama olan Vine, üç önemli özelliğe sahiptir. Vine'in bu özellikleri;

- En fazla 6 saniye uzunluğunda olması,
- Çekimi durdurarak kaydetme özelliği,
- Videoların tıpkı hareketli GIF resimler gibi sonsuz bir döngü ile oynatılabilmesidir.

Video kaydının tamamlanmasının ardından Facebook, Twitter veya Intagram gibi sosyal medya platformları üzerinden paylaşım yapılabilmektedir. Kullanıcılarına sunduğu kendi videolarını yaratma imkânıyla bireysel kullanıcıların yanı sıra şirketler, ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapabilmektedir (Bayraktar, 2013, s.47).

Vine'in bir başka özelliğine değinecek olursak, bunlardan birisi de fenomen olarak adlandırılan, yaptıkları paylaşımlarla milyonlara ulaşabilen ve bu şekilde kendinden söz ettiren yeni yeteneklerin keşfedilebilmesi durumudur. Bu keşif sonrasında dizi, reklam, film gibi mecralarda yer almaya başlayan kişiler, bunların yanı sıra kendi kişisel sosyal medya hesaplarından ürün tanıtım, reklam yaparak maddi açıdan kazanımlarda bulunmaktadır.

2. ASKERÎ MÜDAHALELER ve MEDYADAKİ YANSIMALARI

“Devletin askeri kurumlarına mensup kişi veya kişilerin ani olarak anayasal olmayan yollarla hükümeti devirme ve iktidarı ele geçirme amacıyla yaptıkları harekete” askerî darbe denilmektedir (turkcebilgi.com, 2017). Askerî darbelerin çoğu, birden fazla gerekçe sunulurken, mevcut düzenin kötü olduğu ve yönetime el koyulduğu takdirde durumun daha iyiye gideceğine yönelik iddialar sonrasında gerçekleşmektedir. Türkiye Cumhuriyeti (T.C.) kurulduğu günden itibaren gerek emir komuta zinciri içerisinde gerekse dışarısında çeşitli darbelere maruz kalmış ve ülke ciddi anlamda hem toplumsal hem de ekonomik yönden zarara uğramıştır.

Darbelerin gerçekleşmesinde ve halka kabul ettirilme süreçlerinde medya kuşkusuz en önemli araç olmuştur. Darbenin gerçekleştiği dönemde kullanılan kitle iletişim araçları hem öncesinde hem de sonrasında tartışmasız bir öneme sahiptir ve darbe süreçleri, medyadaki yansımaları da ele alınarak incelenmelidir.

Geçmişte gerçekleşen darbe yöntemleri ile günümüzdekiler arasında hem darbenin yapılışı hem de darbeye karşı koyuluş bakımından, bilhassa teknolojik açıdan belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Geçmişte gerçekleşen darbelerde, darbeyi gerçekleştiren askerler tarafından, medyayı kontrol altına almak amacı ile TRT'nin basılması ve sıkıyönetim duyurusunun yapılması yeterli olmuştur. Günümüzde ise birçok geleneksel ve yeni medya araçları varlık göstermektedir. Twitter, Whatsapp, Instagram gibi sosyal medya platformlarının da kendini gösterdiği bu dönemde darbe girişiminde bulunanların kitle iletişimini kontrol altına alması zorlaşmaktadır. Darbenin gerçekleştirilebilmesi için medyanın ele geçirilmesi darbe girişiminde bulunanlar için ne kadar önemli ise, darbenin karşısında bir tutum sergileyen bireyler için de medyanın darbe girişiminde bulunan askerlere teslim edilmemesi bir o kadar önem taşımaktadır (Devran ve Özcan, 2016b, s.71-74).

15 Temmuz darbe girişiminden önceki askerî müdahalelerin yaşandığı dönemlerin yaygın kitle iletişim araçlarından olan radyo, televizyon ve gazeteler yaşanan süreçlerde varlık bulan söylemlerin dolaşıma sokulmasında kullanılan mecralar arasında yer almaktadır. Yeni bir kamusal alan olarak ele aldığımız sosyal medya ortamlarının, önceki dönemlerdeki

kitle iletişim araçlarına göre ne tür bir işlev gördüğünün anlaşılmasını kolaylaştırması amacı ile ilgili bölümde, gerçekleşen askerî müdahalelerin medyadaki yansımalarına kısaca değinilecektir.

2.1. 27 MAYIS 1960 DARBESİ

27 Mayıs darbesi, Türkiye tarihinde gerçekleşmiş ilk başarılı darbe olup bu darbe, daha sonra gerçekleşen diğer darbelere de öncü niteliğindedir. Diğer darbelere ayrılan en önemli özelliği ise, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) emir komuta içerisinde genelkurmay başkanının başkanlık ettiği bir darbe olmayışıdır. Ordu içerisinde darbe planı yapmış olan birçok grubun bir araya gelmesiyle oluşmuş ve subaylar tarafından gerçekleştirilmiştir. Daha sonrasında da cuntalar tarafından kurulan Milli Birlik Komitesi'nin başına Cemal Gürsel getirilmiştir. Bu darbeyi dönemin tüm medya kuruluşları olumlu bir şekilde karşılamış ve bunu da gerçekleşen darbe sonrasındaki baskılarında açıkça göstermişlerdir (Toklucuoğlu, 2013, s.52).

TSK içerisindeki bir grup subay tarafından iktidarın ülke bütünlüğüne zarar veren hâl ve hareketler içerisinde olduğu ileri sürülerek gerçekleştirilen bu darbe sonrası başta Cumhurbaşkanı Celal Bayar ve Başbakan Adnan Menderes olmak üzere diğer Demokrat Parti (DP) mensupları da tutuklanmıştır.

Bazı ordu çalışanlarının emekli edildiği, yargı mensuplarının görevden alındığı bir süreç olan bu dönemde, gerçekleşen harekât ile anayasa ve Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) feshedilerek siyasi faaliyetler askıya alınmıştır. Gerçekleştirilen askerî darbe sonrası Yassıada'da kurulan mahkemede Başbakan Adnan Menderes, Maliye Bakanı Hasan Polatkan ve Dışişleri Bakanı Fatin Rüştü Zorlu idam cezasına mahkûm edilmiş ve yaşanan darbenin ardından darbeciler 1961 senesinde yeni bir anayasa hazırlamışlardır (cnnturk.com, 2017).

2.1.1. Medyanın Kullanımı

Darbe dönemlerinin en etkili kitle iletişim araçlarından birisi radyodur. Özellikle televizyonun kullanılmaya başlanmadığı dönemde gerçekleşen 27 Mayıs darbesinde radyonun etkisi büyüktür. Gerek darbe öncesi dönemde iktidarın kullanımı gerekse darbenin duyuru aracı olması ve sonraki döneme etkilerinden dolayı bir medya aracı olarak radyonun önemi yadsınamayacak boyuttadır.

Darbe önceki dönemde muhalefetin tepki duyduğu ve eleştirdiği durumlardan birisi radyonun iktidarda olan Demokrat Parti tarafından partizanca kullanımınıdır. Bu eleştiriler doğrultusunda Menderes'in söylemi ise devlet kavramına ve parti-devlet ilişkisine bakış açısının anlaşılması açısından son derece önemlidir; “Radyo Devletindir. Devlet malını hükümet kullanır. Devlet radyosu ortak mal değildir.” Milli Şef Döneminin devlet özdeşliğini çağrıştıran bu bakış açısının aynı dönemde yetişmiş Demokrat Parti yöneticilerince de içselleştirilmiş olduğu görülmektedir (Tanıttıran, 1992, s.50).

Darbenin gerçekleşmesinin ardından saat 05.25’te Albay Alparslan Türkeş, Ankara radyosu aracılığıyla Türk Silahlı Kuvvetler Bildirisi’ni okumuştur. Türkeş, darbenin gerekçelerini “Bugün demokrasimizin içine düştüğü buhran ve son müessif hadiseler dolayısıyla ve kardeş kavgasına meydan vermemek maksadıyla Türk Silahlı Kuvvetleri memleketin idaresini ele almıştır.” şeklinde açıklamaya çalışmıştır (Taşpınar, 1996, s.48).

Radyonun darbe sürecindeki işlevi darbe gerçekleştirildikten sonra da devam etmiştir. İdama mahkûm edilenlerin, idamının gerçekleştiği Yassıada’daki duruşmalarda da zaman zaman bazı bölümler radyo aracılığıyla canlı olarak verilmiştir (Akgün, 2015, s.103).

Darbe dönemlerinde etkisinin son derece hissedildiği mecralardan birisi de basındır. Gerek öncesinde gerekse sonrasında gazete manşetleri ve haber içerikleriyle insanlarda algı yaratımı söz konusu olmaktadır. Bu sebeple darbe dönemlerinde vatandaşların tutum ve davranışlarının oluşumunda önemli bir faktör olan gazete ve dergiler incelendiğinde hem görsel kullanımı hem de metinlerin destekleyici yanı ile bu amaca hizmet ettiği görülmektedir.

27 Mayıs 1960 öncesi gazetelerde başlıca yer alan iki konu; öğrenci meseleleri ve Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) irtica konusundaki söylemleridir. Bu konular gerçekleşecek olan darbenin en mühim sebepleri arasında yer almıştır. Bunun yanı sıra gazetelerin baş sayfalarında fotoğraf kullanılarak da desteklenen bu haberler ile bir anlamda yapılacak olan darbenin alt yapısı sağlanmıştır. Vatandaşlar okudukları bu haberlerle önlerindeki sürece alıştırmış, köklü değişim fikri insanlara özendirilmiş ve yaşanacak darbe ortamı uygun bir fikir haline dönüştürülmüştür. 27 Mayıs 1960'tan sonra da gazetelerde hemen her gün darbenin haklılığını öne süren haberler yer almıştır (Özcan, 2015, s.108-109).

Darbe'nin gerçekleşmesinin ardından gazetelerdeki manşetlere ve darbenin duyuruluş biçimine bakıldığı takdirde çoğu gazetenin darbeyi destekleyici bir tutum sergilediği görülmektedir.

Dönemin gazete manşetlerinden de yola çıkılacak olursa, gazetecilerin darbeyi olumlu bir şekilde karşıladıkları ve destekledikleri görülmektedir. Basın mensupları darbeye adeta ülkenin kurtuluşu gözüyle bakarak manşetlerine de bu şekilde yansıtılmışlardır. Akşam gazetesi 'İkinci Cumhuriyet Kuruluyor' , Hürriyet gazetesi "Türk Ordusu Vazife Başında" , Tercüman Gazetesi "Milletçe Bayram Sevinci İçindeyiz" , Cumhuriyet gazetesi "Kahraman Türk Ordusu Bütün Memlekette Dün Gece Sabaha Karşı İdareyi Ele Aldı" manşetleriyle darbeyi destekleyici tutumlarını gözler önüne sermişlerdir (timeturk.com, 2017)

2.2. 12 MART 1971 MUHTIRASI

12 Mart Askerî Muhtırası'nın gerçekleşmesinden önce Adalet Partisi'nin başında Süleyman Demirel'in bulunduğu süreçte ekonomik açıdan gerileme söz konusu olmuştur. Zaman içerisinde bu ekonomik bozulmanın devamı işçi hareketlerine sebebiyet vermiştir (İyigüngör, 2009, s.23).

12 Mart Muhtırası öncesi, polisin Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne yaptığı baskın sonrasında bir öğrencinin hayatını kaybetmesi, Amerikan askerlerinin kaçırılması ve bu toplumsal olayların zaman geçtikçe silahlı eylemlere döndüğü gerekçesiyle, bu olaylardan sorumlu tutulan hükümete, emir komuta zinciri içerisindeki askerler tarafından 12 Mart 1971

günü muhtıra verilmiştir (Demir, 2010, s.24). Dönemin Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'a bir muhtıra verilerek hükûmetin istifasının istendiği 12 Mart Muhtırası sonrasında Nihat Erim'e Başbakanlık görevinin tebliğ edilmesinin ardından Erim 26 Mart 1971 tarihinde I. Erim Hükümeti'ni ilan etmiştir ve Sunay da kabine dizelgesini meclise ulaştırarak resmi olarak yeni hükümetin kurulduğunu duyurmuştur (Köse, 2010, s.145).

2.2.1. Medyanın Kullanımı

12 Mart 1971 günü saat 13.00'te gerçekleşen muhtıra TRT radyolarından okunmuştur (Kobaza, 2014, s.25) Türkiye'de gerçekleşen her askerî müdahalede olduğu gibi 12 Mart muhtırasında da etkilenen ilk mecralardan birisi TRT olmuştur. Radyo ve televizyonun gerek muhtıranın duyurulma aracı olarak kullanılması gerekse sonraki dönemlerde bireylere sürecin anlatılma kanalı olması sebebiyle bu iletişim araçlarının rolü yadsınamayacak kadar büyüktür.

Türk siyasal yaşamının ikinci defa askerî müdahaleye tanık olduğu 12 Mart 1971 tarihinden sonra, 1961 Anayasası'nda ilk değişimler söz konusu olmuştur. Pek çok hükmün değiştirildiği bu anayasanın etkilediği kurumlardan birisi de TRT olmuştur. 1961 Anayasası'na ve TRT yasasına göre özerk bir kurum olma niteliği taşıyan TRT, özerkliği kaldırılarak anayasa değişikliğiyle tarafsız bir kurum halini almıştır (Tokgöz, 2010, s.44).

Muhtıranın verilmesinden sonraki süreçte TRT'nin ilk genel müdürü olan Adnan Öztrak'ın sağlık sebepleriyle istifasının ardından yerine Nihat Erim Hükümetince 25 Temmuz 1971'de Tümgeneral Musa Öğün getirilmiştir. TRT'nin ikinci genel müdürü olan Musa Öğün, bunun yanı sıra TRT'nin ilk asker kökenli genel müdürü olma özelliğini taşımaktadır (Aziz, 1999, s.39).

12 Mart sürecinde ortaya çıkan istikrarsız ortam, gerçekleşen anarşik olaylar, hem çoğulcu demokrasinin hem de basının gelişimini sekteye uğratmıştır. Bu süreçte magazin gazeteciliği de ön plana çıkmıştır (Demir, 2007, s.178). Bunun yanı sıra ideolojik kutuplaşmaların da boy göstermeye başladığı bu dönemde çatışmalar görülmeye başlanmış,

birçok yayın yasaklanmış, yayın sahipleri tutuklanmalarının ardından yargılanıp sonrasında da işkencelere maruz kalmıştır (İyigüngör, 2009, s.26).

Basına dair genel bir değerlendirme yapıldığında 1960 darbesini, söylemleriyle açık bir şekilde destekleyen basın tavrı bu müdahalede o boyutta görülmemekle birlikte gene de, dönemin önemli tirajlara sahip yazılı basın organları bu savı çürütmektedir. Önde gelen yayın organlarının muhtıraya destek verici yazılar yazmaları, haklılaştıran sebepler ileri sürmeleri, ordunun görevini yerine getirdiğine yönelik başlıklar atmaları, basında bir nevi müdahale yanlılığının göstergesi olmuştur (Tek, 2006, s.92).

Dönemin gazete manşetlerine değinilecek olursa muhtıra öncesi genel anlamda haber başlıklarına ülkedeki kaos ortamı yansımıştır. Deniz Gezmiş ve arkadaşlarıyla ilgili olan haberler ön plandayken, bir yandan da içerisinde bulunulan zorlu süreç haber içeriklerine konu olmuştur. Kendisine ‘Türkiye Halk Kurtuluş Ordusu’ adını veren örgütün adam kaçırmaları, Deniz Gezmiş ve arkadaşlarının adlarının olaylara karışması, banka soygunları ve adam kaçırmaları gibi haberler manşetlerin ana konularını oluşturmuştur (gecmisgazete.com, 2017).

Muhtıranın verilmesinden bir gün önce sinyalleri gazete manşetlerinde hissettirilmiş, muhtıra sonrası ve onu izleyen günlerde de gazete manşetlerinde muhtıraya karşı bariz bir tepki verilmemiştir. Bununla birlikte, bazı gazete manşetlerinde anarşi ve kardeş kavgasının önlenmesinin istendiği ileri sürülerek bir nevi yapılan muhtıranın sebepleri açıklanmaya çalışılmıştır. Muhtıra sonrası atılan bazı gazete manşetlerinin ise Milliyet, “Tağmaç: ‘Maksat ordunun sabrını taşımak’ dedi” ; Son Havadis, “Komutanlar Ültimatı verdi” ; Hürriyet, “Ordu Ültimatı Verdi ‘Hükümet Çekilsin’” şeklinde olduğu görülmektedir (sabah.com.tr, 2015).

2.3. 12 EYLÜL 1980 DARBESİ

12 Eylül darbesinde 27 Mayıs'tan farklı olarak asker, yönetimi ele geçirirken, tüm siyasi partilerin faaliyetlerine son verilmiş, daha sonra da bu partiler tamamen kapatılarak siyasi parti liderleri de siyasi faaliyette bulunmaktan men edilmiştir (Sam, 2004, s.36).

12 Eylül darbesi cuma günü sabah 04.00 civarında gerçekleşmiş olup, bu saatten itibaren radyolar Milli Güvenlik Konseyi'nin 1 numaralı bildirisini yayınlamışlardır. 12 Eylül 1980'de kuvvet komutanlarının yönetimi ele geçirmelerinin ardından hak ve özgürlükler askıya alınmıştır. Ülke çapında yönetimi, üyelerinin beş kuvvet komutanından (Genelkurmay Başkanı Orgeneral Kenan Evren, Kara Kuvvetleri Komutanı Orgeneral Nurettin Ersin, Hava Kuvvetleri Komutanı Orgeneral Tahsin Şahinkaya, Deniz Kuvvetleri Komutanı Oramiral Nejat Tümer ve Jandarma Genel Komutanı Orgeneral Sedat Celasun) olduğu Milli Güvenlik Konseyi üstlenmiştir (Savcı, 2006, s.149).

2.3.1. Medyanın Kullanımı

Genelkurmay ve Milli Güvenlik Konseyi Başkanı Orgeneral Kenan Evren, darbe günü saat 13.00'te radyo ve televizyondan, yönetime el koymalarının nedenlerini, iki yıldır her fırsatta hayati önemi olan konuların dile getirildiğini, yapılan sayısız uyarılara rağmen yasama, yürütme ve yargının yetersiz kaldığını söyleyerek, açıklamaya çalışmıştır (Akbayır, 2013, s.71).

12 Eylül 1980 tarihinde yapılan askerî darbe kaçınılmaz olarak ve doğrudan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nu (TRT) etkilemiştir. Örneğin, 1981 ve 1984 yılları arasında TRT Kurumu'nun Genel Müdürlüğü'nü, emekli General Macit Akman üstlenmiştir (Özgen, 2008, s.101).

12 Eylül askerî darbesi, TRT'yi iki açıdan etkilemiştir. Birincisi, radyo ve televizyon yayınlarının askerî yönetimin emrine girmesi, özellikle haber programlarının ve bir kısım eğitim - kültür yayın içeriklerinin askerîleştirilmesi; ikincisi de, hukuki bağlamda yeni bir yayın yasasının yapılmasıdır. 12 Eylül sürecinin televizyon yayıncılığı açısından bakıldığında en önemli etkisi, radyoda da görüldüğü gibi, haber yayınlarında gerçekleşmiştir. Artık ilk haberde ve ardından gelen diğer haberlerde doğrudan askerî yönetimin icraatları yer almakla

birlikte; Demirel, Erbakan, Türkeş ya da Ecevit gibi devlet adamlarının yerine Milli Güvenlik Konseyi Başkanı Kenan Evren ve darbeyi birlikte gerçekleştirdiği diğer dört komutan ile ilgili yayınlar, uzun uzun ve hatta kendi sesleri ile verilmiştir. Gerçekleşen darbeyle televizyon yayınlarında olan değişiklikler, haber programlarıyla sınırlı kalmayıp müzik yayınlarında da marşlara, hamasi türkülere ve şarkılara çokça yer verilerek kendini göstermiştir. Kenan Evren'in katıldığı basın toplantıları da televizyondan naklen yayınlanmıştır. Darbe yönetimi tarafından hazırlanan anayasanın halk oylamasına sunulduğu dönemde de televizyonda özellikle Kenan Evren'in konuşmalarının, karşı görüşe yer verilmeden verilmesi, tek yanlı haberciliğe örnek niteliğindedir (Aziz, 1999, s.55-60).

Askerî darbeyi gerçekleştirenler, ülkedeki tüm erkleri kontrol altına almanın yanında dördüncü erk olan basın (medya) üzerinde de kontrolü ele almak istemiştir. Her şeyden önce 12 Eylül 1980 darbesi ve yeni yönetimin geçerliliğinin sağlanmasında medya önemli bir araç olmuştur. Darbenin gerçekleştiği ilk günden itibaren radyo ve televizyonla birlikte gazeteler de propaganda aracı niteliğine bürünüp, çalışmaların yürütüldüğü ve darbenin haklılığını ileri sürmeye çalışan bir mecra halini almıştır. Darbe sonrası oluşturulan 1982 Anayasası'nın propagandası hem ekonomi kuruluşlarınca hem de darbeciler tarafından basın aracılığıyla yapılmıştır. Kenan Evren TRT'deki açıklamalarının yanında yeni anayasayı gazetelerde de tanıtmaya çalışmış olup bu mecralarda "Anayasa'ya Hayır" diyenler Evren tarafından "vatan haini" ilan edilmiştir (Gürson, 2015, s.65-70).

Darbenin gerçekleşmesinden birkaç gün sonra Kenan Evren, 12 Eylül'den sonraki ilk basın toplantısını gerçekleştirmiştir. Önceki dönemlerden de hatırlanacağı üzere gerek 1960 darbesi gerekse 1971 muhtırası dönemlerinde basının bu süreçlere etkisi yadsınamayacak kadar önem arz etmektedir. Yerli - yabancı birçok gazetecinin katıldığı basın toplantısında Kenan Evren: "...Makul bir sürede yasal düzenlemeleri tamamladıktan sonra sivil idareyi yeniden tesis edeceklerini" bildirmiştir (Akbayır, 2013, s.74).

Basın, darbe sürecinde genel olarak askerî yönetimle arasını iyi tutma eğilimi içerisinde olmuştur. 12 Eylül 1980 darbesinin gerçekleşmesi sonrası gazetelerin ilk manşetlerinde darbe karşıtı başlıkların görülmemesi bu savı kanıtlar niteliktedir.

Dönemin gazete manşetlerinden de yola çıkılacak olursa, darbeye karşı olumsuz ve eleştirel bir tutum sergilenmemiş olup gene de 27 Mayıs dönemindeki gibi coşkuyla karşılanan başlıklara yer verilmemiştir. Milliyet, Tercüman ve Cumhuriyet gazeteleri yapılan darbeyi “Silahlı Kuvvetler Yönetime El Koydu” manşetiyle; Hürriyet gazetesi de benzer bir şekilde “Ordu Yönetime El Koydu” manşetiyle yorumsuz bir şekilde duyurmuştur (haksozhaber.net, 2017).

2.4. 28 ŞUBAT 1997 POST-MODERN DARBESİ

Refah Partisi'nin iktidar olması sivil laik kesimi endişelendirmiş ve ordu mensupları da aynı bakış açısıyla din unsurunun ekonomide, eğitimde, yerel yönetimlerde etkisinin artması sonucunda kaygılarını dile getirmeye başlamıştır. Genel itibariyle İstanbul'daki ekonomik ve mali kesimlere bağlı olan medyada, endişe verici söylemler egemen olmakla birlikte kitle iletişim araçları tarafından her Milli Güvenlik Kurulu (MGK) toplantısı askerlerin son uyarısı şeklinde yansıtılmıştır. Doğrudan haber arşivlerinden çıkarılan, Refah Partisi mensuplarının “laiklik karşıtı” sözleri ve görüntüleri “ultra-laik” anonsörlerin değerlendirmeleri ve tenkitleri ile tekrar tekrar ekranlara taşınmıştır (Ünsaldı, 2008, s:112).

Bu süreçte asker, Refah Partisi'ni laiklik karşıtı şeriatçı bir oluşum şeklinde algılayarak bir tehdit olarak yorumlamış ve bu söylemi kullanarak askerî müdahalede bulunmuştur. Tüm bu gelişmeler sonrası 28 Şubat 1997 tarihinde ordu bir bildiri yayınlamış ve bu süreç, MGK toplantısında alınan kararlar doğrultusunda ve artan baskılar sonucunda 18 Haziran 1997'de (aljazeera.com.tr, 2017) Erbakan hükümetinin istifasıyla sonuçlanmıştır.

2.4.1. Medyanın Kullanımı

28 Şubat sürecinde medya ve ordu mensupları arasındaki ilişki iç içe bir hâl almış olup bu döneme kadar medyanın askerî bir müdahaleye katılımı bu kadar doğrudan olmamıştır. Büyük medya kuruluşları her gün postal seslerinin gelişini duyuran bir propaganda mecrası halini almıştır. Ayda bir gerçekleşen her MGK toplantısı askerlerin hareket öncesi son ihtar olarak yansıtılmıştır (Ünsaldı, 2008, 183-184).

28 Şubat 1997 MGK kararları sonrası, Doğru Yol ve Refah Partisi'nin kurduğu Refahyol hükümetinin yıkılmasında kitle iletişim araçlarının rolü diğer etkenlerden çok daha fazla olmuştur. Bu hadiseden sonra, yeni hükümetin henüz güvenoyu almadan, Cumhurbaşkanı tarafından hükümeti kurmakla görevlendirilen Mesut Yılmaz'ın ilk görüşmelerinden birisini medya patronu Aydın Doğan'ın evine giderek gerçekleştirmesi, medyanın kuvvetini gözler önüne sermesi açısından önem teşkil etmektedir (Demir, 2007, s.217).

Yaşanan süreçte önemli bir role sahip olan basın, 28 Şubat post-modern darbe sürecinin hazırlayıcısı niteliğine bürünmüş olup dönemin etkin gazeteleri de kısa zaman içerisinde 54. Hükümet aleyhinde çok yönlü bir kötüleme kampanyası başlatarak 'irtica', "laiklik" ve "şeriat" gibi kavramları her fırsatta manşetlere yansıtılmış ve kamuoyunu etkilemeye çalışmıştır (sde.org.tr, 2017). Özellikle ülkenin içerisinde bulunduğu durumun yansıtılış biçimi yanlı bir şekilde gazete manşetlerine yansiyarak halka sunulmuş ve algı oluşturulmaya çalışılmıştır. 28 Şubat öncesi gazetelerde rastlanan haber içerikleri ordunun hükümet uyarıları, ülke imajının kötüye gitmesi, irtica tehdidi gibi konulardan oluşmakta olup manşetlere de Cumhuriyet, "Ordudan Dört Uyarı"; Hürriyet, "70 Yıllık İmajımız Güme Gidiyor"; Sabah, "Bu Ne Rezalet"; Milliyet, "Tehdidin Adı İrtica" şeklinde yansımıştır (haber7.com, 2016).

28 Şubat sürecinin başlamasından sonra manşetlerde gene aynı yanlı tutum devam etmiştir. İmzalanan MGK kararları hakkında yazılan haberlerin yansıtılışı, ordu uyarılarının haberlerde yer alma şekli, yapılan müdahalelerin anlatım diline olan etkisi açık bir şekilde haber başlıklarında görülebilmektedir. Sabah, "Paşa Paşa İmzaladı"; Milliyet, "Refah Bunalımı"; Hürriyet, "Gerekirse Silah Bile Kullanırız" manşetleriyle tutumlarını sergilemişlerdir (haber7.com, 2016).

2.5. 27 NİSAN 2007 E-MUHTIRASI

2007 senesi, cumhurbaşkanlığı seçimi ve genel seçimler gibi önemli siyasal bir süreci içerisinde barındıran bir dönemdir. Türkiye bu seçimlere giderken rejim tartışmaları söz konusu olmakla birlikte halk, dönemin de etkisiyle kutuplaşmıştır. Bu süreçte cumhurbaşkanının özelliklerinden ziyade “hangi taraftan” olacağı, “eşinin türbanlı olup olmayacağı” münakaşalarının olduğu görülmektedir. 14 Nisan’da Adalet ve Kalkınma Partisi, Abdullah Gül’ü cumhurbaşkanı adayı olarak göstermiş ve 27 Nisan’da yapılan ilk turda 357 kabul oyu çıkmıştır. Oylamanın ardından 27 Nisan 2007 gecesi, Genelkurmay Başkanlığı’nın internet sitesine konulan ve Genelkurmay Başkanı Yaşar Büyükanıt’ın kendisinin kaleme aldığı yazı, siyasi tarihimizde “e-muhtıra” olarak geçen bir bildiri niteliğindedir (Aydın ve Taşkın, 2014, s.477).

2.5.1. Medyanın Kullanımı

2006 yılında Cumhuriyet Gazetesi’ne bomba atılması, Danıştay ve Rahip Santoro cinayetlerinin işlenmesi, 2007 yılının başında ise Hrant Dink cinayetinin gerçekleştirilmesi vb. haberlerin radyo ve televizyon aracılığıyla kamuoyuna sunulduğu süreçte ülkede kargaşa ortamının yaratılması kaçınılmaz olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri’nden Hudson Enstitüsü Türkiye uzmanı Zeyno Baran, 2006 yılının sonlarında çıkan Newsweek Dergisi’ndeki makalesinde ‘2007’de Türkiye’de yüzde elli oranla darbe olacağı’ söyleminde bulunmuştur. Baran’ın o süreçte aldığı duyumlarla bu öngöründe bulunduğu iddia edilmiştir. Kamuoyundaki tartışmalarla, radyo ve televizyonlarda yer alan böyle öngörülerle şartların olgunlaştığını düşünen TSK, 27 Nisan 2007’de e-muhtıra niteliğindeki bildiriye yayınlamıştır. Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk turunun yapıldığı 27 Nisan 2007 tarihinin gecesi Genelkurmay Başkanlığı’nın internet sitesinde yayınlanan ve siyasi tarihimizde “e-muhtıra” şeklinde değerlendirilen bildiri, ana akım medyada bir darbe niteliğinde karşılanmıştır (darbeler.com, 2015).

27 Nisan muhtırası sürecinde basının, laiklik olgusundan yola çıkarak “İslam gelecek korkusu” yaratıp kamuoyu oluşturmaya çalıştığı ve askeri göreve davet ettiği görülmektedir. Örneğin; 27 Nisan 2007’de internet sitesinden verilen muhtıradan bir sonraki gün Hürriyet Gazetesi ilk sayfasında “Altından Aynı Bağlantı Çıktı” başlığıyla bir haber yayınlamıştır.

Büyük bir ebatta kullanılan Mescid-i Aksa fotoğrafı ile kurgulanan haberin spot tümceleri 28 Şubat dönemine gönderme niteliğindedir (Özkır, 2011, s.101).

E- Muhtıra öncesi ve sonrası dönemde de gazete manşetlerine bakılacak olursa sürece götüren önemli olayların işlendiği görülmekle birlikte, yaşanan olaylar İslam ve laiklik gibi olgular üzerine vurgu yapılarak değerlendirilmiş ve bu şekilde manşetlere yansıtılmıştır. Muhtıranın verilmesinden sonra Vatan gazetesi, “Sözde Değil Özde Laik Başkomutan”; Posta gazetesi, “ Laiklik Muhtırası”; Akşam gazetesi ise “Ne Darbe Ne Şeriat Demokrat Türkiye” söylemleriyle manşetlerini atmışlardır (gazetevatan.com, hurriyet.com.tr, gecmisgazete.com, 2007).



3. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

3.1. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE YAŞANANLAR

15 Temmuz Darbe Girişimi, Fethullah Gülen liderliğindeki yapılanma tarafından gerçekleştirilmeye çalışılmış bir darbe kalkışmasıdır. Etkisi öncelikle İstanbul ve Ankara gibi merkezi şehirlerde hissedilmeye başlanan bu girişim kısa süre içerisinde tüm Türkiye’de ve dünyada yankı uyandırmıştır.

Fethullah Gülen liderliğindeki yapılanma, 2013 senesinin bitimine dek başta “Cemaat” ve “Gülen Cemaati” olmak üzere, “Fethullah Gülen Cemaati”, “Fethullahçı Yapılanma”, “Fethullah Gülen Örgütü”, “Camia”, “Hizmet Hareketi”, “Gönüllüler Hareketi” gibi söylemlerle anılmıştır. 2013 senesinde hükümete karşı düzenlenen 17-25 Aralık yargısal darbe girişiminden sonra ise yapılanmanın özüne, amacına, tipik özelliklerine ve hareketlerine daha uygun teknik tanım ve söylemler kullanıma sokulmuş ve “Paralel Devlet Yapılanması (PDY)” ve “Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ)” olarak anılmaya başlanmıştır (haberturk.com).

Türkiye’de askerî müdahalenin sona erdiği ve artık askerî darbe girişiminde bulunulamayacağı düşüncesi 27 Nisan e-muhtırası sonrasında belirli ölçüde kabul görmüş olsa da 15 Temmuz 2016 gecesini gerçekleştirilmeye çalışılan darbe girişimi, bu kanının doğru olmadığını ispatlamıştır. Kendilerine ‘Yurtta Sulh Konseyi’ adını veren FETÖ’cü askerler, Genelkurmay Başkanlığı resmi sitesinden yayınlanan basın açıklamasında yer alan darbe bildirisi ile yönetime el koymaya çalışmıştır (Devran ve Özcan, 2016a, s.16).

15 Temmuz akşamı saat 22.00 civarında televizyon kanallarında ve sosyal medya üzerindeki haberlerde, Boğaziçi ve Fatih Sultan Mehmet köprülerinin jandarmalar tarafından kapatıldığı ibaresi yer almış ve son dönemlerdeki terör saldırıları sebebiyle önlem amaçlı bir durum olabileceği ihtimali üzerinde durulmuştur. Durumun alınan bir önlemlerle alakalı olmadığı ileriye saatlerde anlaşılmıştır.

Her türlü medya ortamında, başta İstanbul ve Ankara olmak üzere birçok yerden “asker sokakta, asker sokağa indi” haberleri yer almış ve sosyal medya Türkiye’nin her

tarafından paylaşılan iddialarla dolup taşmıştır (Fırat, 2016, s.36). İnsanlar İstanbul ve Ankara’da jetlerin uçmaya başladığını ve aynı anlarda Ankara’daki Genelkurmay Başkanlığı’nda silah seslerinin yükseldiğini yine sosyal medya üzerinden paylaşmışlardır.

İstanbul Atatürk Havalimanı, tanklarla gelen askerlerce ele geçirilmiş, sonrasındaki süreçte ise bir grup askerın zırhlı araçlarla Sabiha Gökçen Havalimanı’na doğru ilerlediği yolunda birtakım haberlerin yayıldığı görülmüştür (bianet.org, 2016). Saat 23.00 sıralarında Başbakan Binali Yıldırım NTV televizyonuna telefonla bağlanmış ve gecenin ilk kritik “kalkışma açıklamasını” yapmıştır. Açıklama TRT yerine özel bir televizyon kanalında yapılmıştır, daha doğrusu yapılmak zorunda kalınmıştır; çünkü aynı dakikalarda devletin resmi kanalını, TRT’yi darbeci askerler ele geçirmişler ve müdahalede bulunmuşlardır (Fırat, 2016, s.37-40). Görüldüğü üzere, darbeciler ilk anda özel televizyon kanallarını hesap edememiştir. Geçmişte yaşanan darbe dönemlerinde, özel radyo ve televizyon kanallarının olmayışı, darbecilerin yönetimi ele geçirme sürecini çok daha kolaylaştırmıştır. Fakat gelişen teknoloji sayesinde açılan özel televizyon kanalları ve sosyal medyanın da etkisiyle 15 Temmuz darbe girişiminin seyri değişmiştir.

Saat 23.00 sularında Facebook ve Twitter başta olmak üzere insanların sosyal medyaya erişimi engellenmiş ve engel kaldırıldıktan kısa bir süre sonra saat 23.30 sıralarında darbeciler, TSK'nın akredite gazetecilerle iletişim için kullandığı e-posta adresinden “kontrolün tam olarak ele alındığına” dair mesaj göndermişlerdir. Saat 23.50 sularında özellikle Ankara ve İstanbul olmak üzere yurdun her tarafından kuvvetli patlama sesleri gelmeye başlamış ve vatandaşlar darbe girişimine tepkilerini göstermek için sokaklara dökülmeye başlamıştır (iha.com.tr, 2016).

Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar’la birlikte diğer kuvvet komutanlarının da rehin alındığı kalkışma günü 23.50 sularında, darbeciler, habercilere gönderdikleri ikinci e-postada “Genelkurmay Başkanı’nın rehin alındığına dair haberler asılsızdır, görevinin başındadır.” içeriğiyle bir açıklama yapmıştır (Fırat, 2016, s.70). Bu açıklamayı yapan darbeciler gecenin ilerleyen saatlerinde TRT binasını basmış ve hem TRT kanalından Tijen Karuş’a okuttukları darbe bildirisinde hem de TSK’nın resmi internet sitesinden yayınladıkları bildiriye yönetimin

ele geçirildiğini belirterek ülkede sıkıyönetim ilan etmişlerdir. İlerleyen saatlerde bildirinin korsan olduğu açıklanmıştır.

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkanı Devlet Bahçeli ve Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu da medya aracılığıyla hükümetin yanında bir tutum sergilemişlerdir. 00.25 sularında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, CNN Türk kanalına cep telefonundan Facetime aracılığıyla bağlanmış ve “Silahlı Kuvvetler içindeki azınlığın kalkışma hareketi. Paralel yapılanmanın teşvik ettiği harekettir.” diyerek halkı kent meydanlarına ve havaalanlarına çağırmıştır (bianet.org, 2016).

Darbe girişimi sırasında darbeciler sivil veya polis ayırt etmeksizin, tanklardan ve helikopterlerden halkın üzerine ateş açmış ve bunun üzerine ciddi anlamda yaralı ve ölü sayısı gündeme gelmiştir. İnsanların kullandığı akıllı telefonlar aracılığıyla yurttaş muhabirliğinin en önemli örnekleri verilmiş ve gerek sosyal medyada gerekse haber kanallarında bu görüntüler aracılığıyla insanlar bilgilendirilmeye çalışılmıştır.

Tüm bunlar yaşanırken gece yarısından sonra sivillerin yığınlar halinde sokaklara dökülmesi ve bir kısmının havalimanına gitmesi üzerine Atatürk Havalimanı'nı ele geçiren askerler, geri çekilmiştir. İstanbul'da ve Ankara'da camilerden sela okunmaya başlanmış ve Türkiye'nin çeşitli şehir merkezlerinde camilerden ve bazı belediye binalarından vatandaşlara meydanlara çıkma çağrısı yapılmıştır. Sonrasındaysa bir askerî helikopterin TBMM, Deniz ve Hava Kuvvetleri yakınlarına ateş açmasıyla Meclis ve Genelkurmay binasından dumanlar yükselmeye başlamış ve İstanbul Harbiye'deki TRT Radyo binası da askerler tarafından kontrol altına alınmıştır (bianet.org, 2016).

Kalkışma çatısı altında çeşitli kurum ve kuruluşlara, halka ve emniyet mensuplarına ağır müdahalelerde bulunan ve gece yarısından sonra da askerî bir helikopterle Türksat uydu istasyonunu vuran darbecilerle ilgili Cumhurbaşkanı Erdoğan, Atatürk Havalimanı'nda kendisini karşılayan kalabalığa “Bu bir ayaklanma, ihanet, vatana ihanet hareketidir. Bunun bedelini çok ağır ödeyecekler.” şeklinde söylemlerde bulunmuştur. İnsanlar arasındaki iletişimi sekteye uğratmak isteyen darbeciler, TRT'nin ardından CNN Türk ve Hürriyet binasına da girmişler ancak sabaha karşı Hürriyet binasını basan askerler gözü altına alınmış,

Atatürk Havalimanı'ndaki tüm askerler dışarı çıkartılmıştır. Aynı dakikalarda Harbiye'deki TRT İstanbul Radyosu'nda bulunan askerler de teslim olmuştur (iha.com.tr, 2016).

Saat 05.00 sularında Doğan Medya Center'a giren darbeciler gözaltına alınmış ve medya çalışanları binaya dönmeye başlamıştır. Saat 06.40 civarı Boğaz Köprüsü'ndeki askerler teslim olmaya başlamış, saat 08.00 sıralarında Harbiye Ordu Evi ve TRT Radyo binası polislerce kontrol altına alınmıştır. Sabah 09.00'a doğru rehin alınan Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar ve Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreteri Fahri Kasırga kurtarılmış sonrasındaysa bir grup Kuleli Askerî Lisesi öğrencisi gözaltına alınmıştır. Genelkurmay Karargahı'nda birçok silahsız askerin teslim olmasından bir süre sonra Fatih Sultan Mehmet Köprüsü trafiğe açılmıştır. Saat 11.00 civarı Genelkurmay Başkan Vekili Orgeneral Ümit Dündar, “Cumhurbaşkanımız, başbakanımız, bakanlarımız ve TBMM, TSK ile tam bir dayanışma içinde demokrasinin ve hukukun yanında yer alarak bu darbe girişimini önlemiştir.” şeklinde açıklama yapmıştır (iha.com.tr, 2016).

3.1.1. Darbecilerin Kitle İletişim Araçlarına Müdahalesi

Türkiye'deki askerî müdahalelere bakıldığında darbecilerin ilk yaptığı şeylerden birisi kitle iletişim araçlarını etki altına almak olmuştur. 1960 ve 1980 darbelerinde, 1971 muhtırası ve 1997 post modern darbesi dönemlerinde iletişim araçlarına açıkça müdahaleler söz konusu olmuştur. Askerî müdahalelerde bulunan ordu mensupları isteklerinin gerçekleşmesi ve halkın bu sürece uyum sağlamasında medyanın öneminin bilincinde olup ona göre bir yol haritası çizmiştir.

Çinlilerin “İşgalcileri yenebilmek için iletişimi kesmek gerekir.” deyişinin ne denli önemli ve doğru olduğu 15 Temmuz darbe girişiminde bir kez daha anlaşılmıştır. 12 Eylül darbesini gerçekleştiren TSK'nin iletişimi kontrol etmek için TRT'yi kontrol altına alması yeterli olmuştur fakat 15 Temmuz 2016'da yaşananlar, yönetimi ele geçirmeyi hedefleyen cuntanın son yıllarda medyanın geçirdiği büyük dönüşümü anlamadığını göstermiştir. Öyle ki idareyi ele almak için birçok detayı düşünüp planlayan darbecilerin medya ve iletişim konusunu yeteri kadar hesaplayamamış ve kontrol altına alamamış olmaları başarısızlıklarındaki en önemli faktörlerden biridir (Devran ve Özcan, 2016b, s.72).

Teknolojinin günümüzdeki kadar gelişmediği, radyo ve televizyonun birden fazla kanala geçmediği ve devletin kanalı olduğu dönemlerde askerî müdahalede bulunanların, amaçlarına ulaşmak için ilk yaptıkları şeylerden birisi özellikle kişilerarası iletişimi kesmek ve mevcut kitle iletişim araçlarını kendi yararlarına kullanmak olmuştur.

Darbe girişiminin yaşandığı 15 Temmuz'da kişilerarası iletişimi sekteye uğratmak isteyen darbeci askerlerin ilk uğrak noktası Ankara'daki Türk Telekom binası olmuştur. Girişimin gerçekleştiği gece saat 22.17'de Türk Telekom binasında güvenlik görevlisi olarak çalışan kişiler darbeciler tarafından silahları ellerinden alınarak etkisiz hale getirilmiş ve binanın çeşitli noktalarından içeriye girilerek bina ele geçirilmiştir. Yüksek rütbeli askerler tarafından "Bu saatten itibaren Türk Silahlı Kuvvetleri yönetime el koymuştur. Herkes burada duracak, eğer karşı koyan olursa vururum!" ifadelerinin de kullanıldığı müdahalede Türk Telekom çalışanları, içerisinde tehdit unsuru barındıran cümleler ile binadan çıkartılmaya çalışılmıştır (aa.com.tr, 2017).

Darbeciler Türk Telekom binasına girerek, ülke içerisindeki iletişim ağına müdahalede bulunmak istemişlerdir. Enformasyon akışının sekteye uğratılması ve kişilerin birbirleri ile olan diyaloglarının kesilmesi, darbe girişiminde bulunanların darbe karşıtı söylemlerin dolaşıma sokulmasını engellemeleri için büyük bir avantaj niteliğinde olup bu durum darbecilerin, ülkenin iletişim ağı bakımından en stratejik noktalarından birisi olan Türk Telekom binasına girmelerine neden olmuştur.

Darbeci askerlerin binaya girmesinden birkaç saat sonra saatler 03.42'yi gösterdiğinde özel harekât tarafından Türk Telekom binasının etrafı sarılarak gerçekleştirilen operasyon sonrası darbeciler tarafından ele geçirilen katlara tek tek müdahalede bulunulmuş, darbecilerin silah ve teçhizatlarına el konulmuş ve darbe girişiminde bulunanlar tek tek gözaltına alınarak bina ve çalışanlar kurtarılmıştır (aa.com.tr, 2017).

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı akşam işlevsel bağlamda kopuklukların meydana geldiği bir iletişim kanalı da internet olmuştur. Saat 22.00 sıralarında İstanbul ve Ankara'da başlayan hareketliliğin bir darbe girişimi olduğunun anlaşılmasının ardından internet kullanıcıları, hiçbir mahkeme kararı olmamasına rağmen Facebook, Twitter ve Youtube'a erişememiştir. İnternet erişimi ile ilgili sıkıntıları ve engellemeleri özel bir

yazılımla ölçmek amacıyla hayata geçirilen “Turkey Blocks”, 22.50’den sonra bu üç sosyal medya ortamına erişimin engellendiğini duyurmuştur. Sosyal medya platformlarına erişim sıkıntısının yaklaşık iki saat sonra normale döndüğü görülmüştür. (aljazeera.com.tr, 2016).

15 Temmuz gecesi girişimin başlamasından bir süre sonra, darbe girişiminde bulunanlar tarafından internete erişimin kısıtlandığını söyleyen Uluslararası Sosyal Medya Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Ümit Sanlav, Boğaziçi Köprüsü'nün kapatılması ile ilgili kesin olarak ne yapılmaya çalışıldığının uzunca bir süre anlayamadığını ve bu bağlamda da sosyal medyaya erişimin engellenmesinin darbe girişiminde bulunanlar için ilk etapta işe yaradığını belirtmektedir (aa.com.tr, 2017).

15 Temmuz gecesi darbecilerin, darbeyi vatandaşlara duyurmak için seçtiği kanal, önceki yaşanan darbelerde olduğu gibi yine TRT olmuştur. TRT binasına zorla girerek çalışanları rehin alan girişimciler, saat 00.00’a gelirken Genelkurmay Başkanlığı emri olduğu gerekçesini ileri sürerek sunucu Tijen Karaş’a zorla darbe bildirisini okutmuşlardır (yenisafak.com, 2016).

15 Temmuz gecesi birbirleri ile haberleşmek için kullandıkları Whatsapp konuşmalarından da açık bir şekilde anlaşıldığı gibi darbe girişiminde bulunanlar, konuşmalarında devamlı olarak yayınların kesilmesi ve çeşitli medya gruplarına operasyon yapılması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Bu amaçla darbeciler ilk etapta TRT’ye girerek darbe bildirisini okutmuşlardır. Darbe bildirisinde yer alan “bu bildirinin diğer televizyon kanalları tarafından da yayınlanması” ibaresi, içinde bulunduğumuz teknoloji çağında iletişimin yalnızca TRT’nin ele geçirilmesi ile kesilemeyeceğini ispatlar niteliktedir. İşte tam da bu aşamada darbenin seyri açısından TRT dışındaki medya kanallarının darbeye karşı nasıl bir tutum sergileyeceği önem kazanmıştır (Özkır, 2017, s.114).

Darbe girişiminde bulunanlar tarafından darbe bildirisinde de belirtildiği üzere darbe yanlısı bir tutum sergilemesi beklenen medya, bu beklentinin aksine önce Başbakan Yıldırım’ı ardından da Cumhurbaşkanı Erdoğan’ı yayınlara alarak darbe ile ilgili söylemlerini dolaşıma sokmuşlardır. Medyanın, darbenin karşısında bir tavır takınması, darbe girişiminde bulunanların ilk hedefleri arasına yerleşmesine neden olmuştur. (Özkır, 2017, s.114).

Gecenin ilerleyen saatlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın CNN Türk kanalına Facetime aracılığıyla bağlanması ve diğer medya kanallarının da bu bağlantıyı kendi yayınlarına taşımasından kısa bir süre sonra Doğan Medya Center'a bir grup asker girmiş ve saat 03.37'yi gösterdiğinde ise ekrandaki son dakika bandında "CNN Türk yayını kesiyor" ibaresi yer almıştır (Fırat, 2016, s.143-144). Kitle iletişim araçlarının darbenin karşısında bir tutum sergilemesi sonrası, darbeciler tarafından, iletişimi kesmek için sadece TRT kanalının ele geçirilmesinin yeterli olamayacağı anlaşılmıştır. Bunun üzerine diğer kanallara da müdahalede bulunma çabasına giren darbeciler zaman zaman halkın direnişi ile karşı karşıya kalmıştır.

CNN Türk binasına girmiş olan darbeci askerler ilk etapta canlı yayının kesilmesini talep etmişler ardından da binayı zor kullanarak boşaltmışlardır. Bu süre zarfında darbe girişiminin karşısında bir tavır takınan vatandaşlar CNN Türk binasının etrafında toplanmışlardır. Bir müddet sonra polisin de gelmesi ile vatandaşlar ve polis binaya girmişler ve binada durumun normale dönmesinin ardından CNN Türk, yaklaşık bir saat sonunda yeniden yayına başlamıştır (cnnturk.com, 2016).

TRT'yi ele geçiren darbeci askerlerin korsan darbe bildirisi okutmasının ardından Cumhurbaşkanlığı kaynaklarınca, okunan bildiri ile ilgili "Korsan bildiridir. Gerekli özenin gösterilmesini rica ederiz." denilmiştir ve bildirin okutulmasından kısa bir süre sonra saat 00.13'te TÜRKSAT, TRT'nin yayını kesmiştir (15 Temmuz Darbe Girişimi ve Millet'in Zaferi, 2016, s.10)

Darbe karşıtı yayınların gerçekleştiği gecede bu yayınları engellemek amacı ile TÜRKSAT'ı hedef alan darbeciler, kurumun çalışanlarını ve güvenlik personelini silah zoruyla etkisiz hale getirmiştir. Kurum çalışanlarına, ordunun yönetimi ele geçirdiğini ve yayınların kesilmesi gerektiğini belirten girişimciler, yayınları kesemeyince TÜRKSAT'ı, F-16 ile toplam dört kez bombalamışlardır (haberturk.com, 2016).

TRT yayını kesen TÜRKSAT'ın Gölbaşı tesislerine helikopterler aracılığı ile saldırıda bulunarak ülkedeki iletişim ağını ele geçirmeye çalışan darbeciler TÜRKSAT'a

ciddi hasar vermiştir. Televizyon ve internet bağlantılarını kesmek için hedef alınan kurum içerisinde iki vatandaş hayatını kaybetmiştir. Darbe girişiminde bulunan askerler tarafından kullanılan ve TÜRKSAT'a saldırıda bulunan askerî helikopter saat 06.30 sularında düşürülmüştür (15 Temmuz Darbe Girişimi ve Milletın Zaferi, 2016, s.11-17)

3.2. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI

Görsel medyanın gücü; internet ve buna bağılı mobil iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin toplumda hızla yayılmasıyla birlikte farklı boyutlar kazanmıştır. İletişim teknolojilerindeki bu hızlı değışim her ne kadar darbe kültürünün altında yatan yerleşik ilişki ve dogmaları köklü olarak etkileyemese de, askerî müdahaleler ve bununla mücadele açısından kamuya yeni imkânlar tanımıştır (Demir, 2016, s.8).

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gece sosyal medyanın gündem belirlemedeki rolü yadsınamayacak boyutlara ulaşmıştır. Kişiler, haber alma ve haber yayma eğilimlerini Twitter, Instagram, Periscope vb. sosyal ortamlarda gerçekleştirmişler. Bu web sitelerinin arama butonlarından, bilgi almak istedikleri olayla ilgili anahtar kelimeler sayesinde olayın içeriğine hızlı bir şekilde erişim sağlamışlardır.

Askerî hareketliliğin darbe girişimi olduğunun anlaşılması üzerine insanlar genellikle haber değeri taşıyan bilgileri şahsi sosyal medya hesaplarından paylaşmaya başlamış ve diğeri insanların da bilgilenmesine olanak sağlamışlardır. Vatandaşların, edindikleri bilgileri, çektikleri fotoğrafları ve videoları paylaşmaya başlamasıyla birlikte süreç fazlasıyla hareketlilik kazanmıştır.

15 Temmuz gecesi halkın, teknolojinin ilerlemesiyle hayatımıza girmiş olan akıllı telefonlar aracılığıyla bir nevi muhabirlik görevi üstlendiğı görülmüştür. Sokaklarda darbecilerin polise ve sivil halka yaptığı müdahalelerin fotoğraf ve videoları sosyal medya hesaplarında paylaşılmış hatta ana akım medyanın verdiği Whatsapp ihbar numaralarına görüntüler atılmış ve televizyonlarda da bu görüntüler seyirciyle buluşmuştur.

Geçtiğimiz yılların en iyi habercilik örneklerinden birini gerçekleştiren CNN Türk Ankara Temsilcisi Hande Fırat, saat 00.26'da, 'özgürlük telefonu' olarak isimlendirdiği akıllı telefonunun ekranını kameralara doğru yönelmiş ve elindeki mikrofonu telefona doğru tutarak Facetime aracılığıyla Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı halk ile buluşturmuştur (Demir, 2016, s.10).

Darbe girişiminin yaşandığı gece CNN Türk ekranlarında gerçekleşen diyalogun önem arz etmesinin en büyük faktörlerinden birisi, hakkında çeşitli söylentiler çıkan ve hayatından dahi şüphe edilen Cumhurbaşkanı'nın yaşadığının öğrenilmesi olmuştur. Facetime konuşması esnasında öğrenilmiş olunan, girişimin emir komuta zinciri dışında olduğu ibaresi, vatandaşların kafasındaki soru işaretlerinden bir tanesini daha yok etmiş ve kişilerin ve insanların zihninde girişimin er ya da geç başarısız olacağına bir göstergesi olarak şekillenmiştir.

Cumhurbaşkanı Erdoğan, CNN Türk ekranında gerçekleşen yayının ardından diğer televizyon kanallarına da Facetime aracılığıyla bağlanmıştır. Cumhurbaşkanı'nın demokrasiye sahip çıkmak için vatandaşları sokağa davet etmesinden sonraki süreçte, Diyanet İşleri Bakanlığı da 81 ilde birlik ve beraberlik için sela okunması kararı vermiştir (Fırat, 2016, s.106).

Yaşanan teknik aksaklıklar yüzünden kitleler arası iletişimin sekteye uğradığı gecede Facetime görüşmeleri, yaşanan sıkıntıların giderilmesi noktasında oldukça fayda sağlamıştır. Gerçekleşen ilk Facetime görüşmesi sonrasında diğer siyasetçilerin de yayınlara katılım oranı artmıştır. 26. Başbakan Ahmet Davutoğlu, 11. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ve diğer bakanların da katıldığı canlı yayınlar, bilgi akışı ve kitleleri yönlendirme açısından geceye hareketlilik katan görüşmeler arasında yer almıştır.

15 Temmuz darbe girişiminin en kritik aşarından birisi de Periscope olmuştur. Bir mobil canlı yayın uygulaması olan Periscope, kalkışmanın yaşandığı gece boyunca kişilerin yaşadıkları anları diğer vatandaşlarla senkronize bir şekilde paylaşmasını sağlamıştır.

Sonrasında vefat eden veya yaralanan insanların vurulma görüntülerinin de yansıdığı bu canlı yayın bağlantıları, kalkışmanın ne kadar kanlı olduğunun delili olmuştur (Demir, 2016, s.8).

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın kalkışma gecesi vatandaşa seslenmek için kullandığı mecralardan birisi de Periscope olmuştur. Marmaris'te kaldığı otelde yaptığı açıklamalar Türksat'ın bombalanması ve yaşanan teknik aksaklıklar sebebiyle televizyon kanallarından değil mobil telefonlar aracılığıyla vatandaşlara iletmeye çalışılmıştır. Fakat görüntülerin sınırlı sayıda kişiye ulaşması sebebiyle yığınları bilgilendirme ve harekete geçirme amacı istenilen düzeyde olamamış ve bu yetersizlik Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı ilerleyen dakikalarda televizyon kanallarında Facetime aracılığıyla seslenirken karşımıza çıkarmıştır.

Saatler 00.51'i gösterdiğinde Hasan Doğan'ın CNN Türk'teki Facetime bağlantısından önce Periscope'tan yaptıklarını belirttiği açıklamanın bir bölümü televizyonlarda yayınlanmıştır. Açıklamada Cumhurbaşkanı Erdoğan kendisini, (Firat, 2016, s.112) “Bu malum yapıya ait Türk Silahlı Kuvvetleri içinde bir grup ülkemizin birlik ve beraberliğine, bütünlüğüne yönelik bir kalkışma hareketinin içine girmişlerdir. Bunu yapmak suretiyle de bütün şehirlerimizde şu anda bir huzursuzluğun sebebini oluşturmuşlardır. Bu milli iradeye yönelik ayaklanma hareketidir.” şeklinde ifade etmiştir.

Cumhurbaşkanı'nın yaptığı açıklamalara ek olarak siyasetçiler, sanatçılar ve sivil halk da Periscope aracılığıyla birlik ve beraberlik çağrılarında bulunmuştur. Özellikle kitleler arası iletişimin sekteye uğratılmaya çalışıldığı gecede bilgi akışının sağlanması görevini yerine getiren Periscope platformu, önemli bir performans gerçekleştirmiştir.

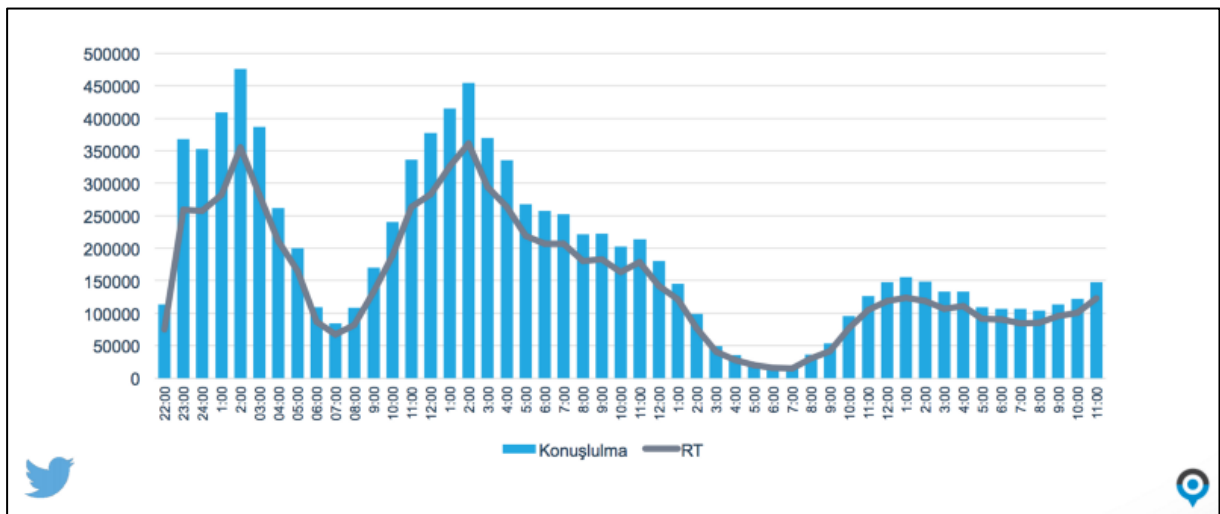
Yurttaş muhabirliğinin en önemli örneklerinin verildiği 15 Temmuz gecesi; vatandaşlar köprülere, meydanlara, kritik noktalara giderek Periscope aracılığıyla gerçekleştirdikleri canlı yayınlar sayesinde enformasyon akışını sağlamışlardır. İletişim kopukluklarının çokça yaşandığı kalkışma gecesi özellikle darbe girişiminde bulunan askerlerin sivil halka açtığı ateş sonrası yaralanan insanların görüntüleri ilk etapta Periscope bağlantılarıyla gündeme gelmiştir.

Periscope bağlantıları, darbe girişiminin yaşandığı gece, hem dingin hem de hareketli ortamların haber verme aracı olarak kullanılması açısından mühim bir görev üstlenmiştir. Öncelikle mobil cihazlardan erişim sağlanan ve bilgi akışının hız kazanmasına yardımcı olan Periscope, bir sonraki aşamada geleneksel medya araçları aracılığıyla vatandaşlarla buluşmuştur.

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gece, en aktif kullanılan sosyal medya ortamlarından birisi de Twitter olmuştur. Haberleşme ve bilgi alışverişinde bulunmak için kullanılan Twitter, kalkışmanın yaşandığı gece özellikle insanları yönlendirme potansiyeline sahip kişilerce atılan tweetler aracılığıyla çağrılarının çok daha geniş kitlelere ulaşmasına imkân tanımıştır.

Darbe girişiminin yaşandığı gece sosyal medya platformlarına 22:50'den sonra iki saat gibi bir süre erişim kısıtlanmış olup günde yaklaşık 6 milyon Türkçe tweetin atıldığı Twitter'da, 01.00 sularında erişimin normale dönmesinin ardından 16 Temmuz'da toplam 18 milyon 666 bin tweet paylaşılmıştır (aljazeera.com.tr, 2016).

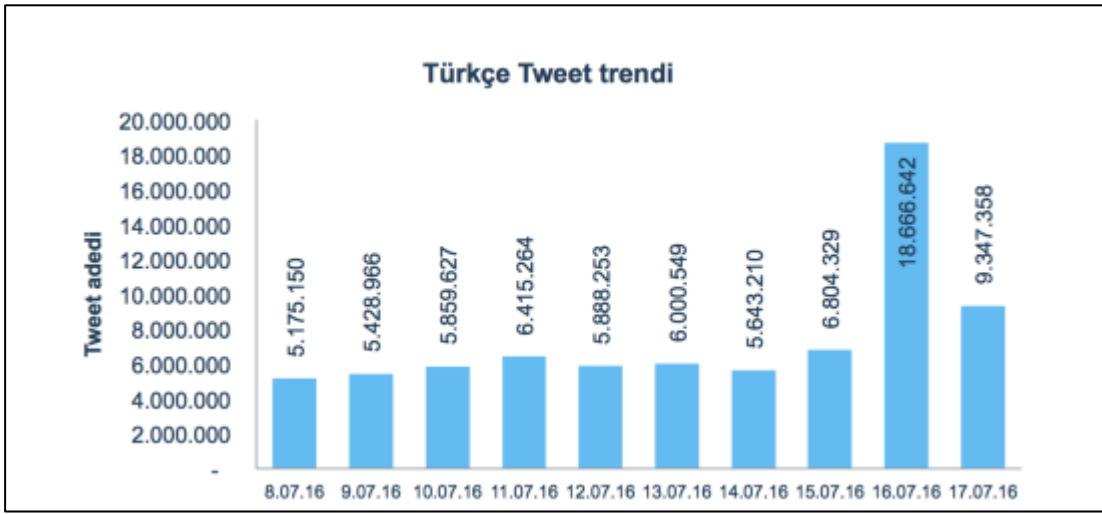
15 Temmuz gecesi sosyal medyada yaşanan aksaklıkların sona ermesi ve özellikle Recep Tayyip Erdoğan'ın Facetime konuşması sonrasında Twitter kullanım oranı oldukça artmıştır. Twitter'daki atılan tweet ve retweet sayısı gece 01.00-02.00 sularında en üst kullanım düzeyine ulaşmıştır.



Şekil 2: 15-16 Temmuz Twitter Kullanım Oranı

Kaynak: aljazeera.com.tr, 2016; (Somera)

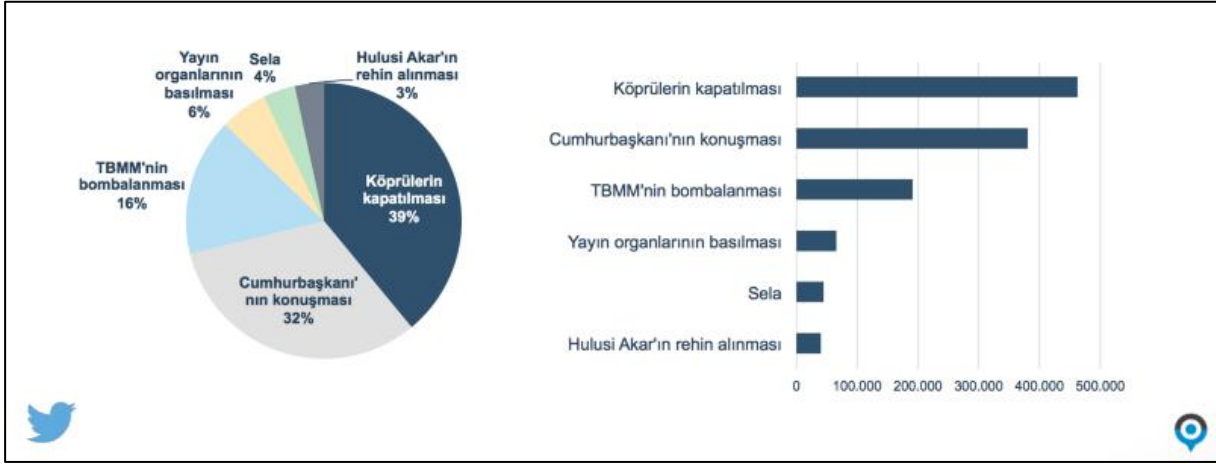
Sosyal medya ölçme, analiz ve araştırma hizmetleri veren Somera'dan edinilen verilere göre 16 Temmuz'da atılan tweet sayısı normale oranla yüzde 223 artmıştır. 15 Temmuz ve 17 Temmuz tarihleri arasında toplam 34 milyon 818 bin 329 tweet atılmış ve bu tweetler 15 milyar erişime ulaşmıştır (aljazeera.com.tr, 2016).



Şekil 3: 8-17 Temmuz Atılan Tweet Sayısı

Kaynak: aljazeera.com.tr, 2016; (Somera)

Darbe girişiminin yaşandığı gecenin Twitter'da en fazla konuşulan başlıkları; köprülerin kapatılması, Cumhurbaşkanının konuşması, TBMM'nin bombalanması, yayın organlarının basılması, sela, Hulusi Akar'ın rehin alınması olmuştur.



Şekil 4: Girişim Gecesi Twitter’da En Çok Konuşulan Başlıklar

Kaynak: aljazeera.com.tr, 2016; (Somera)

Yaşanan süreçte Türkçe paylaşımlar incelendiğinde %38'inin darbe karşıtı söylemler içerdiği görülmüştür. Darbe yanlısı paylaşımların oranı ise %8 oranındadır. Analiz sadece “Darbe Karşıtı” ve “Darbe Yanlısı” söylemler üzerinden gerçekleştiğinde %82'sinin darbe karşıtı, %18'inin darbe yanlısı içerikler barındırdığı görülmüştür. Sonraki süreçte ise yaşanan darbe girişimi kapsamında sosyal medya üzerinden, silahlı isyanı öven, #YURTTASULHKONSEYİ etiketiyle darbe yanlısı içerik paylaşanlar için “suçu ve suçluyu övmek ve kanunlara uymamaya tahrik” suçuyla soruşturmalar başlatılmıştır (haberturk.com, 2016).

Bir sosyal medya ortamı olan Instagram, Twitter gibi darbe karşıtı dijital mücadelenin en etkin ortamlarından birisi olmuştur. Özellikle “fotoğraf paylaşımı” üzerine kurulan bu ağ hem darbe girişimini içeren görsellerin yayılma imkânı bulduğu hem de birçok medyatik karakterin darbe girişimiyle ilgili tepkilerini ortaya koydukları bir platform niteliği kazanmıştır. Yüz binlerce kişi tarafından “takip edilen” siyasetçilerin ve sanatçıların darbe karşıtı “görüntü destekli söz” paylaşımları, kargaşa süresince ortak aklın geliştirilmesine imkân tanımıştır (Demir, 2016, s.19).

Yurttaş muhabirliğinin en önemli örneklerinin verildiği kalkışma gecesi, Periscope ve Twitter gibi Instagram’da da binlerce sivil vatandaşın, askerî müdahalenin yaşandığı anlara dair paylaştığı fotoğraf ve videolar geceye damgasını vurmuştur. Kişilerin aldıkları

duyumların yanında bilgi alma ihtiyacının görsel olarak da tamamlandığı bir ortam olan Instagram, darbecilerin gerçekleştirdikleri müdahalelere tanık olunmasının yanında, halkın girişime olan tepkilerini de ortaya koyma imkânı sağlamıştır.

Meydanlardaki vatandaşların darbe girişiminin yaşandığı gece kendi buldukları ortamı bilgi akışına sunmalarının yanında sosyal medyayı evlerinden kullanan kişiler de başkalarından gördükleri ve önem arz ettiğini düşündükleri fotoğraf ve videoları repost özelliğini kullanarak kendi sayfalarında paylaşmış ve böylece askerî müdahalenin yaşandığı gecenin enformasyon ağı içerisindeki yerlerini almışlardır.

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gece ve sonraki süreçte siyasetçilerin birçoğu darbeye karşı olan tutumlarını Twitter'ın yanı sıra Instagram aracılığıyla da sergilemişlerdir. Birlik ve beraberlik mesajları içeren fotoğraflarını paylaşırken çoğu zaman açıklama kısmına duygu ve düşüncelerini de eklemişlerdir. 15 Temmuz darbe girişimi esnasında meydanlara çıkarak mücadele eden polis, siyasetçi, sanatçı ve sivil halkın yanı sıra dijital ortamlardan yürütülen mücadelenin en önemli ortamlarından birisi Instagram platformu olmuştur.

15 Temmuz gecesi en etkin kullanılan sosyal platformlardan olan Whatsapp; kişilere, birbirleriyle iletişim kurma ve bilgi akışını sağlamada büyük bir hizmet vermiştir. İçerisinde barındırdığı grup kurarak birden fazla kişiyle aynı anda mesajlaşma özelliği ile siyasetçilerin, habercilerin ve özellikle sivil halkın toplu hareket etme amaçları doğrultusunda kullandıkları Whatsapp, geceye damgasını vuran sosyal medya platformları arasında yer almıştır.

Whatsapp grupları, ortak maksatları olan bireylerin tesadüfi olmayan sistematik birlikteliğini ifade etmektedir. Darbe girişiminin yaşandığı andan itibaren Whatsapp kullanıcıları, mensup oldukları Whatsapp grupları üzerinden darbe karşıtlığını büyüten bir ortam yaratmışlardır. Bu gruplar aracılığıyla hem sokaklara çıkma fikri yayılmış hem de olası kışkırtmalarla ilgili dakik bilgilendirmeler yapılmıştır. Bu “sanal biraradalık”, yüz yüze iletişimin vakit ve yer sınırlılıklarını da aşarak kriz yönetiminde önemli bir rol üstlenmiştir (Demir, 2016, s.19). Bu bağlamda kalkışmanın yaşandığı geceye damgasını vuran en önemli sosyal ortamlardan birisi de Whatsapp olmuştur.

Kalkışma gecesi siyasetçilerin aralarında iletişim kurmak için tercih ettikleri en önemli mecralardan birisi olan Whatsapp'ın toplu konuşma özelliği ile milletvekilleri, aldıkları duyumları anlık olarak diğer milletvekilleriyle paylaşabilmiş ve enformasyon işleme sürecine katkıda bulunmuşlardır. Özellikle meclisin bombalanmasının ardından aktif olarak kullanılan Whatsapp grupları haberleşme anlamında siyasetçilere büyük kolaylık kazandırmıştır (t24.com.tr, 2017).

Kalkışma gecesi Whatsapp grup konuşmalarını etkin bir biçimde kullanan meslek grubu da haberciler olmuştur. Gerçekleştirdikleri yayın aralarında, askerî müdahaleler esnasında zaman zaman Whatsapp gruplarına bilgilendirmelerde bulunmuşlar ve iş arkadaşlarıyla iletişimi bu şekilde sağlamışlardır. Darbe girişiminin yaşandığı gece CNN Türk çalışanlarından görev yerlerine ulaşmaya ya da büroya geçmeye çalışan muhabirler hem ilk anda edindikleri ama kendi görmedikleri ya da teyit ettiremedikleri ham bilgileri hem de tanık oldukları anları Whatsapp grubunda paylaşarak iletişim kurmaya çalışmışlardır (Fırat, 2016, s.36).

Kalkışma gecesi TRT'nin haber merkezi çalışanları da tıpkı CNN Türk çalışanları gibi Whatsapp grubundan haberleşme sağlamışlardır. Tijen Karaş'a zorla darbe bildirisi okutan askerler tarafından rehin alınan habercilerin bazıları telefonlarını gizleyerek teslim etmemişler ve Whatsapp gruplarına o an yaşadıklarını, nerede rehin alındıklarını ve kişisel durumlarıyla ilgili bilgilendirmelerde bulunmuşlardır (Fırat, 2016, s.84-86).

Whatsapp, sivil halkın haberleşme ve enformasyon sağlamada aktif bir biçimde kullandıkları ortamlar arasında olup vatandaşlar, aldıkları duyumları teyit etmek ve kendi bilgilerini karşı tarafa aktarmak için özellikle Whatsapp gruplarını etkin bir biçimde kullanmıştır. Meydanlara çıkan vatandaşlar edindikleri bilgileri, çektikleri fotoğraf ve videoları Periscope, Twitter gibi sosyal medya ortamlarının yanı sıra ortak amaçlar doğrultusunda kullanılan Whatsapp gruplarında da paylaşmışlardır. Etkileşimin, kullanılan araç dolayısıyla oldukça hızlı olduğu, bilgilerin tanınan kişilerce paylaşılmasından ötürü olabildiğince doğru enformasyon ihtiyacının karşılandığı ve dolayısıyla vatandaşların

tutumlarının bu bağlamda şekillendiği Whatsapp ortamı, darbe gecesi iletişimin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmiştir.

15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleşen darbe girişiminde, Whatsapp, darbecilerin birbirleriyle iletişim için kullandıkları sosyal mecralardan birisi olmuştur. Darbe bildirisi, kalkışmanın yaşandığı gece TRT'yi denetim altına alan askerlere, Whatsapp aracılığıyla ulaştırılmıştır. Emir aldıkları isimlerin hazırlayıp gönderdikleri bildiriye önce Yarbay'ın okuyacağını söylemişler ancak bir süre sonra telefonla aldıkları yeni bir talimat doğrultusunda, bildiriye spikerin okumasına karar vermişlerdir (Fırat, 2016, s.85).

Whatsapp'ın dinlenmeme ve takibe takılmama gibi özelliklerinin yanı sıra uçtan uca şifreleme özelliğini de içerisinde barındırması darbecilerin aralarındaki iletişimi sağlamak için tercih ettikleri bir sosyal ortam olmasına neden olmuştur. Bu şifreleme sayesinde yapılan konuşmalara grup dışındakiler tarafından erişim söz konusu olmamakla birlikte uygulamanın yüklü olduğu araç ele geçirilmeden yazışmaları elde etmek de mümkün değildir. Darbeciler Whatsapp'ın bu özelliklerinin de verdiği rahatlıkla aralarındaki iletişimi buradan sağlamışlar, kişilere görev dağılımında bulunmuşlar, hatırlatmalar yaparak ortak bir eylem düzeni geliştirmeye çalışmışlardır (Demir, 2016, s.12).

Darbe girişimcilerinin girişim gecesi haberleşme ve iletişim için kullandıkları sosyal mecralardan birisi de sosyal bir mesajlaşma uygulaması olan Bylock olmuştur. Zamansal olarak darbe girişiminden çok daha önce aktif bir şekilde kullanmaya başladıkları Bylock'u, aldıkları duyuları birbirleriyle paylaşmak, istek ve emirleri birbirlerine iletmek için tercih etmişlerdir. Bylock uygulaması, Whatsapp ve benzeri sosyal ortamlardan farklı olarak kullanıcıların esas olarak yazışmalarını sağlasa da, kriptolu konuşmaya imkân tanıdığı için yazışmaların izlenebilmesi oldukça zor olmaktadır. Askerî seviyede şifreleme tekniğini barındırdığı belirtilen Bylock'un, görünüm olarak türevi olan sosyal ortamlardan ciddi anlamda bir farkı bulunmamaktadır (hurriyet.com.tr, 2016).

3.3. SİYASİ PARTİ LİDERLERİ ve GAZETE YAZARLARININ TWEETLERİNİN SÖYLEM ANALİZİ

3.3.1. Araştırmanın Örnekleme

15 Temmuz darbe girişiminde sosyal medyanın rolünün incelendiği bu çalışmada, son zamanlarda hayatımıza dâhil olan ve yüksek bir ivme ile kişilerarası iletişim ağını günden güne genişlettiği görülen sosyal medya platformlarının, geniş bir evrene sahip olması dolayısıyla araştırma esnasında, bu evreninin sınırlandırılma gerekliliği doğmuştur.

Araştırmada 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gün, bu kamusal alan içerisinde yerini alan Twitter'da, kanaat önderi olarak değerlendirebileceğimiz siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazete (Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, Habertürk) yazarlarının tweetleri incelenmiştir. Değerlendirmeye alınan kişiler, takipçisi yüz binin üzerinde olan ve girişimin yaşandığı 15 Temmuz gecesi 22:00 ile 16 Temmuz gecesi 00:00 aralığında tweet atan kişiler olarak sınırlandırılmıştır.

Araştırma örnekleme belirlenirken araştırma kapsamına dâhil edilen siyasi parti liderleri ve gazete yazarlarının toplam sayısının 293 olduğu görülmüş fakat Twitter üzerinden gerçekleştirilen incelemeler sonrasında bu kişilerden yalnızca 224 tanesinin Twitter kullandığına ve içlerinden 65 tanesinin yüz binin üzerinde takipçi sayısının olduğuna tanık olunmuştur. 65 Twitter kullanıcısının ise sadece 35 tanesinin darbe girişiminin yaşandığı gün tweet attığı görülmüş ve atılan toplam tweet sayısının da 294 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1
Araştırma Örneklerinin Sayısal Dökümü

	Kişi Sayısı	Twitter Kullanan Kişi Sayısı	Yüz Binin Üzerinde Takipçisi Olan Kişi Sayısı	Yüz Binin Üzerinde Takipçisi Olup Darbe Girişiminde Tweet Atan Kişi Sayısı	Darbe Girişiminde Atılan Tweet Sayısı
Siyasi Parti Liderleri	5	5	4	2	9
Hürriyet Yazarları	84	73	23	10	43
Sabah Yazarları	85	56	12	9	121
Sözcü Yazarları	25	17	9	6	18
Posta Yazarları	44	33	6	3	67
Habertürk Yazarları	50	40	11	5	36
Toplam	293	224	65	35	294

3.3.2. Araştırmanın Yöntemi

Yöntem olarak Van Dijk'ın eleştirel söylem analizinin tercih edildiği ve 15 Temmuz darbe girişiminde sosyal medyanın rolünün incelendiği bu çalışmada, sosyal medya yeni bir kamusal alan olarak ele alınmış ve etkin sosyal medya platformlarından olan Twitter'da 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gün, kanaat önderi olarak değerlendirebileceğimiz siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazete yazarlarının attığı tweetler eleştirel söylem analizine tabii tutulmuştur.

Ele alınan kişilerin, Twitter kanalıyla okuyuculara ilettikleri gönderi metinlerinin çözümlenmesiyle, sosyal medyadaki okuyucuları nasıl yönlendirmeye çalıştıkları ve ne tür söylemler ürettikleri ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla araştırma örneklemindeki 35 kişiye ait, 294 tweet öncelikle içerdikleri söylemler ve bağlamları da incelenerek çeşitli kategorilere ayrılmış ve ardından da gerçekleştirilen metinsel çözümleme toplumsal, kültürel ve tarihsel bağıntılar eşliğinde gerçekleştirilmiştir.

3.3.2.1. Dil, İdeoloji ve Söylem

Dil sözcüğünün tanımı Güncel Türkçe Sözlük'te "İnsanların düşündüklerini ve duyduklarını bildirmek için kelimelerle veya işaretlerle yaptıkları anlaşma, düşünce ve duyguları bildirmeye yarayan herhangi bir anlatım aracı" (tdk.gov.tr, 2017) şeklinde tanımlanmış olsa da dil, salt duygu ve düşünce aktarımını sağlayan bir araç olamayacak kadar fonksiyonel bir olgudur.

Dilbilimin esas mevzusu anlamın ne şekilde meydana geldiğidir. Farklı bir deyişle, anlamın ne şekilde meydana geldiğini izah etmektir. Konstrüktif ve üretici-dönüşümsel dilbilimcilerin hemfikir oldukları konu, cümleyi en büyük birim saymalarıdır. Aynı dilbilimciler, cümle içi bağları da ele almışlardır. "Dil incelemelerinin gerci söylemdir ve söylem genellikle tümceyi aşar." (İnceoğlu ve Çomak, 2009, s.24).

Lengüistik bağlamda dilin kullanım şekli olarak ifade edilen söylem, bir dilsel harekette bulunma şeklidir. Söylem yalnızca kişinin tercih ettiği dille sınırlandırılmaz, o bununla birlikte iki birey arasında devam eden etkileşimli iletişimi, lengüistik nizamları ve aneleri içinde barındırmaktadır (Hartley, 2002, s.73).

Dilin işlevsel özelliği, bilhassa kimliğin ferdî ve toplumsal sınırlarının biçimlenmesinde önemli role sahiptir. Bu sebeple, dil vasıtasıyla meydana gelen söylem, dilin konusu olduğu kimliğin fonksiyonel özelliği ile bağlıdır. Dilin kişiler arasındaki iletişim ve etkileşimdeki rolü universal bir işlevi ifade eder. Fakat bununla birlikte dil ve söylem, belli bir kültürel, sosyal ve siyasal dizgenin parçasıdır ve başlıca özellikleri bu dizge üzerinde şekillenir. Bundan dolayı söylem, yapısal bir özelliğe sahip olmanın yanında kimlik üzerindeki rolü sebebiyle işlevsel bir niteliği de içerisinde barındırmaktadır (Yalçın, 2011, s.13).

Geçmişten günümüze üzerinde tartışılmaya devam edilen bir kavram olan ideolojiyi; elde edilmiş şeklimizi, kazanışımızı ve yeri geldiğinde değiştirişimizi etkileyen en önemli unsurlar dil kullanımı ve söylemdir. Söylemlerimizin birçoğu, bilhassa bir grup üyesi konumu itibarıyla konuştuğumuz zaman, ideolojik bakış açımızı sergiler. İdeolojik düşüncelerimizin birçoğunu ailemizden, akranlarımızdan ve başka grup üyelerinden duyarak, görerek öğreniriz. Bunun yanında, ideolojileri, birçok konuşma ve metin şekilleri içerisinde; televizyondan,

kitaplardan, gazetelerden, reklamlardan, günlük sohbetlerden öğreniriz. İdeolojiler, düşüncelerle, her şeyden önce de bir sosyal grup ya da hareketin dolaşıma soktuğu sosyal, siyasi ve dinî fikirlerle bağlantılıdır. Genel ve geçici bir deyişle söylenecek olursa, “İdeolojiler, bir grubun üyelerinin köklü inançlarıdır.” (Çoban ve Özarıslan, 2003 s.15-18).

Konuştığımız diller bireysel olmadığı gibi ideolojilerimiz de bireysel değildir. Bu bağlamda ideolojiler şahsi fikirlerden değil, müşterek, sosyal inançlardan ileri gelmektedir. İdeolojiler, arabamızın modeli veya evimizin rengi gibi gündelik önemsiz konulardan ziyade mühim toplumsal ve politik meselelerle, yani bir grupla ve o grubun varlığına ilişkin konularla alakalıdır. Özetle “İdeolojiler, bir grup tarafından paylaşılan inançların temel toplumsal temsillerini oluşturur ve kesin olarak bu inançların genel tutarlılığını tanımlayan yapı görevi görür.” (Çoban ve Özarıslan, 2003 s.24).

3.3.2.2. Eleştirel Söylem Analizi

1960’lardan itibaren, dilbilimle olan bağlantısı aşılarak ifadelendirilmeye başlanan söylem analizi, disiplinlerarası bir çalışma alanı şekline gelmiştir. Birden fazla disiplinin bir araya gelerek bir içerik sunmaya başladığı bu yaklaşım, yöntem bilimsel bir çözümleme çerçevesi sunmanın sınırları dışında toplumsal, kültürel ve siyasi içerik tahlillerini de içerisinde barındıran teorik bir görüngen haline almıştır. Söylem ile ilgili araştırmalar disiplinlerarası bağlamda; insan bilimi, dil bilimi, gösterge bilimi, sosyo-lengüistik, diyalog analizi vb. yeni araştırma alanlarını da içerisine katarak genişlemiştir. Bunun sonucunda, söylem analizi sadece söz dizimleriyle alakalı bir yöntem olmanın ilerisine geçmiştir. Bu yeni perspektifle söylem araştırmaları; metin, diyalog, eylem, film ya da resim vb. çeşitli alanları içerisinde barındırmaktadır (Dijk, 2007, s.1-3).

Söylem analizi, metindeki manaların açığa çıkarılması adına bağlamsal ve metinsel olarak analiz gerçekleştirilme şeklidir. Eleştirel söylem analizi ise metindeki mananın açığa çıkarılması esnasında çözümleyicinin politik duruşuna vurgu yapmaktadır. Politik bir duruşla eleştirel söylem analizini gerçekleştiren çözümleyici bu bağlamda metindeki politik manayı açığa çıkaracaktır. Fakat bahsedilen politik konum, geniş anlamıyla politik bir bağlamı yansıtmaktadır. Siyasi partiler veya politik iktidar anlamlarından ziyade bütün iktidar ilişkilerini içerisinde barındıran bir politik bağlam kastedilmektedir. Öğrenci-öğretmen, hasta-

doktor, zanlı-yargıç, çocuk-yetişkin, kadın-erkek gibi ilişkilerdeki iktidarın politik bağlamı gibi... Analiz gerçekleştirilirken bu tip politik bağlamın, genel sosyal politik bağlamla olan münasebetinin de kesilmeden idrak edilmesi zorunludur. Metindeki mana, metinsel ve bağlamsal niteliklerden oluşmaktadır. Bu iki unsur arasında dayanıklı bir bağ kurabilmek için metnin birçok defa okunması gerekmektedir. Ancak mühim olan, metnin manasını, toplumsal bir bağlama oturtabilmektir. Söylem analiziyle, açıklanan söylemlerin toplumsal yansımalarının detaylı bir şekilde incelenmesi, çözümleyicinin izah etme gücünü artıracak ve söylem analizinden esas beklenen faydayı da gözler önüne serecektir (Atabek, 2007, s.161).

Söylem çalışmalarının yöntem bilimsel çerçevesi ve uygulama sahasının genişlemesiyle birlikte eleştirel bir nitelik kazanması 1970'li yıllara tekabül etmektedir. Bu yıllarda güç, iktidar, hükmetme gibi kavramların yanında toplumsal adaletsizlik, ırk ve sınıf eşitsizlikleri vb. durumlar üzerine üretilen söylem, çoğunlukla metin ve konuşma pratikleri bağlamında araştırılmıştır. Söylem kuramının biçimlenmesinde önemli bir zaman dilimi olan bu süreçte eleştirel söylem kuramlarının da temelleri atılmıştır (Yalçınar, 2011, s.11).

Toplumsal problemlere eleştirel bir tavır takınabilme, toplumsal eşitsizlik ve adaletsizlik gibi durumlara karşı duyarlı olabilme nasıl ki öğretilen şeyler değilse, eleştirel söylem analizi de harfi harfine öğrenilebilecek veya öğretilen bir şey değildir. Eleştirel söylem çalışmaları çatısı altında yapılan bu akademik etkinliğin kendine has kullandığı salt bir yöntem söz konusu değildir. Eleştirel söylem analizi; lengüistik, psikoloji ve sosyal bilimlerde tercih edilen çeşitli yöntemlerden yararlanmaktadır (İnceoğlu ve Çomak, 2009, s.30).

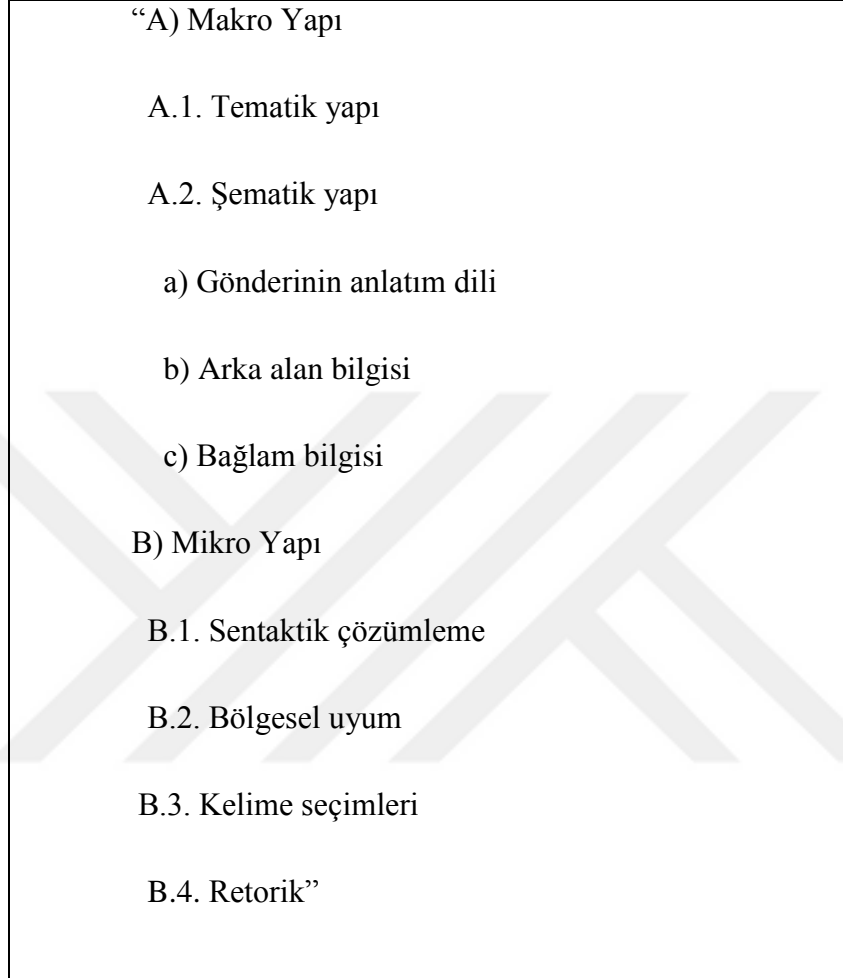
Eleştirel söylem analizi, söylemin arkasında saklanan ideolojiyi lengüistik bağlamda ele alarak ortaya çıkarma metodudur. Bu ele alış çok disiplinli yaklaşımlarla birlikte gerçekleşmektedir. Bu sayede güç ilişkileri ve bu ilişkiler bağlamında görülen eşitsizlikler, anlama ve algılama şekilleri, sosyal yaşamdaki aşamalı yapılanma, tarihsel ve kültürel hareketler dizisinin seyri, eylemlerin özelliği, ayrımcı yönelimler, cinsiyet ve grup kimlikleri, ayrımcı görüşler gibi birçok nitelikler incelenebilmekte ve bu doğrultuda söylemin niçin o şekilde meydana geldiğine dair sonuçlar elde edilmektedir (Kocaman, 2006, s.105).

Eleştirel söylem analizi, çok disiplinli ve seçmeci bir yaklaşım şeklinde ifade edilebilir. İster tek başına teorik bir disiplin olsun ister toplumsal ve siyasal olguları değerlendirmek için yöntem bilimsel bir araç şeklinde ifade edilsin, bu kuram kendisini, topluma oldukça geniş bir yelpazede sunmaktadır. Eleştirel söylem analizi, toplumsal sorunların çözümlenmesinde, siyasal ve sosyal biraradallığın incelenmesinde mühim bir fayda sağlarken diğer yandan disiplinlerarası araştırmalar için dikkat çekici bir kavramsal ve yöntem bilimsel çerçeve sunar (Yalçınar, 2011, s.23).

Van Dijk'ın analiz yöntemine göre, cümlenin dil bilgisi yönünden aktif veya pasif olması, kelime tercihleri, söylemdeki imalar, haber oluşumundaki şemanın tematik nitelikleri -başlık tercihlerinden esas durumun ortaya koyuluş biçimine kadar- tüm söylem öğelerinin tek tek incelenmesiyle metnin içerisindeki ideolojik oluşum anlaşılabilir. İdeolojinin, realitenin tekrar kodlanması olduğu varsayımından hareket edecek olursak, alıcıyı şahsi inançları doğrultusunda yönlendirme maksatlı "ideolojik söylem" in metnin içerisinde ve metni oluşturan tematik ve dil bilimsel yapıda kendini göstermesi kaçınılmaz olmaktadır (Çolak, 2017, s.2).

Dijk, araştırmalarında ele aldığı metni makro ve mikro boyutlarıyla incelemektedir. Makro boyutunda tematik ve şematik olgulardan bahseder. Haber analizlerini bu iki olgu üzerine kurmayı dener. Tematik analizde en dikkat çeken ögenin hiyerarşik yapılar olması nedeniyle, burada, ana/üst başlık, başlık, alt başlık, spot, haber girişleri (özet niteliğindedir), haberler (başlıkların aralarındaki ilişki ele alınır ve metin ile olan alakası incelenir, metnin ve başlıkların uzunlukları önem taşır), öyküler veya hadiseler aşamalı olarak birbirlerini takip eder. Şematik analizde yorumlara ve durumsallığa değinmektedir. Bu sebeple de öykü/olay örgüsü ve yapısı incelenir. Durumsallığa dair malumatlar verilerek ardından haberin yayınlandığı ve gerçekleştiği tarihle birlikte haberin ele alınmış şekli gibi bilgiler değerlendirmeye alınır. Dijk, mikro yapı analizlerinde ise haberin tümce yapılarıyla ilgilenmektedir. Tümceler basit/karmaşık tümceler, etken/edilgen tümceler, farklı kip ve zamanlı tümceler şeklinde ele alınırken uzun ya da kısa yapıları, kelime tercihleri, retorik, sistemli ve aşamalı olarak değerlendirilir (Dijk, 1988, s.30-40). Van Dijk eleştirel söylem analizini basit bir metinsel çözümleme olarak ele almadığı gibi analizi gerçekleştirirken

toplumsal, kültürel ve tarihsel bağtıların da analize dâhil edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.



Şekil 5: Van Dijk’in Haber Metinlerine Uyguladığı Söylem Analiz Şeması

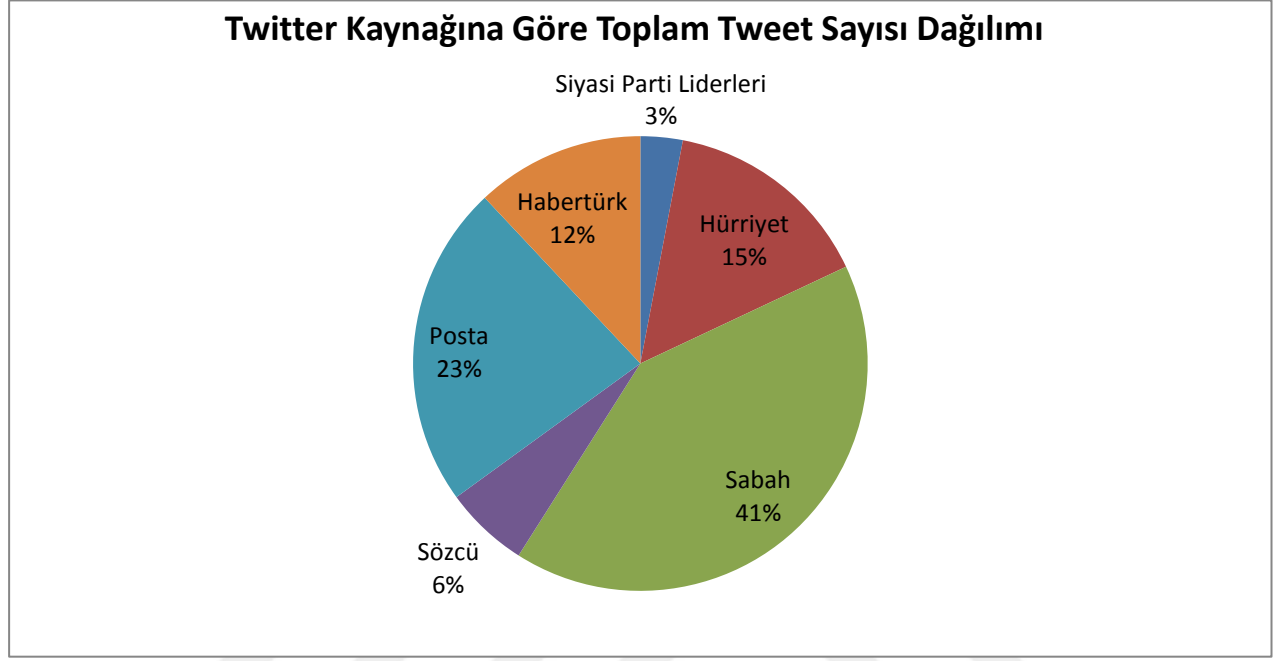
Kaynak: (Karaman ve Işıklı, 2016, s.143).

3.3.3. Tweetlerin İncelenmesi ve Kategorize Edilmesi

15 Temmuz darbe girişiminde sosyal medyanın rolünün analiz edilmek istenmesi üzerine Twitter sosyal mecrasının tercih edildiği araştırmada, takipçisi yüz binin üzerinde olan ve darbe girişiminin yaşandığı gün tweet atan siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazetenin (Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, Habertürk) yazarları incelenmektedir.

Twitter kaynağına göre, incelenen toplam tweet sayısının yüzdesel dağılımlarına bakıldığında incelenen grupların aralarında sayısal olarak büyük farkların olduğu

görülmektedir. Fakat bu oranlar tweet okuyucularıyla girilen etkileşim oranları olmamakla birlikte girilen etkileşim, gönderi sahibinin takipçi sayısı ve toplumsal konumuna bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir.



Şekil 6: Twitter Kaynağına Göre Toplam Tweet Sayısı Dağılımı

Araştırmaya dâhil edilen bireyler göz önünde tutulduğunda; 2 siyasi parti lideri, toplamda 9 tweet atarak %3'lük, 10 Hürriyet yazarı toplamda 43 tweet atarak %15'lik, 9 Sabah yazarı toplamda 121 tweet atarak %41'lik, 6 Sözcü yazarı toplamda 18 tweet atarak %6'lık, 3 Posta yazarı toplamda 67 tweet atarak %23'lük, 5 Habertürk yazarı toplamda 36 tweet atarak %12'lik bir orana sahip olmuştur. İncelenen gruplar atılan toplam tweet sayılarına göre sıralandıklarında ise sırasıyla Sabah gazetesi yazarları %41, Posta yazarları %23, Hürriyet yazarları %15, Habertürk yazarları %12, Sözcü yazarları %6, siyasi parti liderleri %3 tweet sayısı oranına sahiptir.

İncelenen twitter kullanıcılarının paylaştıkları tweetlerin içerikleri doğrultusunda çeşitli kategoriler oluşturulmuştur. Araştırmaya dâhil edilen iletiler içerikleri doğrultusunda “anlık haber paylaşımı, iğneleyici/eleştirel, birlik/beraberlik vurgusu, demokrasi/cumhuriyet vurgusu, sokağa çıkma vurgusu, sorgulayıcı, dinî, diğer” şeklinde kategorize edilmiştir.

Ele alınan tweetleri kategorize etme aşamasında, öncelikle tüm tweetler birkaç kere okunmuş ve benzer tweetler herhangi bir başlık adı konulmadan gruplara ayrılmıştır. Gruplara ayrılan tweetler tekrar incelemeye alındıktan sonra gruplara uygun kategori başlıkları konulmuştur. Belirlenen kategorilere, ele alınan tweetlerin yerleştirilmesi aşamasında birden fazla kategoriye girme olasılığı söz konusu olan tweetler, gerçekleştirilen analiz sonrasında en baskın görülen kategoriye dâhil edilmiştir. Örneğin; “Cumhurbaşkanı, İstanbul halkını Atatürk Havalimanı’na davet etti.” şeklinde atılan bu tweet halkın, stratejik bir öneme sahip olan Atatürk Havalimanı’na çağrılarak sokaklara-meydanlara davet edilmesi şeklinde yorumlanmaktan ziyade Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın söyleminin hiçbir yorum katılmadan paylaşılması bu tweetin “sokağa çıkma vurgusu” adlı kategoriye değil de “anlık haber paylaşımı” adlı kategoriye girmesine sebep olmuştur. Buna benzer bir başka tweet de, “Gecenin özeti; millet ihanete geçit vermedi, ülkesine ve demokrasiye sahip çıktı.” tweetidir. İleti okunduğu ilk anda demokrasi kelimesinden yola çıkılarak “demokrasi ve cumhuriyet vurgusu” adlı kategoriye dâhil edilme ihtimali doğuyorsa da paylaşılan iletinin içeriği incelendiğinde asıl vurgulanan şeyin, elde edilen kazanımların birlik ve beraberlik sayesinde gerçekleşme durumu olduğu görülerek baskın olan kategorinin “birlik/beraberlik vurgusu” olduğuna karar verilmiştir.

Elbette kategoriler ile ilgili karar verme aşamasında nitel bir analiz söz konusu olduğu için subjektif bakış açısı devreye girmektedir. Dolayısı ile incelenen tweetlerin belli kategorilere yerleştirilme aşamasında öznelliğin de devreye girdiği gerçeğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu bağlamda oluşturulan kategoriler ve içerikleri, aşağıda detaylı bir şekilde yer almaktadır. Belirlenen içerik ve kategorilere, araştırma kapsamındaki 294 tweet analiz edilerek ulaşılmıştır.

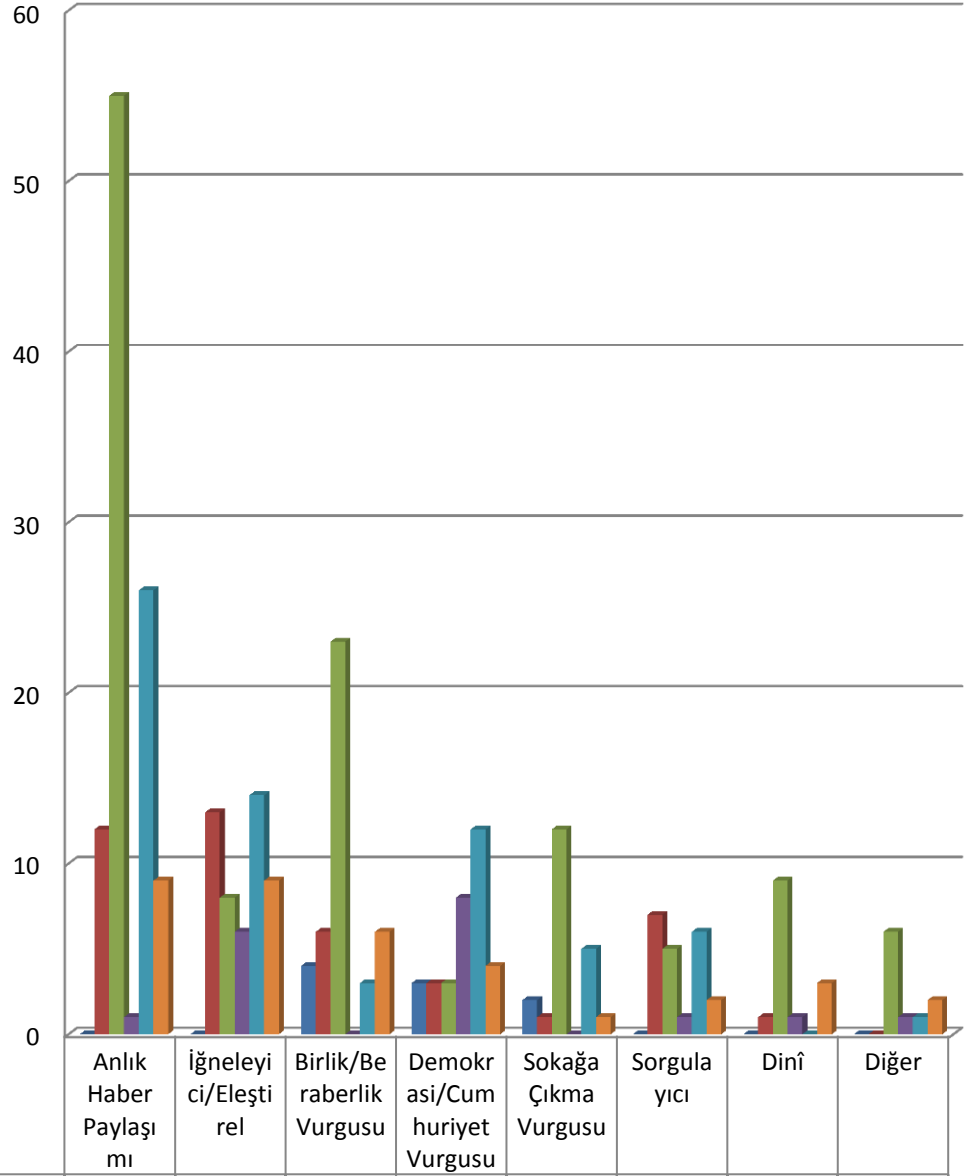
Tablo 2
Tweet İçerik Kategorileri

KATEGORİLER	İÇERİK
Anlık Haber Paylaşımı (%35) (103 tweet)	Köprülerin kapatılmasıyla ilgili tweetler, Şehit sayısı içeren tweetler, Televizyon kanallarına yönlendiren tweetler, Darbecilerin girdiği binalar ve bombaladığı yerlerle ilgili tweetler, Yetkililerin açıklamalarını birinci ağızdan veren tweetler, Darbecilerin müdahalelerini engellemek için yapılan müdahaleleri içeren tweetler, Siyasi partilerin tutumlarıyla ilgili tweetler, Diğer ülke yöneticilerinin yorumlarını içeren tweetler, Devlet kurumlarındaki kişilerin açığa alınması ile ilgili tweetler, Gözaltına alınan kişilerle ilgili tweetler, Kişisel konum ve durumlarla ilgili tweetler, Girişimin gidişatıyla ilgili tweetler, Duyum ve duyuru içeren tweetler.
İğneleyici/Eleştirel (%17) (50 tweet)	Darbenin yapılaş şekline yönelik tweetler, Erlere yapılan linç girişimlerine yönelik tweetler, Ülkedeki anlaşmazlıkların farklı yollarla çözülemeyeşine yönelik tweetler, Tankların müdahalelerini içeren tweetler, İdam isteyenlere yönelik tweetler, Devlete, siyasetçilere ve yüksek rütbeli askerlere yönelik tweetler, FETÖ - AK Parti (Adalet ve Kalkınma Partisi) ilişkisine yönelik tweetler, Farklı görüşe sahip Twitter kullanıcılarına yönelik tweetler, Sela okunmasına yönelik tweetler, Yapılan kutlamalara yönelik tweetler, Sokaktaki halkı küçümseyenlere yönelik tweetler, Darbe girişimine tiyatro diyenlere yönelik tweetler, Yalan haberlere yönelik tweetler.
Birlik/Berberlik Vurgusu (% 14) (42 tweet)	Milletin birliğini ve beraberliğini vurgulayan tweetler, Hep birliktelik söylemlerini içeren tweetler, “Biz” vurgusunun yapıldığı tweetler, “Tek yürek”, “birleşme”, “kenetlenme” vb. birleştirici söylemler içeren tweetler, Farklı siyasi görüşlerin darbeye karşı bir aradalığını içeren tweetler, Siyasetçilerin, halkın ve polislin her birlikte darbe

	aleyhinde hareket edişlerini içeren tweetler.
Demokrasi/Cumhuriyet Vurgusu (%11) (33 tweet)	Demokrasiye ve cumhuriyete olan inancı vurgulayan tweetler, Yurttaşların özgür iradesine yönelik tweetler, Darbeye karşı demokrasiden yana tutum sergileyen tweetler, Demokrasiye sahip çıkma çağrısı içeren tweetler, Atatürk'ün demokrasi ve cumhuriyet ile ilgili sözlerini içeren tweetler, Seçim vurgusunun yapıldığı tweetler.
Sokağa Çıkma Vurgusu (%7) (21 tweet)	Tweet okuyucularını sokaklara, meydanlara ve havalimanlarına davet eden tweetler, Sokaklardaki halka dair övgü dolu söylemler içeren tweetler, Meydanların terk edilmemesi üzerine telkinlerde bulunulan tweetler, Yer ve zaman belirtilerek halkın, şehrin kilit noktalarına davet edildiği tweetler.
Sorgulayıcı (%7) (21 tweet)	Hareketliliğin ne olduğunu öğrenmek üzere atılan tweetler, Darbenin altında yatan sebepler ve kişilerle ilgili tweetler, Alınan duyumların teyitiyle ilgili atılan tweetler, Sorumluların kim olduğuna dair atılan tweetler.
Dinî (%5) (14 tweet)	Dua içeren tweetler, Selaların okunmasına yönelik olumlu tweetler, Diyanet görevlilerine yönelik olumlu tweetler.
Diğer (%4) (10 tweet)	Darbe girişimiyle alakalı olmayan tweetler, Darbe girişimiyle alakalı olup diğer kategorilere dâhil edilemeyen tweetler.

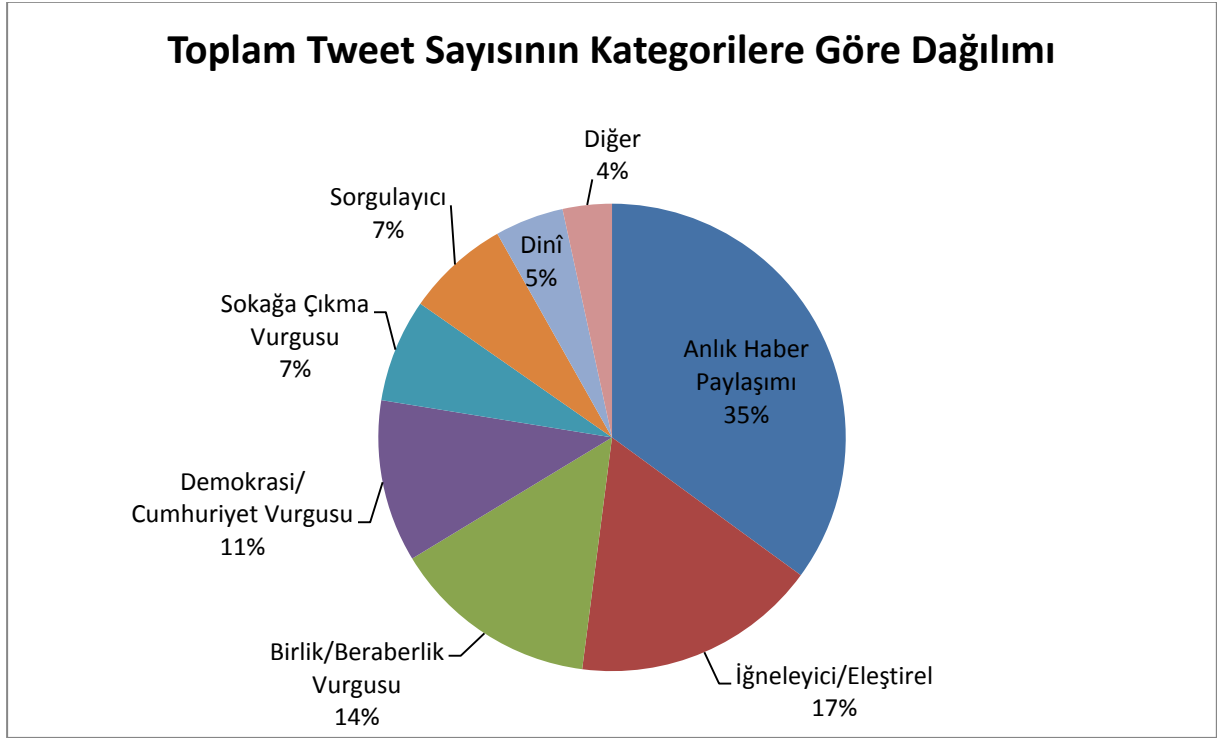
“Anlık haber paylaşımı, iğneleyici/eleştirel, birlik/beraberlik vurgusu, demokrasi/cumhuriyet vurgusu, sokağa çıkma vurgusu, sorgulayıcı, dinî, diğer” şeklinde kategorize edilen tweetlerin sayısal dökümleri aşağıdaki gibidir.

Kategorilerin Sayısal Dökümü



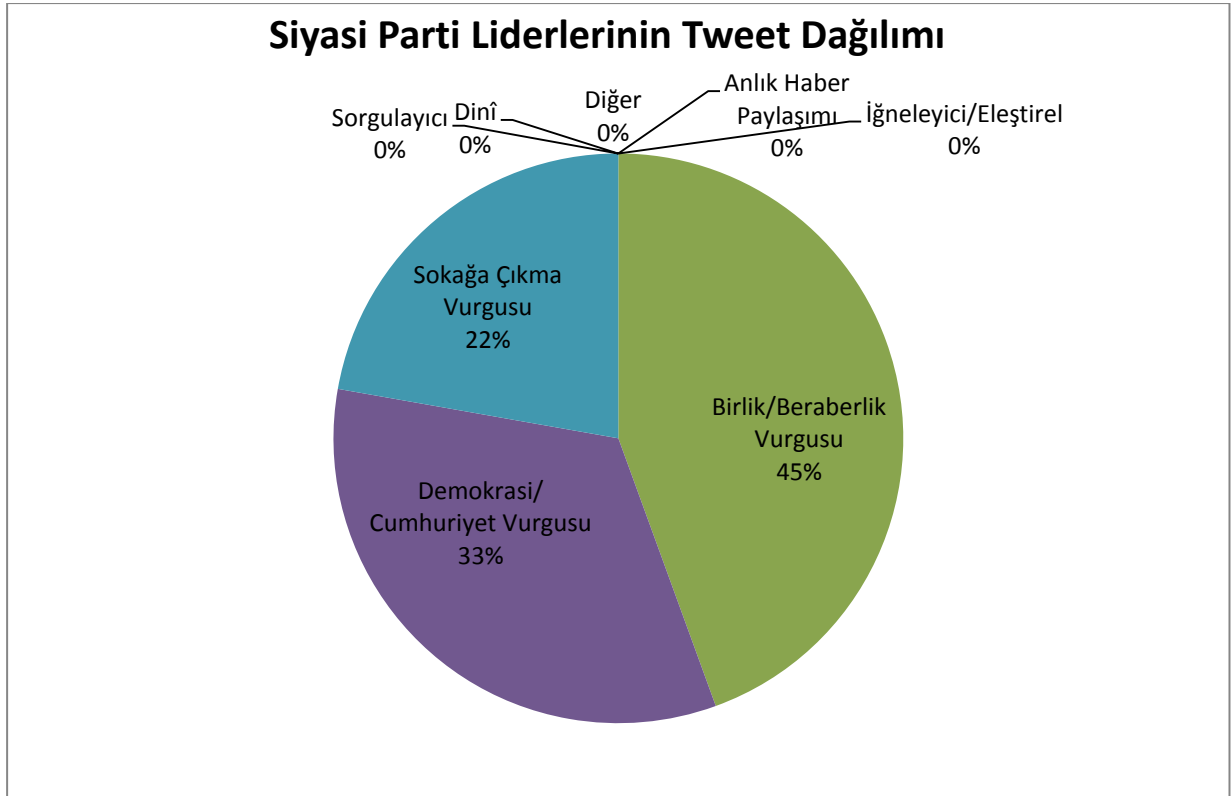
Şekil 7: Kategorilerin Sayısal Dökümü

Toplam tweet sayısının kategorilere göre dağılımına bakıldığında; anlık haber paylaşımı %35, iğneleyici/eleştirel %17, birlik/beraberlik vurgusu %14, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %11, sokağa çıkma vurgusu %7, sorgulayıcı %7, dinî %5 ve diğer %4 orana sahiptir.



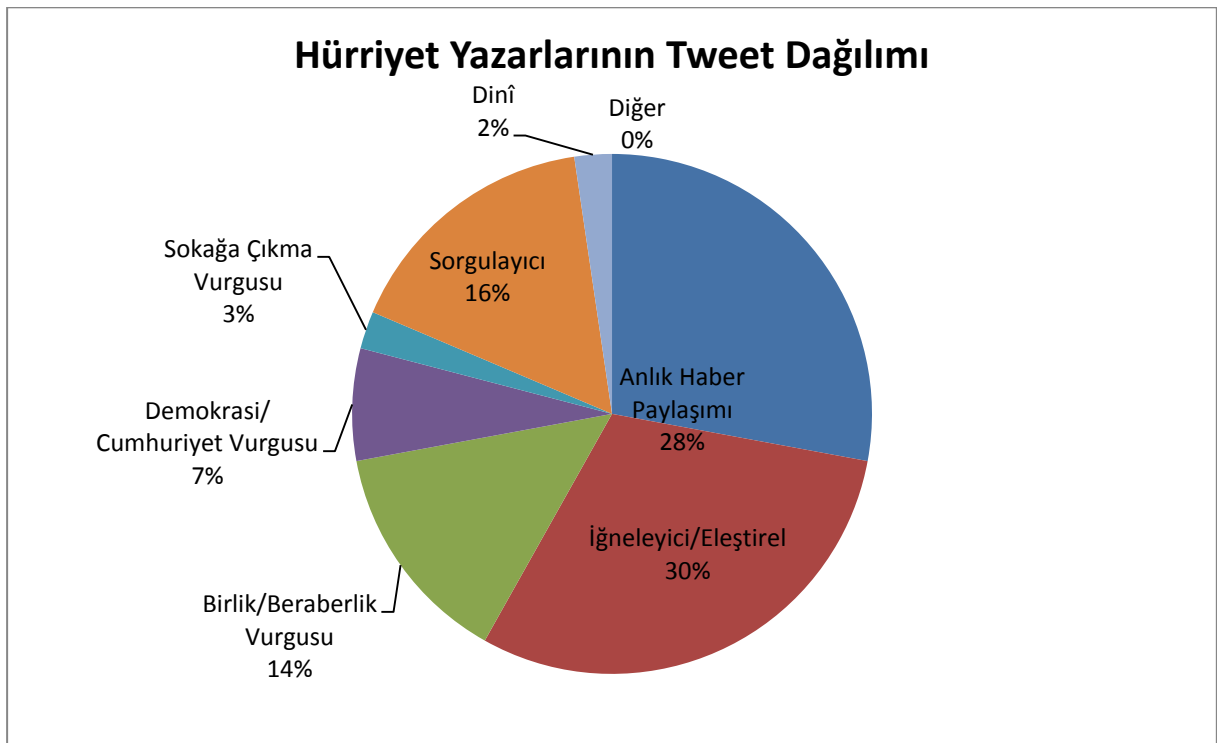
Şekil 8: Toplam Tweet Sayısının Kategorilere Göre Yüzdesel Dağılımı

Siyasi parti liderlerinin tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; birlik/beraberlik vurgusu %45, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %33, sokağa çıkma vurgusu %22 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında siyasi parti liderlerinin attıkları toplam tweetler içerisinde “birlik/beraberlik vurgusu” kategorisinde en yüksek orana sahip olan grup olduğu görülmektedir.



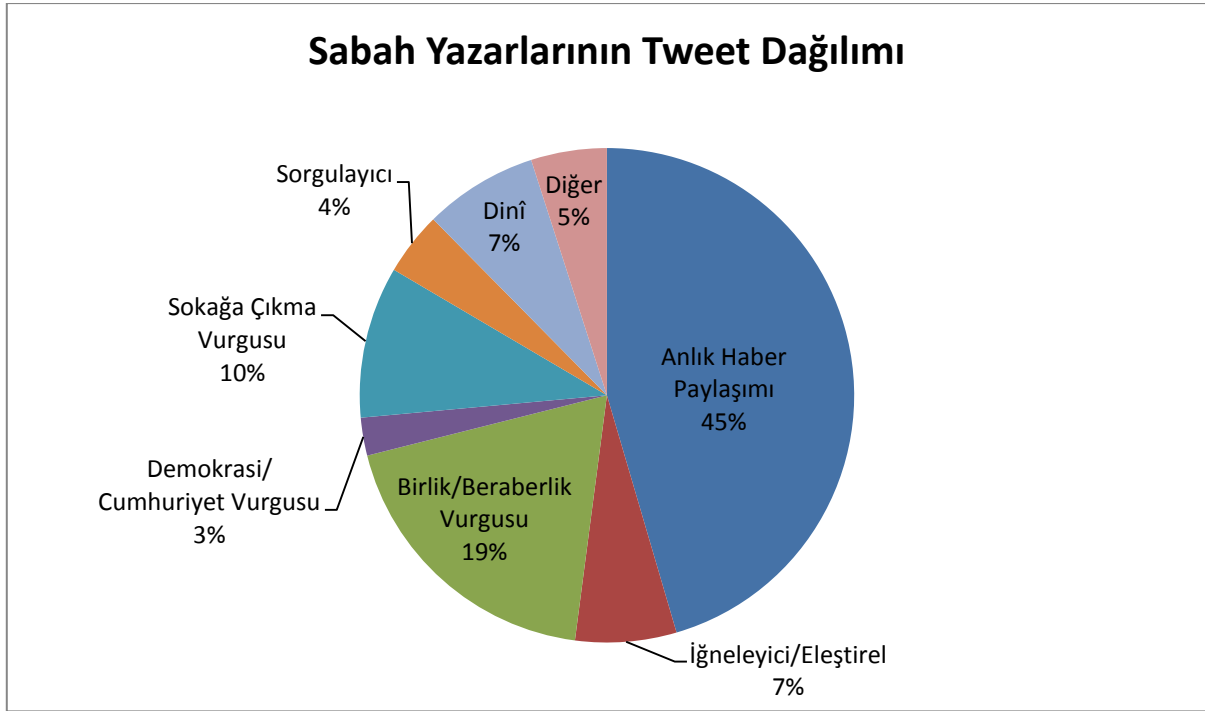
Şekil 9: Siyasi Parti Liderlerinin Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Hürriyet yazarlarının tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; anlık haber paylaşımı %28, iğneleyici/eleştirel %30, birlik/beraberlik vurgusu %14, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %7, sokağa çıkma vurgusu %3, sorgulayıcı %16 ve dinî %2 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında Hürriyet yazarlarının attıkları toplam tweetler içerisinde “iğneleyici/eleştirel” kategorisinde en yüksek orana sahip olan grup olduğu görülmektedir.



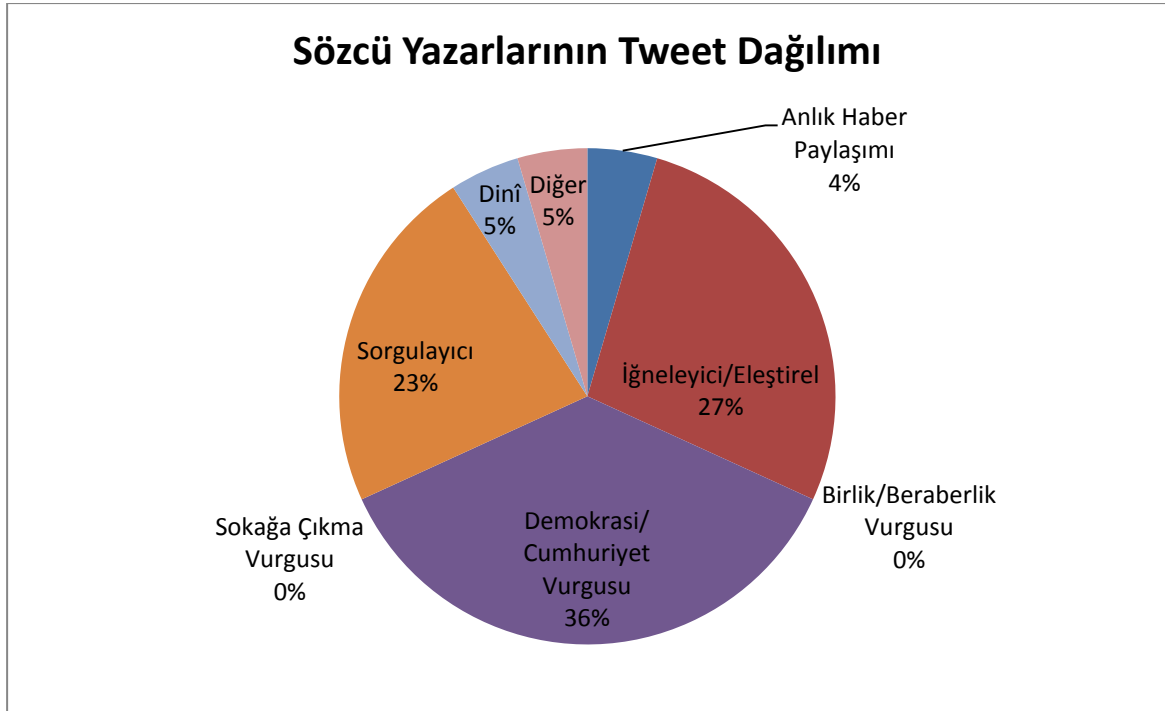
Şekil 10: Hürriyet Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Sabah yazarlarının tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; anlık haber paylaşımı %45, iğneleyici/eleştirel %7, birlik/beraberlik vurgusu %19, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %3, sokağa çıkma vurgusu %10, sorgulayıcı %4, dinî %7 ve diğer %5 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında Sabah yazarlarının attıkları toplam tweetler içerisinde “anlık haber paylaşımı” kategorisinde en yüksek orana sahip olan grup olduğu görülmektedir.



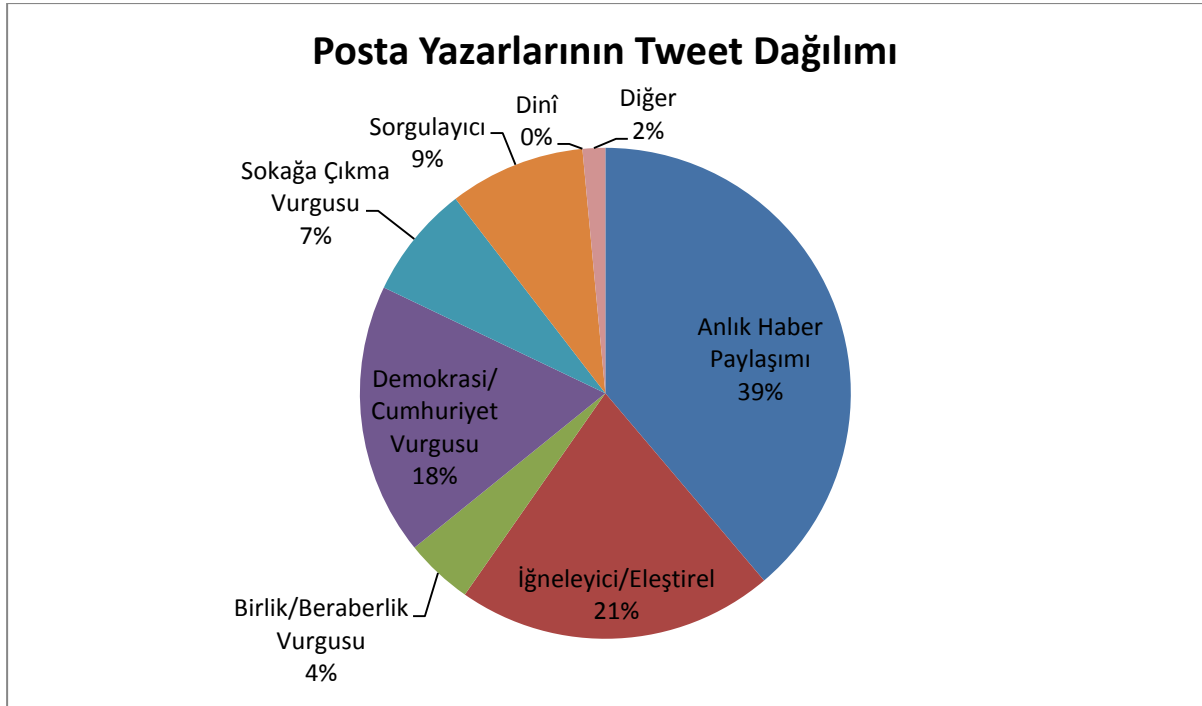
Şekil 11: Sabah Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Sözcü yazarlarının tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; anlık haber paylaşımı %4, iğneleyici/eleştirel %27, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %36, sorgulayıcı %23, dinî %5 ve diğer %5 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında Sözcü yazarlarının attıkları toplam tweetler içerisinde “demokrasi/cumhuriyet vurgusu” kategorisinde en yüksek orana sahip olan grup olduğu görülmektedir.



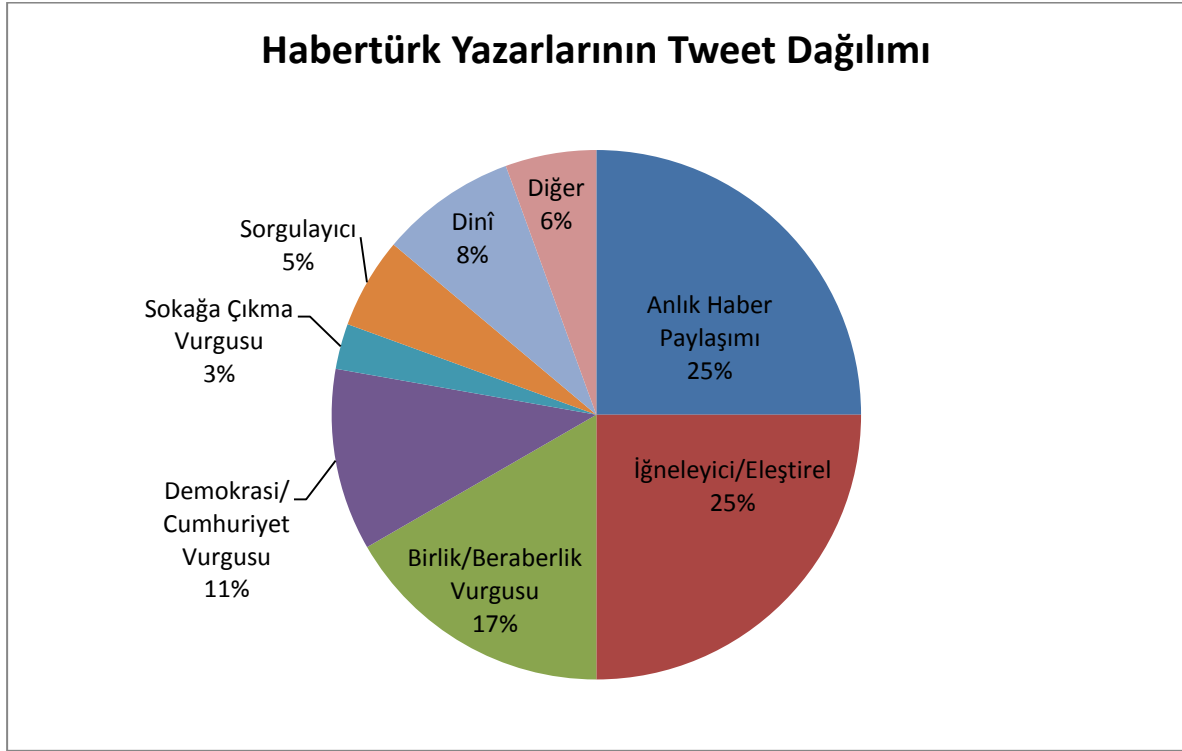
Şekil 12: Sözcü Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Posta yazarlarının tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; anlık haber paylaşımı %39, iğneleyici/eleştirel %21, birlik/beraberlik vurgusu %4, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %18, sokağa çıkma vurgusu %7, sorgulayıcı %9 ve diğer %4 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında Posta yazarlarının attıkları toplam tweetler içerisinde “anlık haber paylaşımı” kategorisinde en yüksek orana sahip olan ikinci grup olduğu görülmektedir.



Şekil 13: Posta Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Habertürk yazarlarının tweetlerinin kategorilere göre dağılımına göre; anlık haber paylaşımı %25, iğneleyici/eleştirel %25, birlik/beraberlik vurgusu %17, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %11, sokağa çıkma vurgusu %3, sorgulayıcı %5, dinî %8 ve diğer %6 orana sahiptir. Bu oranlara bakıldığında Habertürk yazarlarının attıkları toplam tweetler içerisinde “iğneleyici/eleştirel” kategorisinde en yüksek orana sahip olan ikinci, “anlık haber paylaşımı” kategorisinde en yüksek orana sahip üçüncü grup olduğu görülmektedir.

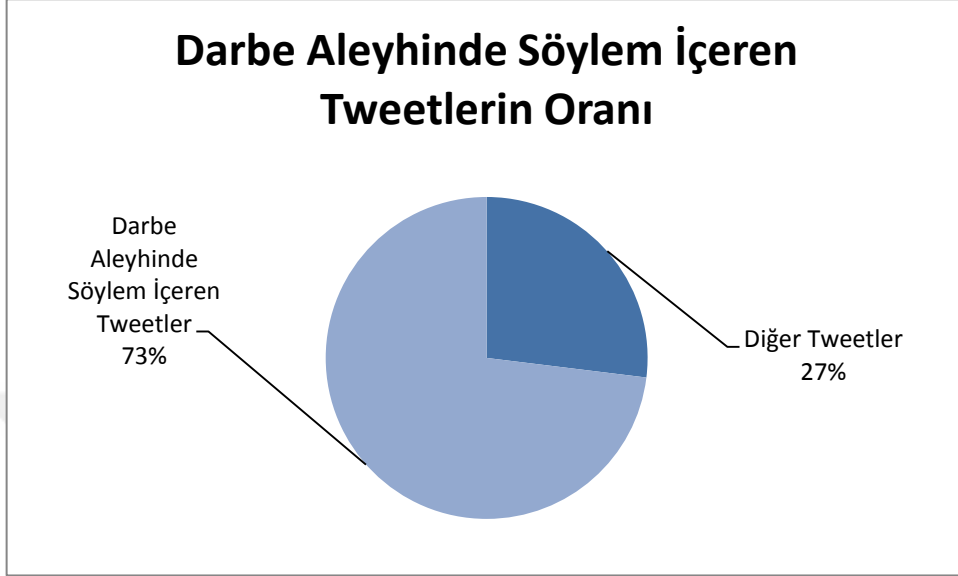


Şekil 14: Habertürk Yazarlarının Tweetlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

3.3.4. Örnek Metin Söylem Analizleri

İncelenen tweetler ve belirlenen kategoriler doğrultusunda, anlık haber paylaşımı kategorisi dışarıda tutulduğu takdirde atılan tweetlerin yaklaşık olarak %73'ünün (141 tweet) darbe aleyhinde söylemler içerdiği görülmüştür. Kalan %27'lik (52 tweet) kısım ise darbeyi

olumlayan söylemler içermemekle birlikte darbe hakkında fikir beyanı yapmayan veya farklı bir konu hakkında söylemler içeren tweetlerden oluşmaktadır.



Şekil 15: Darbe Aleyhinde Söylem İçeren Tweetlerin Oranı

Van Dijk'ın söylem analizi kapsamında analize tabii tutulan 193 tweet arasından her bir kategoriye ait birer tweet seçilerek örnek teşkil etmesi amacıyla araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen örnek niteliğindeki tweetler ile ilgili künye bilgilerinin verilmesinin ardından kategorilerin tweet oranları ile doğru orantılı olarak sırasıyla eleştirel söylem analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3
Tweet 1

Gönderinin İçeriği	Devlet bana mesaj atmamış... Benden umudu kesmiş sanırım.
Kullanıcı	S.I.
Tarih	16 Temmuz 2016 18.42
Retweet	201
Beğeni	1.450
Yorum Sayısı	35
Takipçi Sayısı	1,54Mn
Kategori	İğneleyici/Eleştirel

Tweet 1'in Söylem Analizi

İleti sahibi, darbe girişiminin yaşandığı akşam “T.C. Devleti” adıyla cep telefonu kullanıcılarına gönderilen mesajların söz konusu olduğu duruma bir gönderme yaparak öyle bir mesajın kendisine ulaşmadığını söylemekte ve ardından devletin kendisinden umudu kestiği ifadesini kullanarak da alaycı bir tavır sergilemektedir. İletide devletin vatandaşlar arasında ayrımcılık yağdığı ima edilmektedir. Darbeyle ilgili olumlu veya olumsuz bir söylemde bulunulmayan iletinin dili, iğneleyici ve eleştirel bir tavra sahiptir.

15 Temmuz gecesi yaşanan hareketliliğin askerî darbe olmasının anlaşılmasının ardından "T.C Devleti" adı ile cep telefonu operatörleri aracılığıyla bütün halk milli iradeye ve demokrasiye sahip çıkmak adına meydanlara davet edilmiştir. Atılan mesajda, "Tüm halkımızı milli iradeye, demokrasiye sahip çıkmak üzere meydanlara davet ediyoruz" ifadesi yer almaktadır (haberturk.com, 2016). Gönderi sahibi T.C. Devleti adına atılan çağrı mesajlarına karşı eleştirel bir tavır takınmakta ve bundan dolayı da duygu ve düşünceleri, iletisindeki söylemlerine alaycı bir şekilde yansıtmaktadır.

İki cümleden oluşan gönderideki cümlelerin tümü yüklemine göre fiil cümlesi olup etken çatıya sahiptirler. Cümleler öge dizilimleri açısından değerlendirildiğinde ise ilk cümle kurallı bir cümleyken ikinci cümle devrik bir cümledir. İçerisinde iki cümleyi barındıran gönderinin cümleleri birbirleri ile ilişkilidir. Alaycı bir tavırla da olsa devletin, gönderi sahibine mesaj atmamış olmasının nedeni gönderi sahibine göre şahsından umudun kesilmesi ile alakalıdır. Bu açıdan bakıldığında cümleler arasında bir nedensellik söz konusudur.

İleti içerisindeki kelimeler genel olarak ilk anlamlarıyla ve alaycı bir tavırla kullanılmıştır. Devletin gönderi sahibi ile ilgili umudunun kalmadığını ifade etmek için “umudu kesmek” deyimini kullanılmakta bunun yanı sıra “devlet” kelimesi mesaj atma eylemi ile birlikte kullanılarak kişileştirme yapılmaktadır.

Tablo 4
Tweet 2

Gönderinin İçeriği	Bir olacağız. İri olacağız. Diri olacağız. Hep birlikte Türkiye olacağız!
Kullanıcı	R.T.E.
Tarih	16 Temmuz 2016 04.50
Retweet	18.252
Beğeni	31.423
Yorum Sayısı	1114
Takipçi Sayısı	11,1Mn
Kategori	Birlik/Berberlik Vurgusu

Tweet 2'nin Söylem Analizi

Gönderide, darbe girişiminin aleyhinde bir tutum sergilenmekte ve Türkiye Cumhuriyeti'ndeki bireyler kastedilerek birlik beraberlik vurgusu yapılmaktadır. Gönderi, içerisinde darbe girişimi karşısında başarılı olmanın ancak hep birlikte olunması ile mümkün olunacağı imasını da içermektedir. Gönderideki söylem, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yıllardır benimsediği ve inşa ettiği bir söylem olup bu bağlamda atılan tweet, bu söylemin doğruluğunu da ortaya koyan bir ifade niteliğindedir. İleti, bir olunmadığı takdirde darbe ve diğer tehlikeler karşısında Türkiye'nin yok olacağı anlamını barındırmaktadır.

Türkiye, Asya ve Avrupa kıtaları üzerinde topraklara sahip olan bir ülkedir. Üzerinde bulunduğu topraklar birçok devlete, kültüre ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Gerek jeopolitik konumu gerekse diğer nitelikleri dolayısıyla yıllarca yurt içinden ve yurt dışından olmak üzere müdahalelere maruz kalmıştır. Bu müdahalelere karşı yapılan tüm ulusal bağımsızlık ve milli egemenlik mücadeleleri vatandaşların hep birlikte, kol kola yürüttüğü direnişler sonucunda sonuca ulaşmıştır. Halkın gösterdiği dayanışmalar ile müdahalelerin büyük çoğunluğu bertaraf edilmiştir. Yaşanan bu süreç, gönderi sahibinin birlik ve beraberlik vurgusunu bu denli vurgulamasının altında yatan sebeplere örnek gösterilebilecek niteliktedir.

Gönderide, direkt belirtilmese de vatandaşlara, birlik ve beraberlik içerisinde bulunduğu takdirde darbenin karşısında başarı sağlanacağı ima edilmektedir. Bu bağlamda da "Hep birlikte Türkiye olacağız." söylemiyle, birlik ve beraberlik vurgusu yapılmıştır. Gönderinin dili birleştirici ve bütünleştiricidir. Toplumun birlik ve beraberlik içerisinde olması ile sorunların üstesinden gelineceği öngörülmektedir. Bunun haricinde gönderi

içerisindeki her bir cümlede gizli öznenin “biz” olduğu ve bu şekilde de toplumsal birlik ve bütünlüğün vurgulandığı görülmektedir.

Dört cümleden oluşan iletinin her bir cümlesi yüklemine göre fiil cümlesidir. Etken çatıya sahip olan bu cümleler öge dizilimleri açısından da kuralları cümle niteliğindedirler. Gönderinin içerisinde barındırdığı dört cümle de anlamsal olarak yakınlık gösterebilir de birbirleri arasında herhangi bir nedensel ilişki barındırmamaktadır.

Gönderi içerisinde, anlamı kuvvetlendirme amacıyla birlik ve beraberlik çağrıştıran kelimelere yer verilmiştir. İletide parça bütün ilişkisine dayalı ad aktarması söz konusudur. Türkiye Cumhuriyeti’nde yaşayan vatandaşları kapsayan “Türkiye” kelimesi, anlatımı güçlendirmek amacıyla “Türkiye olacağız.” ifadesinin içerisinde kullanılmıştır.

Tablo 5
Tweet 3

Gönderinin İçeriği	AKP’yi (Adalet ve Kalkınma Partisi) her gün eleştiren bir gazeteciyim ama darbeye gitmesini asla istemem. AKP halk iradesiyle gitmeli. Yaşasın demokrasi, yaşasın Cumhuriyet!
Kullanıcı	U.D.
Tarih	16 Temmuz 2016 00.28
Retweet	3.794
Beğeni	7.063
Yorum Sayısı	203
Takipçi Sayısı	2,32Mn
Kategori	Demokrasi/Cumhuriyet Vurgusu

Tweet 3’ün Söylem Analizi

Gönderi sahibi iletisinde, her ne kadar Adalet ve Kalkınma Partisi’nin ideolojik duruşuna karşı olduğunu dile getirirse de darbe karşıtlığının boyutu bu istemden çok daha baskın durmaktadır. Nitekim gönderi sahibi AK Parti’nin gidişinin askerî bir müdahaleyle değil demokratik yollarla olması gerektiğini belirtmekte ve demokrasi ile cumhuriyetin önemine vurgu yapmaktadır. Gönderi demokrasi ve cumhuriyet kavramlarının önemini idrak ettirmek üzerine kurulan bir yapıya sahiptir. AK Parti’ye duyulan hoşnutsuzluk dile getirilse de herhangi bir hakaret edici veya küçük düşürücü söze rastlanmamaktadır. Demokratik çözümler üzerine kurulu söylemler söz konusudur. Paylaşılan iletide demokrasinin çok sesli

oluşuna vurgu yapılmakla birlikte, AK Parti görüşüne karşı olunmasına rağmen demokratik sistem içerisinde varlığını sürdürmesi desteklenmekte ve darbeye karşı durulmaktadır.

Gönderi sahibinin, kendisine gelen eleştirel üzerine paylaştığı anlaşılan gönderideki demokrasi ve cumhuriyet vurgusu yanında açıklayıcı cümleler kullandığı görülmektedir. Darbenin gerçekleşme ihtimali, yönetimin ele geçirilme ihtimalini de doğurmakta ve darbe girişiminden önceki dönemlerde AK Parti aleyhinde söylemleri olan göndericinin darbeye ilgili olumlu bir yaklaşım sergileyeceğinin düşünülme olasılığına istinaden açıklayıcı nitelikte cümleler kullandığı görülmektedir. İleti sahibi, AK Parti karşıtı bir tutuma sahip olduğunu ifade etmekte fakat yönetici değişikliğinin demokratik yollarla gerçekleşmesi gerektiğini söyleyerek darbe aleyhinde bir tutum sergilemektedir.

Gönderi, içerisinde görünürde üç cümle barındırır da ilk cümle bağlı cümle niteliğinde olup iki ayrı cümleyi bağlamaktadır. İlk cümlenin birinci kısmı yüklemine göre isim cümlesiyken ikinci kısmı fiil cümlesidir. İkinci cümle ve üçüncü cümle de yüklemine göre fiil cümlesidir. Yüklemine göre fiil cümlesi olan tüm cümleler çatı bakımından etken yapıya sahiptir. İletinin son cümlesi devrik cümle olup diğer tüm cümleler dizilim açısından kurallı cümledir.

Gönderi sahibinin demokrasi yanlısı olmasından ve AK Parti'nin halk iradesiyle gitmesini istemesinden olayı darbeye karşı olduğu ve AK Parti'nin darbeye gitmesini istemediği görülmesinden dolayı cümleler arasında bir nedensel ilinti söz konusudur. İleti içerisindeki kelimeler gerçek anlamlarıyla kullanılmaktadır, gönderide mecaz anlamda kullanılan kelimelere yer verilmemektedir. İletide kullanılan kelimeler gönderi sahibinin demokrasi ve cumhuriyet yanlısı oluşunu gözler önüne sermektedir. Gönderi içerisinde herhangi bir özel metafora, benzetmeye, abartıya yer verilmemektedir.

Tablo 6
Tweet 4

Gönderinin İçeriği	Herkes, tüm demokratlar bu asker kılıklı Fethullahçılara haddini bildirmek, ülkeye sahip çıkmak için sokağa!
Kullanıcı	M.A.
Tarih	16 Temmuz 2016 01.07
Retweet	394
Beğeni	646
Yorum Sayısı	22
Takipçi Sayısı	335B
Kategori	Sokağa Çıkma Vurgusu

Tweet 4'ün Söylem Analizi

Darbe girişimi üzerine paylaşılan ve demokrasi yanlılarına seslenen gönderide “asker kılıklı Fethullahçılar” ifadesinin kullanımı, darbenin Fethullah Gülen’in yönlendirmesiyle gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Gönderide tüm tweet okuyucularına çağrıda bulunmuş ve girişimin önlenmesi için sokaklara davet edilerek darbenin aleyhinde bir söylemde bulunulmuştur.

1980’lerden itibaren askerî okullara sızdığı düşünülen Fethullah Gülen Cemaati mensuplarının varlığı 1986 yılında fark edilmiş, TSK bu duruma karşı önlem almaya çalışmıştır. Askerî okullardaki ayıklama çabalarına rağmen cemaatin TSK içerisinde oldukça güçlendiği ileri sürülmektedir. 15 Temmuz darbe girişiminde bulunan rütbeli askerlerin okullara başlama tarihleri de cemaatin askerî liselere ve harp okullarına sızmalarının başladığı iddia edilen tarihlerle örtüşmektedir (haberler.com, 2016). Gönderi sahibine göre de darbe girişiminde bulunanlar Fethullah Gülen destekli bir yapılanmanın üyeleri olup Türk Silahlı Kuvvetleri’nin içerisine sızılarak gerçekleştirilen bir müdahale söz konusudur ve darbenin önlenmesi adına tweet okuyucularına meydanlara çıkma çağrısında bulunulmaktadır.

Tek cümleden oluşan ileti içerisinde yüklem bulunmamasından dolayı eksilteli cümle niteliğindedir. Gönderi içerisine dâhil edilmeyen yüklem, cümlenin gidişatından çıkartılmaktadır. “... ülkeye sahip çıkmak için sokağa!” cümlesi zihnimizde “çıksın.” şeklinde tamamlanmaktadır. Gönderi kendi içerisinde bir nedensellik barındırmaktadır. Okuyuculara, sokağa çıkma çağrısı yapılmakta ve bu çağrının da darbe girişiminde bulunanlara haddini bildirmek yani darbe girişiminin önlenmesi için olduğu bilgisi verilmektedir.

Gönderideki kelimeler genel olarak düz anlamlarıyla kullanılmış olsa da “kılık” ifadesiyle “görünüm” kelimesi karşılanmaya çalışılmıştır. Bunun yanı sıra TSK içerisindeki darbe girişimini desteklemeyen askerler ile darbe teşebbüsünde bulunanlar arasında bir ayrım söz konusudur ve “asker kılıklı” ifadesiyle de darbeci askerlerin TSK içerisine gizlendiğine ve farklı kimliklere büründüğüne gönderme söz konusudur.

“Haddini bildirmek” deyiimi ile de “sert bir karşılıkla uslandırmak, yola getirmek, cezalandırmak” (tdk.gov.tr) ifadelerinin bütünü karşılanmak istenmektedir. Bunun dışında iletide metaforlar, benzetmeler, abartılar yer almamaktadır. Darbe girişiminde bulunanlar için tercih edilen kelime seçimleri darbe girişiminde bulunanları küçümseyici ve aşağılayıcıdır. Bunun yanı sıra gönderi sahibi “herkes” kelimesini darbecilerin dışında kullanarak girişimde bulunanları ötekileştirmiş ve insanlara sokağa çıkma çağrısında bulunarak da darbenin karşısında bir tutum sergilemiştir.

Tablo 7
Tweet 5

Gönderinin İçeriği	Bu iş başarısız bir cunta darbesinden daha tehlikeli bir şey, ama ne?
Kullanıcı	A.Ç.
Tarih	16 Temmuz 2016 02.48
Retweet	676
Beğeni	2.032
Yorum Sayısı	125
Takipçi Sayısı	1,16Mn
Kategori	Sorgulayıcı

Tweet 5'in Söylem Analizi

Gönderi sahibi, 15 Temmuz gecesi yaşanan askerî müdahalenin, geçmiş zamanlarda yaşanan cunta darbelerinin yapılış biçimine kıyasla farklılıklarından yola çıkarak darbe girişiminin cunta darbesi olması ile ilgili şüphelerini dile getirmektedir. Gönderinin dili sorgulayıcı ve şüpheli bir niteliği sahiptir. Gönderi sahibi, iletisinde, geçmiş dönemlerdeki askerî müdahalelerin yapılış biçimlerine bir gönderme yaparak 15 Temmuz darbe girişiminin müdahale ve yapılış açısından farklılıkları dolayısıyla yaşanan olayı sorgulanmaktadır. Gönderi, darbenin görünen yüzünün ötesinde sorgulanması gereken bir arka planının da olduğu anlamını vermektedir.

Türkiye Cumhuriyeti, gerek emir komuta zinciri içerisinde gerekse emir komuta zinciri dışarısında olsun birçok kez askerî müdahalelerle demokratik açıdan kesintiye uğramıştır. Gönderide, 15 Temmuz’da gerçekleşen darbe girişiminin yapılış şekli ve halka uyguladığı şiddet dolayısıyla herhangi bir cunta darbesinden farklı olabileceği ön görülmektedir.

Esasen tek bir cümleden oluşan gönderinin içerisinde bağlaçla bağlı iki cümle bulunmaktadır. Cümlenin içerisinde barındırdığı iki kısım da yüklemine göre isim cümlesidir. İsim cümlesi olmasından dolayı çatı özelliği aranmayan cümle öge dizilimi açısından kurallı cümledir. Tek cümleden oluşan cümlede nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

İleti içerisindeki kelimeler gerçek anlamlarıyla kullanılmaktadır, gönderide mecaz anlamda kullanılan kelimelere yer verilmemektedir. İletide kullanılan kelimeler gönderi sahibinin darbenin gerçekleşiş biçimine duyduğu şüpheyi gözler önüne sermektedir. Gönderi içerisinde farklı benzetmelere, abartılara ve diğer söz sanatlarına yer verilmemektedir.

Tablo 8
Tweet 6

Gönderinin İçeriği	Art arda selalar veriliyor. Allah razı olsun.
Kullanıcı	H.B.
Tarih	16 Temmuz 2016 01.24
Retweet	361
Beğeni	474
Yorum Sayısı	14
Takipçi Sayısı	167B
Kategori	Dinî

Tweet 6’nın Söylem Analizi

Gönderi sahibi darbe girişiminin yaşandığı gece sabaha kadar ardı ardına verilen selalardan duyduğu hoşnutluğu dile getirmekte ve “Allah razı olsun” cümlesi ile de duyduğu hoşnutluğu pekiştirir nitelikte bir söylemde bulunmaktadır. Gönderi sahibinin darbe girişimine karşı birlik beraberlik çağrısı amacıyla okunan selalardan duyduğu memnuniyet, gönderinin darbe aleyhinde olduğunu göstermektedir. İçerisinde dinî terimlerin yer verildiği

iletide, darbeye karşı gösterilen fiziksel bir duruşun yanında manevi bir duruş da sergilenmektedir.

İleti içeriğine bakıldığında, sela verilmesi muhafazakâr kesim açısından olumlu bir etki yaratmış gözükmektedir. Bir işin başarıldığı algısı söz konusu olmakla birlikte, sela okunmasına, olumlu bir bakış açısıyla, gidişatın halktan yana olduğu anlamı yüklenmiştir.

15 Temmuz gecesi yaşanan hareketliliğin darbe girişimi olduğunun öğrenilmesinin ardından ülkenin dört bir yanında ardı ardına selalar okunmaya başlanmıştır. Darbe girişiminin yaşandığı gece ve sonrasında okunan selaların nedenine dair iki ihtimal söz konusudur. İlki, İslami geleneklere göre Kurtuluş Savaşı vb. önemli günlerde halkın manevi olarak daha kuvvetli hissetmesi adına sela verilmesi söz konusu olup darbe girişiminin bu durumla benzerlik göstermesidir. İkinci ihtimal ise, televizyon ve internet gibi iletişim araçlarının bulunmadığı zamanlarda, selanın bir nevi tehlike anlarında kullanılan haberleşme yöntemi olması ve yaşanan girişimin de bu durumla benzerlik göstermesidir (dinihaberler.com, 2016).

İçerisinde iki cümleyi barındıran gönderinin, her iki cümlesi de yüklemi bakımından fiil cümlesidir. İlk cümle, fiili gerçekleştirenin belli olmaması dolayısıyla edilgen yapıya sahipken ikinci cümle etken yapılıdır. Cümleler dizilim sıralamasından dolayı kurallı cümle kapsamında yer almaktadır. İletideki cümleler birbirleriyle ilintilidir. Gönderi sahibinin “Allah razı olsun” söyleminde bulunmasının nedeni ardı ardına selaların veriliyor oluşuna bağlıdır. Yani cümleler arasında nedensellik söz konusudur.

Gönderi sahibi cümleleri oluştururken dinsel anlamlı kelimeleri tercih etmektedir. Maneviyat duygusunun ön plana çıktığı kelime tercihlerinden oluşan cümleler süssüz bir şekilde ifadelendirilmektedir. İletide herhangi bir abartma, benzetme, kişileştirme vb. söz sanatına rastlanmamaktadır.

SONUÇ

Geçtiğimiz yüzyıldan itibaren toplumsal hayattaki rolünü tam anlamıyla hissettirmeye başlayan kitle iletişim araçlarının kullanılış amacının temelinde, insanoğlunun yüzyıllardır süregelen ihtiyaçlarından olan iletişim ihtiyacı yatmaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim ortamlarında değişiklikler yaşanmaktadır. Radyo, televizyon ve yazılı basın yanı sıra hayatımıza giren internet, yaşantımıza yön veren unsurlar arasında yer almaktadır. Gelişen iletişim teknolojilerinin yeni medya araçları aracılığıyla bizlere sunduğu sosyal medya platformlarının gücü, gün geçtikçe artmakta ve insanlar tarafından kabul görmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti kurulduğu andan itibaren birçok askerî müdahaleye tanıklık etmiş ve demokratik açıdan sık sık kesintiye uğramıştır. Darbe ve muhtıra süreçlerinde darbecilerin, dönemin kitle iletişim araçlarındaki etkisi açıkça hissedilmiştir. Gerek radyo ve televizyon gerekse gazetelerde, yapılan müdahalenin yapılış amacı ve getirileri kamuya olumlu bir şekilde lanse edilmiştir. Genel anlamda medya, ilk etapta askerî müdahaleleri normalleştiren tavırlar sergilemiş ardından müdahalenin duyuruluş aracı olarak kullanılmış ve sonraki süreçte de yatıştırıcı bir amaçla enformasyon akışını sağlamıştır. Geçmişte yaşanan darbe dönemlerinde, vatandaşların darbe karşıtı bir söylem inşa edebilecekleri sosyal medya tarzı kamusal bir alanın olmayışı darbecilerin yönetimi ele geçirme sürecini çok daha kolaylaştırmıştır.

Yöntem olarak Van Dijk'ın eleştirel söylem analizinin tercih edildiği ve 15 Temmuz darbe girişiminde sosyal medyanın rolünün incelendiği bu çalışmada sosyal medya yeni bir kamusal alan olarak ele alınmış olup 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gün, bu kamusal alan içerisinde yerini alan Twitter'da, kanaat önderi olarak değerlendirebileceğimiz siyasi parti liderleri ve tirajı yüksek ilk beş gazete (Hürriyet, Sabah, Sözcü, Posta, Habertürk) yazarlarının tweetleri incelenmiştir. Değerlendirmeye alınan kişiler takipçisi yüz binin üzerinde olan ve girişimin yaşandığı gün tweet atanlar olarak sınırlandırılmıştır. Ele alınan kişilerin, Twitter kanalıyla okuyuculara ilettikleri gönderi metinlerinin çözümlenmesiyle, sosyal medyadaki okuyucuları nasıl yönlendirmeye çalıştıkları ve ne tür söylemler ürettikleri ortaya çıkartılmıştır.

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gece, en aktif kullanılan sosyal medya ortamlarından birisi Twitter olmuştur. Haberleşme, bilgi alışverişinde bulunma ve insanları yönlendirme gibi amaçlar için kullanılan Twitter, kalkışmanın yaşandığı gece özellikle insanları yönlendirme potansiyeline sahip kanaat önderlerince atılan tweetler aracılığıyla, çağrılarının çok daha geniş kitlelere ulaşmasına imkân tanımıştır.

Twitter'daki kanaat önderlerinin 15 Temmuz darbe girişimindeki rolünün kapsamı, belirlenen örneklem dâhilinde daraltılmış ve 35 kişiye ait 294 tweet araştırma içerisinde yer almıştır. Twitter kaynağına göre, incelenen toplam tweet sayısının yüzdesel dağılımlarına bakıldığında sırasıyla siyasi parti liderleri %3, Sözcü yazarları %6, Habertürk yazarları %12, Hürriyet yazarları %15, Posta yazarları %23, Sabah yazarları %41 tweet sayısı oranına sahiptir. Fakat bu oranlar tweet okuyucularıyla girilen etkileşim oranları olmamakla birlikte girilen etkileşim, gönderi sahibinin takipçi sayısı ve toplumsal konumuna bağlı olarak değişiklik göstermiştir.

İncelenen twitter kullanıcılarının paylaştıkları tweetlerde ne tür söylemler ürettiklerine dair çeşitli kategoriler oluşturulmuştur. Elbette kategoriler ile ilgili karar verme aşamasında nitel bir analiz söz konusu olduğu için subjektif bakış açısı devreye girmektedir. Dolayısı ile incelenen tweetlerin belli kategorilere yerleştirilme aşamasında öznelliğin de devreye girdiği gerçeğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Araştırmaya dâhil edilen iletiler içerikleri bağlamında “anlık haber paylaşımı, iğneleyici/eleştirel, birlik/beraberlik vurgusu, demokrasi/cumhuriyet vurgusu, sokağa çıkma vurgusu, sorgulayıcı, dinî ve diğer” şeklinde kategorize edilmiştir. Toplam tweet sayısının kategorilere göre dağılımına bakıldığında; anlık haber paylaşımı %35, iğneleyici/eleştirel %17, birlik/beraberlik vurgusu %14, demokrasi/cumhuriyet vurgusu %11, sokağa çıkma vurgusu %7, sorgulayıcı %7, dinî %5 ve diğer %4 orana sahip olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamında incelenen Twitter kullanıcılara ait hiçbir söylemde darbe yanlısı bir yaklaşımın yer almadığına tanık olunmuştur. Araştırma dâhilindeki gönderilerin büyük bir oranının (%35) anlık haber paylaşımlarını içerdiği görülmüştür. Anlık haber paylaşımı kategorisi dışarıda tutulduğu takdirde inşa edilen söylemlerin yaklaşık olarak %73'ünün darbe aleyhinde olduğu görülmüştür. Kalan %27'lik kısmın ise darbe hakkında

fikir beyanı yapmayan veya farklı bir konu hakkında söylemler içeren tweetlerden oluştuğuna tanık olunmuştur.

Gerçekleştirilen analiz esnasında incelenen darbe aleyhinde söylemler içeren tweetlerin büyük bir çoğunluğunda “biz” ve “onlar” vurgusu eşliğinde üretilen söylemler inşa edilmiş ve darbe girişiminde bulunanlar ötekileştirilerek etkileşimde bulunulan insanlara darbecilerin yanlış bir şey yaptıkları ve darbenin iyi bir şey olmadığı lanse edilmeye çalışılmıştır.

Belirlenen kategorilerde en çok paya sahip olan kategorinin “anlık haber paylaşımı” olması, Twitter’ın bir kamusal alan olarak tercih edilerek etkileşime girilen bireylerle öncelikli olarak güncel bilgi paylaşımı yapıldığını göstermiştir. Diğer kategorilerin büyük bir çoğunluğunda ise darbe aleyhinde sunulan düşünceler kişisel söylem tercihleri doğrultusunda şekillenmiştir. Örneğin, darbenin engellenmesine yönelik çağrılarda bulunan farklı bireylerin bu amaç doğrultusunda çok farklı söylemler üreterek aynı amaç doğrultusunda ileti paylaştıkları görülmüştür. Paylaşılan iletiler hangi içeriğe sahip olursa olsun Twitter, inşa edilen çeşitli söylemlerin karşılıklı bilgi akışına sunulmasına olanak tanımış ve bu mecra, gündeme dair tartışma ortamı yaratılarak kamusal bir alan olarak kullanılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akbayır, A. (2013). *Türkiye’de Demokratikleşme Sürecinde 12 Eylül 1980 Askeri Müdahalesi ve Kırşehir Basını*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi SBE.
- Akgün, R. (2015). *Türkiye’de Demokratikleşme Süreci ve 27 Mayıs İhtilali Bağlamında Medya - Siyaset İlişkisi (1950-1965 Dönemi)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Niğde: Niğde Üniversitesi SBE.
- Arzuman, M. Ç. (2015). *Sosyal Medyanın Politik Pazarlamaya Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi SBE.
- Atabek, N. (1998). *Gündem Belirleme Yaklaşımı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı 7. S. 155-184.
- Atabek, Ü. (2007). “Söylem Çözümlemesi - Başlangıç Düzeyi İçin Öneriler”, *Medya Metinlerini Çözümlemek - İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. Atabek, G. Ş. ve Ü. Atabek. (drl). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ayan, Y. E. (2013). *Twitter, Dönüşen Kamusal Alan ve Kanaat Oluşumu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi SBE.
- Aydın, S. ve Y. Taşkın. (2014). *1960’tan Günümüze Türkiye Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aziz, A. (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Aziz, A. (1999). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. Ankara: TRT Genel Sekreterlik Basım ve Yayın Müdürlüğü.
- Babacan, M. E., Haşlak, İ. ve Hira, İ. (2011). *Sosyal Medya ve Arap Baharı*. Akademik İncelemeler Dergisi. 2: 63-91
- Batuş, G., Alver, F., Arık, B., Çoban, B. ve Ü. Çığ (hızl.). (2006). *Kadife Karanlık2-21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınları.
- Bayraktar, C. (2013). *Sosyal Medyanın Kriz İletişim Aracı Olarak Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi SBE.

- Büker, N. (2013). Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya. Demir, M. (Ed.). *Yeni Medya Üzerine* içinde. Konya: Literatürk Yayınları, 137-170.
- Cavallier, J. J. (2004). *Medya ve İletişim Teknolojileri*. M. Çamlıbel (çev.). İzmir: Salyangoz Yayınları.
- Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreterliği. (2016). *15 Temmuz Darbe Girişimi ve Milletın Zaferi*. Birinci Baskı. Cumhurbaşkanlığı Yayınları.
- Çoban, B. ve Z. Özarlan. (hızl.) (2003). *Söylem ve İdeoloji- Mitoloji, Din, İdeoloji*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Çomu, T. ve M. Binark. (2013). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi. Çınar, M. (Ed.). *Medya ve Nefret Söylemi* içinde. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 199-218.
- Dahlgren, P. (2017). İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılıma ve Müzakere. Aydoğan, F. (Ed.). *Yeni Medya Kuramları* içinde. İstanbul: Der Yayınları. 174-195.
- Demir, A. (2010). *28 Şubat'tan, 27 Nisan'a Ordu-Siyaset İlişkisi: Hürriyet Gazetesi İncelemesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Demir, S. T. (2016). *15 Temmuz Darbe Girişiminde Medya*. SETA | Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı. Sayı:161, 2-24.
- Demir, V. (2007). *Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Devran, Y. ve Ö. F. Özcan. (2016a). *1960'tan 2016'ya Askeri Darbe ve Muhtıra Metinleri Anlamlar, Amaçlar, Niyetler ve İdeolojiler*. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 1.2, 3-7.
- Devran, Y. ve Ö. F. Özcan. (2016b). *15 Temmuz Darbe Girişimi: Gelenekselden Yeniye Medya Araçlarının Kullanımı*. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology. 7.25, 71-92.
- Dijk, T. A. V. (2007). "The study of discourse: an introduction", *Discourse Studies*. Dijk, T. A. V. (drl). London: Sage.
- Dijk, T.A.V. (1988). *News as Discourse, Lawrence Erlbaum Associates*. New Jersey.
- Fırat, H. (2016). *24 Saat 15 Temmuz'un Kamera Arkası*. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.
- Fraser, N. (2004). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Varolan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı. Özbek, M. (Ed.). *Kamusal Alan* içinde. İstanbul: Hill Yayınları, 103-133.

- Göksu, V. (2016). *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Kitabevi
- Gündüz, U. (2013). Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları. Büyükaslan, A. ve A. M. Kırık (Ed.). *Sosyal Medya Araştırmaları I*. içinde Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 133-154.
- Gündüz U. ve N. Pembecioğlu. (2013). Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya. Demir, M. (Ed.). *Yeni Medya Üzerine* içinde. Konya: Literatürk Yayınları, 311-338.
- Gürson, P. (2015). 1946'dan Günümüze Türk Siyasi Hayatında Medya ve Siyaset İlişkisi. Yazıcı, T. (Ed.). *1946'dan Günümüze Medya ve Siyaset* içinde. İstanbul: Volga Yayıncılık, 43-72.
- Habermas, J. (2004). Kamusal Alan. Özbek, M. (Ed.). *Kamusal Alan* içinde. İstanbul: Hil Yayınları, 95-102.
- Habermas, J. (2005). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. T. Bora ve M. Sancar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hartley, J. (2002). *Communication, Cultural and Media Studies*. London: Routledge.
- İnceoğlu Y. ve N. A. Çomak. (2009). *Metin Çözümlemeleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İyigüngör, V. (2009). *Medyada Tanıklık: Türkiye'de Askeri Darbeler*. İstanbul: Beta Basım.
- Kabağaç, S. ve E. Alovera. (1995). *Latince-Türkçe Sözlük*. İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Kara, H. (2003). "Bilgisayar/İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojisi ve Medya*. S. Alankuş (drl.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Sözeri, (2012) Kara, T. Ve E. Özgen (Ed.) (2012). *Sosyal Medya-Akademi* içinde. İstanbul: Beta Yayıncılık. 270.
- Karaman, H. Ve Ş. Işıklı. (2016). *Twitter'daki Dini ve Etnik Temelli Nefret Söylemlerinin Analizi*. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology. 7.25, 137-151.
- Kaypakoğlu, S. (2006). *Toplumsal Yaşam ve Birey*. İstanbul: Naos Yayıncılık.
- Kılıç, S. (2014). *Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi ve Sosyal Medyanın Siyasal İletişimi Etkileme Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Gelişim Üniversitesi SBE.
- Kobaza, O. S. (2014). *Türk Silahlı Kuvvetleri-Medya İlişkileri Perspektifinde Yeni Bir Gazetecilik Örneği Olarak Taraf Gazetesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi SBE.

- Kocaman, A. (2006). *Dilbilim- Temel Kavramlar, Sorunlar, Tartışmalar*. Ankara: Dil Derneği Yayınları.
- Korkmaz, E. (2015). *Kamusal Alan Olarak Sosyal Medyanın Gündem Belirleme Gücü: 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Köse, H. (2007) *Küresel Akıntıya Karşı Sivil Arayışlar: Alternatif Medya*. İstanbul: Yirmidört Yayınları.
- Köse, S. (2010). *Türk Demokrasi Hayatında 12 Mart 1971 Muhtırası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi SBE.
- McQuail, D. (2004). Overview of the Handbook. John D.H. Downing. (Ed.). *The sage Handbook of Media Studies*. California: Sage Publications Inc. 1-16.
- Nalçaoğlu, H. (2003). "Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve", *Medya ve Toplum*. S. Alankuş (drl.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Negt, O. ve A. Kluge, (1993). *Public Sphere and Experience Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. London: University of Minnesota Pres.
- Nuran, M. B. (2015). *Geleneksel Medya ve Yeni Medya Etkileşiminin Gezi Parkı Gösterileri Bağlamında İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi SBE.
- Oskay, Ü. (1992). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Öker, Z. (2003). Baudrillard, Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G.ve B. Çoban (hızl.). *Kadife Karanlık-21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar* içinde. İstanbul: Su Yayınları, 193-256.
- Özbek, M. (Ed.). (2004). *Kamusal Alan*. İstanbul: Hil Yayınları.
- Özcan, A. (2015). 1945-1960 Türkiye'sinde Basın İktidar İlişkileri ve 27 Mayıs 1960 Darbesinde Basının Etkisi. Yazıcı, T. (Ed). *1946'dan Günümüze Medya ve Siyaset* içinde. İstanbul: Volga Yayıncılık, 91-116.
- Özgen, M. (2008). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Olgusu ve Toplumsal Etkileri. Işık, M. Ve A. Erdem (Ed). *Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim* içinde. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 97-111.
- Özkır, Y. (2011). *27 Mayıs'tan 27 Nisan'a Asker-Gazete/ci İlişkisi*. İş Ahlakı Dergisi. 4.8, 91-114.
- Özkır, Y. (2017). *Fetö Medya ve Darbe*. İstanbul: Pınar Yayınları.

Sam, N. (2004). *12 Eylül 1980 Müdahalesi İle 7 Kasım 1982 Anayasa Oylaması Arasındaki Süreçte Siyasal İletişim*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Savcı, G. (2006). *Türkiye’de Askeri Darbeler ve Basının Tavrı (1946-1997)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Shalken, K. (1998). Internet as a New Public Sphere For Democracy?. M. Snellen ve J. van de Donk. (Ed.). *Public Administration in an Information Age - A Handbook*. Amsterdam: IOS Press.

Shirky, C. (2017). Sosyal Medya’nın Politik Gücü Teknoloji, Kamusal Alan ve Politik Değişim. E. Al. (çev.). Aydoğan, F. (Ed.). *Yeni Medya Kuramları* içinde. İstanbul: Der Yayınları. 160-171.

Tanıtıran, H. (1992). *1960 Askeri Darbesi Üzerine Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Taşpınar, G. T. (1996). *27 Mayıs 1960 Askerî Darbesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Tek, H. (2006). *Darbeler Ve Türk Basını*. İstanbul: Elips Kitap.

Tilly, C. (2004). *Social Movements 1768-2004*. Colorado: Paradigm Publishers.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Toklucuoğlu, A. (14-17 Mayıs 2015). *27 Mayıs Otoritesi ve Medya Temsili*. II. Türkiye Lisanüstü Çalışmaları Kongresi - Bildiriler Kitabı IV. Kütahya: TLCK, 1135-1146.

Toklucuoğlu, A. (2013). *27 Mayıs Otoritesinin Medya Temsilinde Öncü Gazetesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. Marmara Üniversitesi SBE.

Türk, G. D. (2013). *Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri*. XVIII. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, s.55-60.

Ünsaldı, L. (2008). *Türkiye’de Asker ve Siyaset*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Yalçın, G. D. (2011). *Eleştirel Söylem Analizi Çerçevesinde Avrupa Birliği’nde Kültürlerarası Diyalog*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi SBE.

Yaşın, C. (2002). *Haber Söyleminin İnternet İçeriklerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE.

Yılmaz, Z. (2007). *Hannah Arendt’te Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımı ve Modern Çağda Toplumsal Alan*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi SBE.

Wilhelm, A.G. (2000). *Democracy in the digital age*. London: Routledge.

Yükselbaba, Ü. (2008). *Habermas'da Kamusal Alan/Özel Alan Ayrımı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Elektronik Yayınlar

11 Çeyreklik Gelenek Bozulmadı, Twitter Yine Zarar Yazdı. (2016).

<http://teknoyo.com/twitter-kullanici-sayisi-2016-ucuncu-ceyrek/>, (17 Şubat 2017).

12 Eylül Darbesi Gazete Manşetleri. (2017). <http://www.haksozhaber.net/12-eylul-darbesi-gazete-mansetleri-50g.htm>, 21 Ekim 2017.

15 Temmuz Darbe Girişimi Gecesi Yaşananlar Dakika Dakika İddianamede. (2016).

<http://www.iha.com.tr/haber-15-temmuz-darbe-girisimi-gecesi-yasananlar-dakika-dakika-iddianamede-605465/>, (13 Mart 2017).

15 Temmuz Darbe Girişiminde Neler Oldu?. (2016). <http://bianet.org/bianet/siyaset/176798-15-temmuz-darbe-girisiminde-neler-oldu>, (13 Mart 2017).

15 Temmuz Darbe Girişiminde TÜRKSAT'a 5 Dakikada 4 Bomba Atılmış. (2016). Haber Türk Gazetesi. <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1343111-15-temmuz-darbe-girisiminde-turksata-5-dakikada-4-bomba-atilmis>, (17 Mart 2017).

15 Temmuz Gecesi AKP'li Vekillerin WhatsApp Yazışmaları. (2017).

<http://t24.com.tr/haber/15-temmuz-gecesi-akpli-vekillerin-whatsapp-yazismalari,393489>, (21 Mart 2017).

20. yılında 28 Şubat. (2017). <http://www.aljazeera.com.tr/haber/20-yilinda-28-subat>, (23 Ekim 2017).

27 Mayıs Darbesi'nin gazete manşetleri. (t.y.).

<http://www.timeturk.com/tr/fotogaleri/dunya/27-mayis-darbesi-nin-gazete-mansetleri/>, (26 Şubat 2017).

27 Nisan E-Muhtırası. (2015). <http://darbeler.com/2015/05/18/27-nisan-e-muhtirasi/>, (5 Mart 2017)

28 Şubat'ın Gazete Manşetleri. (2016). <http://www.haber7.com/foto-galeri/23014-28-subatin-gazete-mansetleri/p67>, (2 Mart 2017).

45 yıl sonra 12 Mart Muhtırası. (2015). <http://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/12-mart-muhtirasi>, 21 Ekim 2017.

Askeri Darbe. https://www.turkcebilgi.com/askeri_darbe, (25 Ekim 2017).

Askeri Darbe girişimi sonrası "T.C Devleti" adıyla halka çağrı mesajı. (2016).

<http://www.haberturk.com/gundem/haber/1267535-askeri-darbe-girisimi-sonrasi-tc-devleti-adiyla-halka-cagri-mesaji>, (1 Eylül 2017).

ATO'dan "Unutulan Manşetler" kitabı. (2007). <http://www.hurriyet.com.tr/atodan-unutulan-mansetler-kitabi-6745366>, (23 Ekim 2017).

Bylock Uygulaması Nedir? (2016). <http://www.hurriyet.com.tr/bylock-nedir-bylock-yazismalari-nasil-yapiliyor-40243208>, (23 Mart 2017).

CNN Türk'e baskın anı kamerada. (2016). <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/cnn-turke-baskin-ani-kamerada>, (10 Ekim 2017).

Çolak, E. B. (t.y.). **Teun A. Van Dijk'in Eleştirel Söylem Çözümlemesi Modelince Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde İdeolojik Söylem.**

https://www.academia.edu/9946617/Teun_A._Van_Dijk_in_Eleştirel_Söylem_Çözümlemesi_Modelince_Cumhurbaşkanlığı_Seyimlerinde_Ideolojik_Söylem, (1 Eylül 2017).

Digital in 2016. (2016). <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>, (18 Şubat 2017).

Duman, K. E. (2009). **Medyanın İşlevleri.** <http://iletisimci.blogspot.com.tr/2009/11/medyann-islevleri.html>, (13 Şubat 2017).

Haftanın gazete tirajlarında kim kazandı kim kaybetti?

(2016). www.gazeteciler.com/tirajlar/2016-07-11, (1 Eylül 2017)

Facebook Kullanıcı Sayısı 1.8 Milyara Çıktı, Kârı Yüzde 165 Arttı. (2016).

<http://teknoyo.com/facebook-kullanici-sayisi-2016-yili-ucuncu-ceyrekte-1-8-milyara-cikti/>, (17 Şubat 2017).

Facebook Messenger'ın Aylık Kullanıcı Sayısı 800 Milyona Ulaştı. (2016).

<http://teknoyo.com/facebook-messenger-aylik-kullanici-sayisi-800-milyon/>, (17 Şubat 2017).

Fethullah Gülen Cemaati'nin, Askeri Okullara Sızdığı İlk Olarak 1986'da Fark Edilmiş.

(2016). <https://www.haberler.com/kritik-yil-1986-8629650-haberi/>, (1 Eylül 2017).

FETÖ'nün tarihçesi - 15 Temmuz Darbe Girişimi Raporu.

<http://www.haberturk.com/gundem/haber/1508856-fetonun-tarihcesi-15-temmuz-darbe-girisimi-raporu>, (25 Ekim 2017).

FETÖ'nün Türk Telekom Ulus binasını işgal görüntüleri ortaya çıktı. (2017).

<http://aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi-fetonun-turk-telekom-ulus-binasini-iskal-goruntuleri-ortaya-cikti-/859103>, (10 Ekim 2017).

Google Plus Nedir? Ne için kullanılır? (2011). <http://shiftdelete.net/google-plus-nedir-nasil-kullanilir-30866>, (17 Şubat 2017).

Göka: 15 Temmuz'da Medya Üstün Bir Rol Oynadı. (2016). <http://www.yenisafak.com/gundem/goka-15-temmuzda-medya-ustun-bir-rol-oyyadi-2567963>, (17 Mart 2017).

İnstagram Kullanıcı Sayısı Açıklandı. (2016). <http://shiftdelete.net/instagram-kullanici-sayisi-aciklandi-72697>, (17 Şubat 2017).

Koçak, Ş. (2015). **Yeni Medya, Yeni Alan.** <https://yenimedya.com/2015/01/21/yeni-medya-yeni-alan>, (27 Ağustos 2017).

Laiklik Muhtırası. (t.y.). <http://www.gecmisgazete.com/haber/son-yillarin-en-sert-aciklamasi>, (23 Ekim 2017).

Manşetlerdeki 28 Şubat - Darbeye Giden Yolda Medyanın Rolü. (2017). <http://www.sde.org.tr/userfiles/file/MAN%C5%9EEETLERDEK%C4%B0%2028%20%C5%9EUBAT-t.pdf>, (1 Mart 2017).

Ocak 1971'de Türkiye'de ve Dünyada olanlar. (2017). <http://www.gecmisgazete.com/?day=&month=01&year=1971&q=>, 21 Ekim 2017.

Osmanlı'dan 15 Temmuz'a Türkiye'nin darbeler tarihi. (2017). <https://www.cnnturk.com/turkiye/osmanlidan-15-temmuza-turkiyenin-darbeler-tarihi?page=8>, (21 Ekim 2017).

'Sela' Ne için okunur? (2016). <http://www.dinihaberler.com/personel-makaleleri/sela-ne-icin-okunur-h96298.html>, (1 Eylül 2017).

Skype Hakkında. (2017). <https://www.skype.com/tr/about/>, (18 Şubat 2017).

Sosyal medya darbeye direnişte büyük rol oynadı. (2017). <http://aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/sosyal-medya-darbeye-direniste-onemli-rol-oyyadi/862113>, (10 Ekim 2017).

Sosyal Medya Nasıl Darbeye Direnişin Aracı Oldu? (2016). <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu>, (17 Mart 2017).

Sosyal Medya Paylaşımlarının Yüzde 8'i Darbe Yanlısı. (2016). <http://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/1269669-sosyal-medya-paylasimlarinin-yuzde-8i-darbe-yanlisi>, (22 Mart 2017).

Sosyal Medya Tarihçesi Hakkında. (t.y.). <http://www.pdi.com.tr/tr/BlogDetay/sosyalmedya-tarihcesi>, (12 Şubat 2017).

Sözde değil özde laik Başkomutan. (2007). <http://www.gazetevatan.com/sozde-degil-ozde-laik-baskomutan-115941-gundem/>, (23 Ekim 2017).

Şubat 1971’de Türkiye’de ve Dünyada olanlar. (2017).

<http://www.gecmisgazete.com/?day=&month=02&year=1971&q=>, 21 Ekim 2017.

Viber For Windows. (2016). <https://www.viber.com/en/products/windows>, (18 Şubat 2017).

WhatsApp Kullanıcı Sayısı 1 Milyarı Aştı. (2016). <http://www.ntv.com.tr/teknoloji/whatsapp-kullanici-sayisi-1-milyari-asti,YyBEdqzXZUyrJbulVgfN0w>, (17 Şubat 2017).

www.tdk.gov.tr

www.twitter.com

