

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYANIN SİYASET VE KAMUOYU
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ ÜZERİNE
BİR DEĞERLENDİRME

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Furkan KÖSE

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA

İSTANBUL-2018

TEZ TANITIM FORMU

YAZAR ADI SOYADI : Furkan KÖSE

TEZİN DİLİ : Türkçe

TEZİN ADI : Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyu Üzerinde Etkisi: 15 Temmuz Darbe Girişimi Üzerine Bir Değerlendirme

ENSTİTÜ : İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

ANABİLİM DALI : Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

TEZİN TÜRÜ : Yüksek Lisans

TEZİN TARİHİ : 12/04/.2018

SAYFA SAYISI : 100

TEZ DANIŞMANLARI : Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA

DİZİN TERİMLERİ : Sosyal Medya, Siyaset, Kamuoyu, 15 Temmuz, Darbe

TÜRKÇE ÖZET : İnternet tabanlı medya araçlarından olan sosyal medya, mekândan ve zamandan bağımsız bir şekilde kitleler arasında iletişimi sağlamakta ve bu yönüyle geleneksel medya araçlarına göre daha etkili bir iletişim aracı olmaktadır. İnteraktif iletişim imkânı sağlayan sosyal medya, hayatın her alanında olduğu gibi siyasi ve toplumsal alanda da etkisini oldukça fazla göstermektedir. Bu sebeple çalışmamıza sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu ile olan ilişkisi konu edinmiştir. Çalışmada literatür tarama yöntemi kullanılarak sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu üzerinde etkileri incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın örnek olay incelemesi kapsamında Türkiye’de 15 Temmuz 2016’da meydana gelen başarısız darbe girişiminde sosyal medyanın rolü ele alınmıştır.

DAĞITIM LİSTESİ

: 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Furkan KÖSE
...../...../2018



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYANIN SİYASET VE KAMUOYU
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ ÜZERİNE
BİR DEĞERLENDİRME

SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Furkan KÖSE

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA

İSTANBUL- 2018

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlâk kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Furkan KÖSE

.../...../ 2018



TEZ KAPAK SIRTI

Üst

Adı SOYADI SOSYAL MEDYANIN SİYASET VE KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 2018

Alt

TC
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Furkan KÖSE'nin Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyu Üzerinde Etkisi:
15 Temmuz Darbe Girişimi Üzerine Bir Değerlendirme, jürimiz tarafından SİYASET
BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER anabilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi
olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____

Unvan Adı SOYADI (Danışman)

Üye _____

Unvan Adı SOYADI

Üye _____

Unvan Adı SOYADI

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim
üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../2018

İmzası

Prof. Dr. Adı SOYADI
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Teknolojinin hızla geliştiği ve yaygınlaştığını günümüz dünyasında, internetle birlikte iletişim alanında sınırlar ortadan kalkmıştır. Özellikle internet tabanlı sosyal medya, bireyler ve kitleler arasında zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde iletişimi sağlamaktadır. Etkileşimli bir iletişim imkânı sunan sosyal medya, hayatın her alanında olduğu gibi siyasal, toplumsal mecralarda ve kamuoyunu yönlendirmede de etkisini oldukça fazla göstermektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde sosyal medya, geleneksel medya araçlarına nazaran daha etkili bir iletişim imkânı sunmaktadır.

Sosyal medya araçlarının kamuoyunu yönlendirmede etkili bir araç olduğunu, ilk defa Arap Baharı olarak bilinen, Orta Doğu rejimlere karşı yapılan halk ayaklanmalarında görmekteyiz. Bu olayların oluşum aşamasında Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube gibi sosyal medya araçlar, kitleleri harekete geçirmek için etkili bir şekilde kullanılmış ve başarılı olunmuştur. Türkiye’de 15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri içine sızmış bir grup FETÖ mensubu asker tarafından yönetime el koymak amacıyla bir darbe girişiminde bulunulmuştur. Halkın bu girişimi haber almasında, organize olmasında ve meydanlara çıkarak darbecilere karşı mücadele etmesinde sosyal medyanın büyük bir rolü olmuştur. Özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın sosyal medya üzerinden canlı bağlantı kurularak yaptığı konuşmada halkı demokrasiye sahip çıkmak için meydanlara davet etmesi, darbe girişimi önleyen en etkili eylemlerden birisi olmuştur.

Çalışmada, sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu üzerinde etkileri literatür taramasıyla ele alınmıştır. Örnek olay olarak, 15 Temmuz 2016’da meydana gelen kanlı darbe girişiminde sosyal medyanın rolü ele alınmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kavramsal ve kuramsal çerçevede iletişim, sosyal medya ve kamuoyu kavramları ele alınmıştır. İkinci bölümde, siyaset ve kamuoyunu yönlendirmede sosyal medyanın etkileri anlatılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise, sosyal medyanın 15 Temmuz darbe girişiminin engellenmesinde oynadığı rol detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siyaset, Kamuoyu, 15 Temmuz Darbe Girişimi, Darbe

SUMMARY

In today's world, technology is rapidly developing and spreading and also it has removed the borders in the field of communication. Especially internet-based social media has ensured communication between individuals and masses independently of time and place. Social media, which offers an interactive communication, shows its effects in political and social circles quite as well as in every area of life. Social media is becoming a more effective means of communication than traditional media.

For the first time, we see social media as an effective tool in directing public opinion in popular uprisings against the dictatorial regimes in the Middle East known as Arab Spring. Social media tools such as Facebook, Twitter, Instagram and Youtube have been effectively used and successful in moving the masses into action. On July 15, 2016, a group of soldiers from FETO, who infiltrated into the Turkish Armed Forces, attempted a coup in Turkey. However, this initiative was quickly dismantled by the great resistance of the Turkish public. The role of social media is great when the people hear this treacherous attempt, organize and fight against the coup in the squares. In particular, President Recep Tayyip Erdogan made a living connection to the social media and invited the public to the streets and squares in order to defend democracy. This invitation was the most effective action to prevent coup attempt in Turkey.

In this study, the effects of social media on politics and public opinion were examined by literature review. In the context of case studies, the role of social media in the bloody coup attempt on July 15, 2016 was handled.

This study is composed of three chapters. Conceptual and theoretical framework of communication, social media and public opinion are discussed in the first part. The effects of social media on politics and public opinion are explained in the second part. The role of social media in preventing the July 15 coup attempt has been examined in detail in the third and final section.

Key Words: Social Media, Politics, Public Opinion, 15th of July Coup, Coup Attempt

İÇİNDEKİLER

SAYFA

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
HARİTALAR LİSTESİ.....	viii
GRAFİKLER LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
RESİMLER LİSTESİ	xi
EKLER LİSTESİ.....	xii
ÖN SÖZ	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE: İLETİŞİM VESOSYAL MEDYA	
1.1. İLETİŞİM KAVRAMI	5
1.1.1. İletişim Türleri	6
1.1.2. İletişimin Öğeleri	7
1.2. İLETİŞİMDE TEKNOLOJİ ODAKLI KURAMLAR	9
1.2.1. Zamana ve Mekâna Bağlı Medya Teorisi	10
1.2.2. Global Köy Teorisi	10
1.2.3. Bilgi Açığı Teorisi.....	12
1.3. SOSYAL MEDYA KAVRAMI.....	14
1.3.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreçleri	17
1.4. SOSYAL MEDYA İLE GELENEKSEL MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR	20
1.5. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI.....	22

1.5.1. Sosyal Ağlar.....	22
1.5.2. Bloglar.....	25
1.5.3. Wikiler.....	26
1.5.4. Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri.....	27
1.5.5. Video ve Fotoğraf Paylaşım Siteleri.....	28
1.5.6. Sanal Dünyalar.....	29

İKİNCİ BÖLÜM: SİYASET VE KAMUOYUNU YÖNLENDİRMEDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

2.1. KAMUOYU KAVRAMI.....	31
2.2. SOSYAL MEDYANIN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.....	33
2.2.1. Kamuoyu Oluşumunda Sosyal Medyanın Rolü.....	35
2.2.2. Sosyal Medyanın Kamuoyunu Yönlendirme Araçları.....	37
2.2.2.1. Bilgilendirme Rolü.....	37
2.2.2.2. Gündem Belirleme Rolü.....	39
2.2.2.3. Dezenformasyon.....	41
2.3. MEDYA VE SİYASET ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	43
2.3.1. Sosyal Medyanın Siyasete Etkileri.....	45
2.3.2. Sosyal Medya ve Siyasiler.....	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNİN ENGELLENMESİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

3.1. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ.....	53
3.2. DARBE VE MEDYA İLİŞKİSİ.....	59
3.2.1. Geleneksel Medya'nın Darbelere Bakış Açısı.....	59
3.3. SOSYAL MEDYANIN 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNE ETKİSİ.....	61
3.3.1. 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Sosyal Medya Siteleri.....	63
3.3.1.1. FaceTime.....	63
3.3.1.2. Twitter.....	64
3.3.1.3. Facebook.....	72
3.3.1.4. YouTube.....	75

3.4. TEORİLER İŞİĞİNDA 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ İLE İLGİLİ BİR DEĞERLENDİRME	76
3.4.1. Zamana ve Mekâna bağı Medya Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi	77
3.4.2. Global Köy Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi	78
3.4.3. Bilgi Açığı Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi	79
SONUÇ	81
KAYNAKÇA	85
EKLER	—



KISALTMALAR LİSTESİ

A.G.E.	: Adı Geçen Eser
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AK PARTİ	: Adalet ve Kalkınma Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
FETÖ	: Fettullahçı Terör Örgütü
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
IRC	: Internet Relay Chat
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
MİT	: Milli İstihbarat Teşkilatı
PDY	: Paralel Devlet Yapılanması
RP	: Refah Partisi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
TSK	: Türk Silahlı Kuvvetleri

TABLULAR LİSTESİ

SAYFA

Tablo 1.1. Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması.....	19
Tablo 2.1. Gezi Parkı Olaylarında Twitter Verileri.....	47
Tablo 2.2. 2012 ABD Seçimleri- Sosyal medya'da Barack Obama ve Mitt Romney.....	49
Tablo 2.3. Türkiye'de Siyasi Liderlerin Twitter ve Facebook Takipçi Sayıları.....	51

HARİTALAR LİSTESİ

SAYFA

Harita 3.1. 15 Temmuz 2016 gecesi Facebook Live üzerinde Türkiye'nin dört bir yanından yapılan canlı yayın bağlantı noktaları.....,75



GRAFİKLER LİSTESİ

SAYFA

Grafik 3.1. 8-19 Temmuz 2016 darbe girişimi ile ilgili tweet oranları.....68

Grafik 3.2. 15-16 Temmuz Twitter Verileri.....71



ŞEKİLLER LİSTESİ

SAYFA

Şekil 1.1. Shannon-Weaver İletişim Modeli.....	8
Şekil 1.2. DeFleur İletişim Modeli.....	9
Şekil 1.3. Bilgi Açığı Teorisi.....	13



RESİMLER LİSTESİ

SAYFA

Resim 1.1. Facebook Giriş Sayfası.....	25
Resim 1.2. Blog Sayfası.....	26
Resim 1.3. Wikipedia Sayfası.....	27
Resim 1.4. Pinterest Sayfası.....	28
Resim 1.5. Youtube Sayfası.....	29
Resim 1.6. Instagram Sayfası.....	29
Resim 1.7. Match.com Sitesi.....	30
Resim 2.1. Siyasetçilerin Twitter Sosyal Medya Hesapları.....	51
Resim 3.1. TRT'de Darbe Bildirisinin Okunması.....	55
Resim 3.2. Darbe Girişiminde Televizyonların Canlı Yayınları.....	61
Resim 3.3. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 15 Temmuz FaceTime görüşmesi.....	64
Resim 3.4. Darbeyi önceden haber veren FETÖ yanlısı gazetecilerin tweetleri.....	66
Resim 3.5. Darbeyi önceden haber veren tweetler.....	66
Resim 3.6. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın resmi Twitter hesabından yaptığı çağrı.....	67
Resim 3.7. Turkcell'in Darbe Karşıtı tweeti.....	69
Resim 3.8. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun Darbe Karşıtı Tweeti.....	70
Resim 3.9. ABD Başkanı Trump'ın adına açılan sahta hesap.....	71
Resim 3.10. Facebok'ta darbe ile ilgili sahte hesap ve yalan haber.....	73
Resim 3.11. Facebook'ta darbe gecesi yapılan yalan haberin montajlı resmi.....	74
Resim 3.12. Facebook'ta darbe gecesi yapılan yalan haberin orijinal resmi.....	75

EKLER LİSTESİ

EK-A 15 Temmuz 2016 saat 22.00'de FETÖ mensubu askerlerin İstanbul Boğaziçi Köprüsünü işgal etmeleri

EK-A Darbeci askerlerin İstanbul Boğaziçi köprüsündeki işgali

EK-B Boğaziçi Köprüsü'nde darbecilerin işgaline karşı halkın mücadelesi

EK-B Darbeye karşı halkın direnişinden bir kare

EK-C Halkın Atatürk Havalimanı'nda toplanması

EK-C 15 Temmuz Darbe girişiminde şehit olan insanlar

EK-D 15 Temmuz Darbe girişiminde şehit olan Askerler

ÖN SÖZ

Bu tezin yazılması aşamasında, çalışmalarımı titizlikle takip eden, hatalarımı düzeltmeme yardımcı olan ve çalışmalarımda bana yol gösteren saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA'ya değerli katkılarından dolayı en içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Son olarak hayatta beni hiç yalnız bırakmayan, her türlü zorluklarda yanımda duran, sonsuz fedakârlıklar gösteren aileme en içten teşekkürlerimi sunarım.

Furkan KÖSE



GİRİŞ

Yazının icadıyla başlayan iletişim şekli ve iletişim araçları, tarihsel süreç içerisinde sürekli gelişim göstererek günümüzde internet ve sosyal medyaya kadar uzanmaktadır. Teknolojinin hızla gelişmesiyle beraber insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından birisi olan iletişimin daha kolay ve etkili bir şekilde sağlanabilmesi amacıyla icat edilen yeni iletişim araçları insanlar ve kitleler arasında mesafeyi ortadan kaldırmıştır. 1970'li yıllardan itibaren teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler yeni medyanın ortaya çıkmasına imkân tanımıştır. Sosyal medya olarak adlandırılan yeni medya, insanları, içinde yaşadığı toplum ve devletle ilişkilerinde pasif olan konumundan çıkartıp aktif konuma getirmiştir. Böylece bireylerin aile, toplum ve devletle olan ilişkilerinde var olan geleneksel yapı bozulmuş, yerini birey merkezli ilişkiler almıştır. Ayrıca sosyal medya araçları, sadece haberleşme ve iletişimin aracı olmaktan çıkarak, bireylerin sosyalleşebileceği, kendi fikirlerini ifade edebileceği ve her seviyedeki örgütlü yapılara katılabilecekleri platformlara dönüşmüştür. Sosyal medya, bir taraftan bireyi kamusal hayatın merkezine taşıırken, diğer taraftan da gittikçe karmaşık hale gelen devlet ve bürokrasiye karşı insanların örgütlenmesine olanak sağlayarak kamuoyu oluşumunda aktif bir rol oynadığını söyleyebiliriz.

Yeni medya kavramını farklı özellikleri üzerinden tanımlamaya çalışan araştırmacılardan bazısı medyanın teknolojik yönünü ön planda tutarken, bazıları da geleneksel medya ile ilişkilendirme yolunu seçmiştir. Sosyal medya, geleneksel medyanın aksine iletişimde karşılıklı bir etkileşim imkânı sunmaktadır. Geleneksel medyada bireylerin iletişim sürecine katılımı sınırlı ölçüde sağlanırken, yeni medyada kullanıcılar iletişim sürecinde aktif bir şekilde etkileşim içerisinde bulunabilmektedir. Dünyada en fazla kullanıcı kitlesine sahip olan Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar, kullanıcılarına organizasyon kurma, organize olma, bilgi ve düşünce paylaşımı, inançlar ve düşünceler etrafında gruplaşma olanaklarını da sunmuşlardır. Ayrıca akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber sosyal ağlara erişim daha kolay ve hızlı bir şekilde sağlanarak gündelik hayatımızın her alanında yer edinmeye başlamıştır.

Günümüz dünyasında siyaset de büyük oranda medyada, özellikle de sosyal medyada gerçekleştirilmektedir. Medya, bireylerin siyasi kimliğinin şekillenmesinde, siyasi tutum ve davranışlarının oluşumunda önemli bir role sahiptir. Günümüzde sosyal medyaya bakıldığında rejimleri değiştirecek, toplumu harekete geçirecek birer örgütlenme aracı haline geldiği görülmektedir. Oluşumunda belli aktörlerin yer

aldığı, tek sesli ve kontrol edilebilir geleneksel kamuoyu, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte, yerini etkileşimli, çok sesli ve muhaliflerin de kendini ifade edebildiği bir kamuoyuna dönüşmüştür. Sosyal medyanın kamuoyunu yönlendirici ve dönüştürücü etkisinin, “Arap Baharı” gibi siyasi ve toplumsal dönüşümlerde rolü oldukça büyük olmuştur. 2011’de Tunus ve Mısır’daki otoriter rejimlerin yıkılmasında, Bahreyn ve Suriye’de halk hareketlerinin başlamasında sosyal medya platformları etkili olmuştur. Göstericiler isteklerini Facebook’un Al Jazeera kanalı aracılığıyla dünya kamuoyuna duyurmuşlardır. Bu isyan kısa sürede diğer Arap ülkelerine örnek olmuş ve kısa süre zarfında kuzey Afrika ve Orta Doğuya yayılmıştır.

Türkiye’de ise, toplumsal olayları ve darbe girişimlerini ele aldığımızda bu girişimleri organize eden kişiler özellikle medyayı kontrol altına tutmaya çalışmışlardır. Türkiye Cumhuriyeti siyasi tarihinde medya 1960, 1980 ve 28 Şubat darbelerinde, mesajların halka duyurulmasında, kitlelerin kontrol altında tutulması ve yönetilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Yaşanan bu darbeleri planlayan kişilerin yaptığı ilk şey radyo ve televizyon yayınlarını ele geçirmek olmuştur. Ancak bazı durumlarda, Türkiye’de 28 Şubat 1997’de olduğu gibi, medya darbeye mesajı ileten bir araç olarak da kullanılmıştır. Geleneksel olarak darbe girişimlerinde darbecilerle uyumlu hareket eden medya, 15 Temmuz 2016 darbe girişiminde, farklı tavır sergileyerek, darbeye direniş için sokaklara ve meydanlara çıkan halkla aynı doğrultuda hareket etmiştir. Geleneksel medyanın bu yaklaşımı bireysel ve kitle iletişim araçlarıyla beraber daha fazla güç kazanarak, darbe girişiminin başarısız olmasında önemli bir katkısı olmuştur.

15 Temmuz 2016 darbe girişiminde yaşanan en önemli olaylardan birisi, sosyal medya araçları üzerinden yayılan haber ve görüntülere halkın anında karşılık vermesi ve seçime göreve gelen hükümet yetkililerinin Türk halkına mesajları sosyal medya aracılığı ile iletilebilmeleri olmuştur. Darbe girişiminin yaşandığı gece olaylara şahit olan kişiler olaylarla ilgili yaşadıklarını, sosyal medya hesapları üzerinden, olay yerlerinde yaptıkları canlı bağlantılarla ve mesajlarla paylaşmışlardır. Güvenlik birimlerinin strateji geliştirmesinde ve milletin darbe karşısında örgütlenmesinde ve direniş göstermesinde medya hayati bir rol oynamıştır. Bu durum darbecilerin planlarını etkilemiş ve aynı zamanda cesaretlerini de kırmıştır. Sosyal medya üzerinde hızlı bir şekilde yayılan resim ve videolar, halkta darbe karşıtı duyguların gelişmesinde ve halk egemenliğine dayalı demokrasinin öne çıkmasında büyük etkisi olduğu söylenebilir.

Çalışmanın Amacı: İnternet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte günümüzde iletişim alanında sınırlar ortadan kalkmıştır. İletişim araçlarından birisi olan sosyal medya, geleneksel medya araçlarının aksine mekândan bağımsız ve hızlı bir şekilde kitleler arasında iletişimi sağlaması yönüyle geleneksel medya araçlarına göre daha etkili bir iletişim aracı olmuştur.

Çalışmada amaç, interaktif bir iletişim imkânı sağlayan sosyal medya araçlarının siyaset ve kamuoyu üzerinde ne derece etkili olduğunu araştırmak ve söz konusu etkilerin derecesini belirlemektir. Ayrıca bu bağlamda, 15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye’de yaşanan darbe girişiminin başarısız bir şekilde sonuçlanmasında sosyal medyanın ne derece rolü olduğu çalışmanın örnek olay incelemesinde ele alınacaktır.

Araştırmanın temel problemi; Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu üzerinde bir etkisi var mıdır?

Alt problemler;

- 1) Kamuoyu oluşumunda sosyal medyanın rolü var mıdır?
- 2) Kamuoyunun sosyal medya üzerinden siyasete etkisi bulunmakta mıdır?
- 3) Sosyal medyanın kamuoyunu yönlendirmede etkisi var mıdır?
- 4) 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin engellenmesinde sosyal medyanın rolü var mıdır?

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu bağlamda bağımsız değişken olan sosyal medyanın bağımlı değişkenler olan siyaset, kamuoyu oluşumu ve 15 Temmuz darbe girişimine olan etkileri ilişkisel bağlamda analiz edilmeye çalışılmıştır. Literatürde yer alan çeşitli kaynaklardan tez çalışmasının ana problemi ve alt problemleriyle ilgili elde edilen bilgiler doğrultusunda hipotezler somut bir şekilde ele alınacaktır.

Kuramsal / Kavramsal Çerçevesi: Kavramsal çerçevede Türkçe literatürde yer alan “İletişim”, “Sosyal Medya” ve “Kamuoyu” kavramları terminolojik olarak geniş bir şekilde incelenmiş. Kuramsal çerçevede ise, “İletişimde Teknoloji Odaklı Kuramlar” ele alınmıştır.

Varsayımları:

H: Sosyal medyanın kamuoyu ve siyaset üzerinde etkisi bulunmaktadır.

H1: Kamuoyu oluşumunda sosyal medyanın rolü bulunmaktadır.

H2: Kamuoyunun sosyal medya üzerinden siyasete etkisi bulunmaktadır.

H3: Sosyal medyanın kamuoyunu yönlendirmede etkisi vardır.

H4: 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin engellenesinde sosyal medyanın büyük rolü bulunmaktadır.

Sınırlılıkları: Araştırmada, medyanın en önemli araçlarından birisi olan sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu üzerinde etkileri ele alınmıştır. Televizyon ve gazete gibi diğer medya araçları geniş bir alanı kapsadığı için, araştırmanın konusu sosyal medya ile sınırlandırılmıştır. Sosyal medyanın kamuoyu ve siyaset üzerinde etkisini somut verilerle değerlendirmek amacıyla örnek olay incelemesi bağlamında sadece 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ele alınacaktır. Yaşanan girişiminin henüz yakın tarihi bir olay olması bakımından kaynakların değerlendirilmesi bakımından birtakım sınırlılıklar taşımaktadır.

Veri Toplama Tekniği: Çalışmada kullanılan veriler, doküman incelemesi ve literatür taraması yöntemleriyle elde edilmiştir. Bu veriler kütüphanelerden, internet kaynaklı akademik veri tabanlarından, kitaplardan, medya ve web sitelerinin arşivlerinden elde edilen kaynaklardan yararlanarak toplanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE: İLETİŞİM VE SOSYAL MEDYA

1.1. İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim kavramı Batı dillerine, Latince'den "communicatio" kelimesinin "communication" şeklinde geçmiş halidir. İletişim, canlılar arasında belirli ortaklaşa unsurlara dayanan süreci kapsamaktadır¹. İletişim kavramı çok geniş bir alanı kapsamakla beraber çeşitli modellerle ifade edilmektedir.

İletişim kavramının genel anlamda; bir göndericinin alıcıya sözlü veya yazılı bir şekilde mesaj iletmesi ve alıcının da gönderilen mesajı çözümlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Sözlü iletişimde konuşan kişi gönderici, dinleyen kişi ise alıcı konumundadır. Yazılı iletişim şeklinde de yazan kişi gönderici, okuyan kişi ise alıcıdır. Gönderici ve alıcının konuştuğu dil veya kod aynı olmalıdır.²

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) sözlüğünde iletişim kavramı: "*Duygu, düşünce ya da bilgilerin akla gelebilecek her yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon*" şeklinde tanımlanmaktadır.³

İletişim kavramı ile ilgili yapılan bilimsel tanımlardan bazıları aşağıda şekilde yer almaktadır;⁴

- Düşüncenin karşılıklı konuşma yoluyla iletilmesi,
- Ortak davranışlara imkân tanıyan etkileşim,
- Duygu, düşünce, bilgi ve becerilerin iletilme süreci,
- Kaynağından çıktıktan sonra mesajı alan kişi için bir uyarı olan davranış,
- Kaynak kişinin karşısındaki etkilemeyi amaçlayan davranışları.

¹ Mustafa Bostancı, *Medya ve Siyaset*, Planet Yayınları, Konya, 2015, s. 16

² Aysel Uzuntaş, "Etkili İletişim: Anlatılabilmek ve Anlayabilmek", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt:21, Sayı:1, 2013, s.14-15

³ Türk Dil Kurumu, İletişim, <http://www.tdk.gov.tr>, 2006, (Erişim tarihi: 11.11.2017)

⁴ E. Özgür Gönenç, "İletişimin Tarihsel Süreci", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2007, Sayı: 28, s. 90

İletişim kavramı ile ilgili yapılan farklı tanımlarda ortak noktanın karşılıklı bir etkileşim içermesi ve bir mesaj taşınması olduğunu söyleyebiliriz.

İletişim sadece insanlar değil tüm canlıları kapsamaktadır. İletişimi sınırlı ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde kullanımı görülmektedir. Sınırlı manada, kişiler arası ilişkilere; geniş anlamda ise, hayvanlar arası iletişim, canlılar arası bio-iletişim ve teknik iletişim gibi çok farklı alanlarda kullanılmaktadır.⁵

1.1.1. İletişim Türleri

Kullandığımız kodlara göre İletişim türleri, sözlü iletişim, sözsüz iletişim (beden dili) ve yazılı iletişim olarak üçe ayrılmaktadır. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle oldukça önemli bir yere sahip olan elektronik iletişim şekli de bir iletişim türü olarak değerlendirilmektedir. Farklı bir sınıflandırmada ise iletişim, insanın kendisiyle iletişimi, insanlar arası iletişim, grup iletişimi ve kitle iletişimi şeklinde sınıflandırılmaktadır. İletişimin kaynağı yönünden ele alındığında ise kişisel iletişim, örgütsel iletişim ve kitle iletişimi kavramlarıyla karşılaşılmaktadır.

Kullandığımız kodlara göre iletişim türler:

1) Sözlü iletişim: Bir diğer deyişle konuşma dili olarak da adlandırılan sözlü iletişim karşılıklı görüşmeler, kitlelere hitap, telefonla ve video aracılığıyla yapılan görüşmeler şeklinde sıralanmaktadır. Yüz yüze konuşmalar ve mektuplaşmalar da dille iletişim olarak kabul edilmektedir. Dil ile iletişimin yanında kullanılan dilin ses tonu, hızı ve vurgulanan kelimeler nitelikleri de önemlidir. Yapılan araştırmalarda insanların iletişimde daha çok ne söylenildiğinin değil, nasıl söylenildiğine dikkat ettiklerin gözlemlenmiştir. Mesajı doğru bir şekilde iletmek, kullanılan kelimelere bağlı olmaktadır. Fakat anlam verilmesi önemli oranda dil ötesi iletişime bağlı olmaktadır.⁶

2) Sözsüz İletişim: Birdwhistell tarafından kurulan kinesik (hareket) biliminin alanına giren sözsüz iletişim mimik, jest ve beden dili iletişimi olarak üçe ayrılmaktadır.

a) Sesli İletişim: Konuşmaya eşlik eden kelimeleri vurgulama, konuşma arasında duraklama, konuşma hızı, sesin tonu, gülmek, içini çekmek gibi eylemleri kapsamaktadır.

⁵ Bostancı, a.g.e., 16

⁶ Anadolu Üniversitesi, "Gazetecilik İletişim Süreci ve Türleri", Ankara, 2011, s.28

b) Sessiz İletişim (Beden Dili): Jest, mimik, proksemik (mekân içi yapılan hareketler), dokunma ve koku alma ile ilgili kinesik eylemleri kapsamaktadır.

c) Nesnel İletişim: Giyim tarzı, saç şekli, gözlük, takılan aksesuarlar, parfüm gibi nesnelere karşı tarafa verilen mesajları kapsamaktadır.⁷

Sözsüz iletişimde en önemli öğeyi gözler oluşturmaktadır. Bunun dışında duruş, hareketler, el, kol, baş hareketleri ve aradaki mesafe diğer unsurları oluşturur.⁸

3) Yazılı İletişim: Bu iletişim türünde mesajı gönderen yazan kişi, alıcı da yazılı mesajı okuyan kişidir. Ancak, gönderici ve alıcı kişiler aynı koda sahip olmalıdır. Bir başka deyişle aynı dili konuşmaları gerekmektedir. Bir konuda iletilmek istenen mesajın kodlanarak ses frekanslarını yazı yoluyla alıcıya aktarılması gerekmektedir.⁹

Yapılan araştırmalara göre, insanların karşılıklı kurduğu iletişimde sözlerin %7-10 oranında, konuşmanın %30-38 oranında, beden dilinin ise %55-60 oranında etkisi olduğu görülmüştür.¹⁰

Beden dilinin, yani insan davranışlarının, jest ve mimik hareketlerinin iletişimde daha etkili olması, görsel mesajın sözel mesajdan daha önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, iletişimde kullandığımız sözcükten ziyade bu sözcükleri nasıl kullandığımız önemlidir. Bu nedenle mesajı doğru bir şekilde iletmek için ne söylediğimizin değil, nasıl söylediğimizin daha önemli olduğunu söyleyebiliriz.

1.1.2. İletişimin Öğeleri

İletişim çift yönlü bir araçtır. İletiyi gönderen kaynak; iletiyi alan ise hedeftir. Bu iki öge arasında iletilen şey mesaj ve iletinin aktarıldığı ise kanal görevini görmektedir. İletişimi başlatan, ilk mesajı oluşturan ve gönderen kişidir. Kaynak ise

⁷ Sueda Özbent, "Sınıfta Beden Dili", *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt:27, Sayı:2, 2007, s.262

⁸ Ertuğrul Yaman, "Beden Dili", <http://www.docdatabase.net/more-do231-dr-erturul-yaman-eyamangaziedu-1133962.html>, 2013, (Erişim tarihi: 13.11.2017)

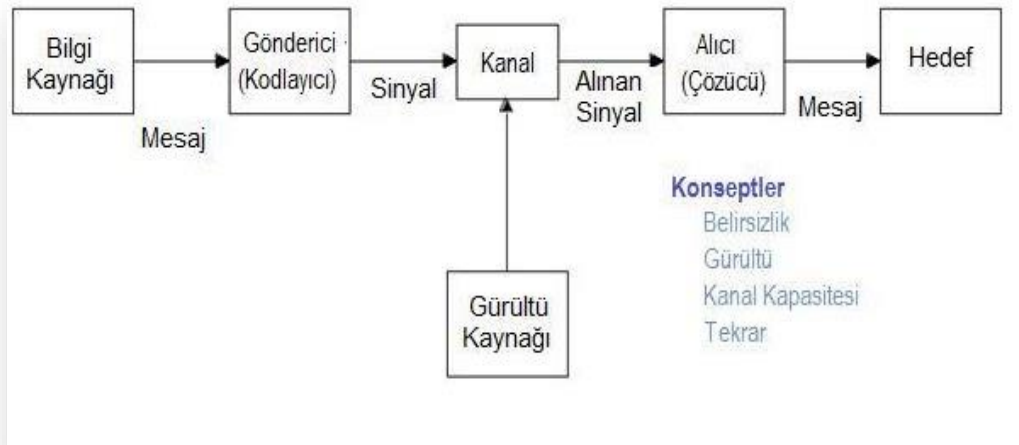
⁹ Uzuntaş a.g.e., s.15

¹⁰ Yaman, a.g.e. s.1

ürettiği anlamlı iletileri simgeler vasıtasıyla gönderendir.¹¹ İletişimin öğeleri aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır.¹²

- Kaynak: İletişimi başlatan, diğer kişilere duygu ve düşüncelerini iletme girişiminde bulunan kişidir.
- Kodlama: Karşıdaki kişiyle paylaşılmak istenen iletinin kodlanması.
- Mesaj: Bir yaşamışlığa ait olan düşünce ve duygunun sözlü, sözsüz ya da yazılı bir şekilde alıcıya iletilmesini sağlayan sembollerdir.
- Alıcı: Mesajın gönderildiği hedefteki kişi.
- Dönüt: Alıcının kaynaktan aldığı iletilere vermiş olduğu tepkidir.
- Kanal: İletinin alıcı tarafa iletilmesini için kullanılan araç, metot ve tekniklerdir.

Claude Shannon ve Warner Weaver Bell Telefon Şirketi çalıştıkları sırada bir iletişim modeli ortaya koymuşlardır. Shannon ve Weaver tamamen yeni bir yaklaşımla insanlar arasındaki iletişimin makineler için de uygulanabileceğini söylemişlerdir. Onların teorisi doğrusaldır. Onlara göre iletişim, bir beynin ya da mekanizmanın, bir diğer beyni ya da mekânizmayı etkileme işlemlerinin tamamıdır. Shannon-Weaver modeli şu çizgiyi takip eder: ¹³



Şekil 1.1. Shannon-Weaver İletişim Modeli¹⁴

¹¹ Bostancı, a.g.e., 17-18

¹² T.C. Sağlık Bakanlığı, "İletişim Kavramı İletişimde Yer Alan Öğeler İletişim Çeşitleri", T.C. Sağlık Bakanlığı, 2015, (Erişim tarihi: 12.11.2017)

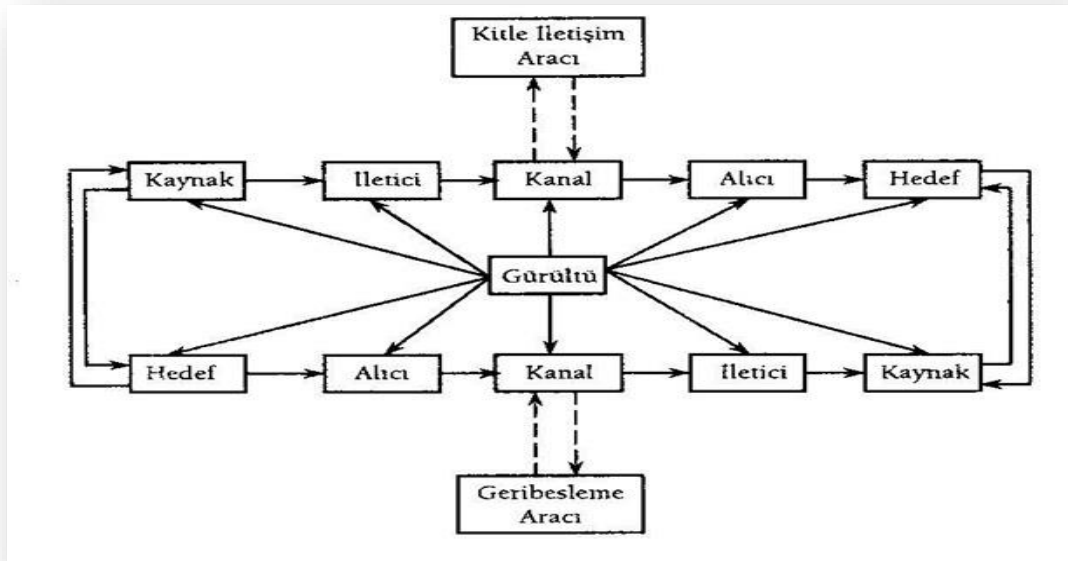
¹³ Funda Muslu, "Shannon-Weaver Modeli",

<http://kitleiletisimteorileri.blogspot.com.tr/2013/04/shannonweaver-modeli.html>, 2012, (Erişim tarihi: 12.11.2017)

¹⁴ Muslu, a.g.e. s.1

Amerikalı siyaset bilimcisi Harold Lasswell ise,1948 yılında yayınladığı bir makalede “tek yönlü iletişim süreci” sözünü kullanmıştır. Lasswell’e göre iletişim kavramını tanımlamak için, Lasswell modeli olarak bilinen kim, neyi, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle sorularına yanıt vermek gerekmektedir.¹⁵

DeFleur ise, Shannon ve Weaver’in iletişim süreci modeline gürültü faktörünün yanına geri bildirim de koyarak süreci çizgisel modelden döngüsel modele dönüştürmüştür.¹⁶



Şekil 1.2. DeFleur İletişim Modeli¹⁷

1.2. İLETİŞİMDE TEKNOLOJİ ODAKLI KURAMLAR

Kitle iletişim odaklı yaklaşımlar üç başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; ¹⁸

- 1) Zamana ve Mekâna Bağlı Medya Teorisi,
- 2) Global Köy Teorisi,
- 3) Bilgi Açığı teorisi.

¹⁵ Gönenç, a.g.e., s.91

¹⁶ Muslu, a.g.e. s.1

¹⁷ Muslu, a.g.e. s.1

¹⁸ Sıla Kartal, “Kitle İletişime Teknolojik Yaklaşımlar”, <http://slideplayer.biz.tr/slide/2809084/>, 2015, (Erişim tarihi: 14.11.2017)

1.2.1. Zamana ve Mekâna Bağlı Medya Teorisi

Harold Adams Innis'e göre toplumda ve kültürde meydana gelen değişimler, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimlerin bir sonucudur. İletişim araçları toplumsal örgütlenmeyi oldukça etkileyen unsurlardır. Toplumsal örgütlenme bilinç oluşturduğu için bilincin kontrol altına alınması, iletişimin kontrol altına alınmasından geçmektedir. Bir başka deyişle Innis'e göre egemenlik, iletişim araçlarının denetim altına alınması ile oluşmaktadır. İletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte toplumsal yapıda da değişim meydana gelmektedir. Innis, iletişim teknolojilerini "zamana ve mekâna bağlı iletişim teknolojileri" şeklinde ikiye ayırmıştır. Zamana bağlı teknoloji, gelişmemiş ülkelerin kullandığı iletişim teknolojileri; mekâna bağlı teknolojiler ise gelişmiş ülkelerin kullanmış olduğu ve büyümeye teşvik eden teknolojiler oluşturmaktadır.¹⁹

Zamana Bağlı Medya: Sözlü iletişim, el yazısı vb iletişim türlerini zamana bağlı medyaya örnek gösterilmektedir. Bu çeşit medya araçları sınırlı bir kesime ulaşır ve batıl inançları ve geleneksel otoriteyi tercih ederler. Zamana bağlı medya gelenekseldir, dinin ve gerici örgütlerin büyümesini desteklerler.²⁰

Mekâna Bağlı Medya: Elektronik ve yazılı medya gibi iletişim çeşitlerini kapsamaktadır. Bu medya türünün, yayılma ve denetimi elde tutma özellikleri bulunmaktadır ve merkezileşmeyi hedeflemektedir. Innis'e göre çağdaş Batı tarihi, zamansal bir örgütlenme ile başlamış ve mekânsal bir örgütlenme şekli ile sona ermiştir.²¹ Günümüz iletişim teknolojisinde elektronik medyanın en gelişmiş hali olan sosyal medya, bilginin hızlı bir şekilde yayılması ve kitlelere ulaşarak denetimi elinde bulundurma imkânına sahip olması bu kapsamda değerlendirilebilir.

1.2.2. Global Köy Teorisi

Marshall McLuhan Global köy kavramını ilk defa 1960'lı yıllarda ortaya atmıştır. Bu dönemde radyonun insanlar arasında samimi bir iletişim kurmasındaki etkisi ve insan deneyimlerinin hızlı bir biçimde iletilmesine olanak sağlaması global köy kavramını ortaya çıkmasına neden olmuştur. McLuhan, elektronik iletişimin

¹⁹ Seher Er ve Nur Öztürk, "Marshall McLuhan ve Harold Adams Innis'in Yöntem Karşılaştırılması", <http://2014hit.blogspot.com.tr/2014/12/marshall-mcluhan-ve-harold-adams.html>, 2014, (Erişim tarihi: 13.11.2017), s.1

²⁰ Kartal, a.g.e. s.1

²¹ Kartal, a.g.e. s.1

yaygınlaşmasıyla beraber, dünyanın küçük bir topluluk gibi olacağını ileri sürmüştür. Örnek olarak, dünyanın farklı yerinde bulunan insanların, televizyon aracılığıyla aynı programları izlemesini verebiliriz.²²

II. Dünya Savaşı öncesinde İngiltere ve Amerika tarafından kısıtlı olsa da kitle iletişimde televizyon yayımı denemeleri yapılmış, ancak II. Dünya Savaşı nedeniyle bu süreç sekteye uğramıştır. Hareketli görüntüler ve sesin birlikte televizyon üzerinden kitlelere aynı anda ulaştırılması ve yaygınlaşması ancak 1950'li yıllardan itibaren gerçekleşmeye başlamıştır.²³

1960'lı senelerde McLuhan'ın teorisi olan Global Köy kavramında, kitle iletişim araçları toplumda hızlı bir şekilde yayılması sonucu dünyanın küresel bir köy olacağını ileri sürmüştür. McLuhan'a göre yazılı kültüre geçmekle beraber sözlü kültür döneminin bittiğini, iletişim araçlarının ortak kullanımı ile dünyanın küresel bir köy haline geldiğini ileri sürmüştür. Nasıl ki bir köyde yaşayan toplum o köyde olan her şeye şahit oluyorsa günümüzde de dünyadaki tüm insanlar gelişen her olayı kitle iletişim araçları vasıtasıyla hemen öğrenmektedirler. McLuhan, bu durumdan yola çıkarak teorisine Global Köy adını vermiştir. McLuhan'a göre araç mesajdır. İçerik her zaman belli bir şekilde var olmaktadır. Ancak araç bilinmediği sürece mesaj da bilinmez. Mesajı vermede kullanılan araç, bu aracı kullanan insanları alışkanlıklarını değiştirmektedir. Araç insanlara verdiği mesaj kadar topluma da mesaj vermektedir.²⁴

Günümüzde internetin hayatın her alanda yer almaya başlamasıyla birlikte akademisyenler tarafından bu kavramın yeniden araştırılmasına neden olmuştur. Teknoloji bilimcileri ise teknolojinin toplumlar ve insanlar üzerinde etkilerini araştırırken Global Köy teorisinden faydalanmışlardır. Global Köy teorisi gerçek anlamda internetin, özellikle de sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte gerçeğe dönüşmüştür. Örnek olarak dünya genelinde internet üzerinden yayınlanan videolara aynı tepkileri verme, aynı tarz kıyafetler giyme vb eğilimlerin görülmesi

²² Oylum Tanrıöver ve Serdar Kırılı, "Global Köy ve Kültürel Emperyalizm: Küreselleşme Bağlamında Enformasyon Toplumuna Bakış", *E-Journal of Intermedia*, 2015, s.136

²³ Rıdvan Şentürk, "McLuhan'ın Televizyon Teorisi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:15, 2009, s.15

²⁴ Er ve Öztürk, a.g.e. s.1

verilebilir. İnternet ile birlikte dünya küresel bir köye dönmüş ve insanları bireyselleşmeye yöneltmiştir.²⁵

Günümüz dünyasında dijital teknolojideki ilerlemeler sonucu insanların bir mekâna ve zamana bağlı kalmadan bilgisayar ve mobil cihazlar üzerinden istenilen bilgi, eğlence vb amaçlı sitelere ulaşmayı ve sosyalleşmeyi sağlamaktadır. Bilgi toplumu çağında kitle iletişimi kavramını meydana getiren iki öğeden iletişim öne çıkmış, kitle ise arka planda yer almıştır. İletişim artık bireysel düzeye inmiştir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal siteler ve Xing, LinkedIn gibi iş amaçlı ağlarda kişiler sosyalleşerek yeni insanlarla tanışmakta, bu ağlarda kurulan gruplarda yazılan mesajlarla insanlar kendi gündemlerini oluşturmakta, yerel ve küresel konulardaki düşüncelerini, ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra insanlar kendi internet veya blog sayfalarını açabilmekte ve medya kuruluşlarının blog sitelerine üye olarak seslerini geniş kitlelere duyurabilmektedirler.²⁶

Son teknolojilerden olan akıllı cep telefonları sayesinde, internet aracılığıyla nerede olursak olalım istediğimiz anda dünyanın herhangi bir yerinde biriyle saniyeler içinde iletişime geçebiliriz. Bu nedenle, McLuhan'ın Global Köy teorisinin, günümüz teknoloji çağı dünyasında realiteye dönüşerek tam anlamıyla hayat bulunduğunu söyleyebiliriz.

1.2.3. Bilgi Açığı Teorisi

Bilgi Açığı teorisi ilk kez 1970'de Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Minnesota Üniversitesi akademisyenleri, başta Phillips J. Ticheneor olmak üzere George A. Donohue ve Clarice N. Olien'in "Kitle Medyasının Akışı ve Bilgideki Farklı Büyüme" isimli çalışma ile beraber ortaya çıkmış bir yaklaşımdır. İlerleyen yıllarda bu yaklaşımla ilgili olarak birçok çalışma yapılmıştır. Bilgi uçurumu, bilgi açığı veya bilgi farkı gibi isimlerle de anılan Bilgi Açığı teorisinin ana varsayımı Şekil 1.3.'te gösterilmektedir.²⁷

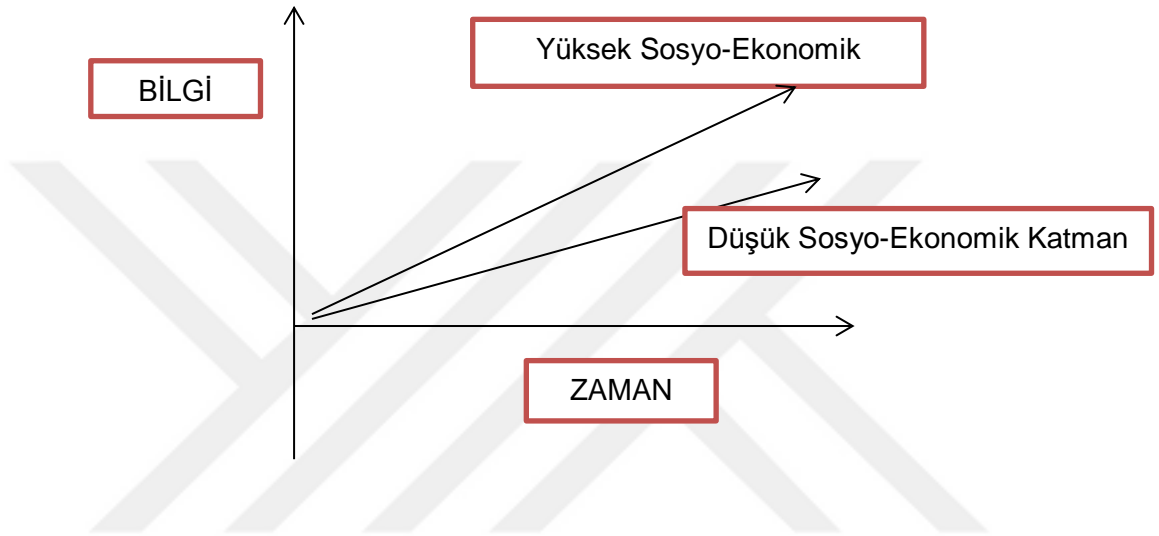
Bilgi Açığının temel varsayımı, bilgi kaynaklarının orantısız bir şekilde dağılımıyla ilgilidir ve teknolojilerin gelişmesi sonucu görüldüğü ileri sürülmektedir.

²⁵ Ahmet Beliktaş, "Global Köyde Küreselleşme ve Bireyselleşme" 2013, https://www.academia.edu/8655651/Global_K%C3%B6yde_K%C3%BCreselle%C5%9Fme_ve_Bireyselle%C5%9Fme, (Erişim tarihi: 13.11.2017)

²⁶ Tanrıöver ve Kırılı, a.g.e., s.138

²⁷ Nurettin Gül ve Hayrullah Yanık, "Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya", *Yeni Medya Akademik E-Dergi*, Sayı:2, 2017, s.2

Bu teknolojilerde meydana gelen zamana bağılı bir gecikme, bilgiyi edinmede eşitsizliğe yol açmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla topluma sağlanan bilgi akışı çoğaldıkça, toplumdaki ekonomik ve sosyal düzeyi yüksek olan katmanlar, düşük olan katmanlara nazaran verilen bilgileri daha hızlı bir şekilde alma eğilimi göstermektedirler. Dolayısıyla bu katmanlar arasında ortaya çıkan bilgi açığında artış yönüne doğru bir eğilim görülmektedir.²⁸



Şekil 1.3. Bilgi Açığı Teorisi²⁹

Günümüzde yeni medya çağında ise, oldukça fazla bilgi ve bilgi kaynağının bulunmasıyla birlikte bilgi açığının da oluştuğu belirtilmektedir. Elektronik medyada çok fazla seçenek olması daha fazla habere ulaşmak manasına gelmediği ileri sürülmektedir. Bir araştırmada, toplum her kesimi haberlere eşit seviyede ulaşsa bile, eğitim seviyesi yüksek kişilerin, daha az eğitilmiş kişilere göre daha fazla bilgi edindikleri ve bu nedenle bilgi açığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yeni medyayla ilgili bir başka çalışmada, farklı medyalarda bilgiye ulaşan kişilerin farklı içerik ve düşüncelere sahip oldukları ve böylece yatay yönlü bir bilgi açığının oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka deyişle, izleyiciler kendileriyle aynı fikirde olan medya yayınlarını takip etmektedir. Bunun sonucunda her bir medya aracı kendi ideolojileri doğrultusunda bilgi verdiği için aynı konuda farklı bilgiler alınmakta ve böylece yatay yönlü bir bilgi açığı ortaya çıkmaktadır.³⁰

²⁸ Kartal, a.g.e. s.1

²⁹ Gül ve Yanık, a.g.e., s.2

³⁰ Gül ve Yanık, a.g.e., s.8

Geleneksel medyada tek yönlü iletişimin ve medya araçlarının sınırlı olmasından dolayı toplumun her kesimine aynı bilgiler, aynı mesajlar verilmekteydi ve bireyler pasif konumdaydı. Ancak günümüz internet çağında hem bireylerin kendisini ifade edebileceği ve iletişime geçeceği mecralar ortaya çıktı hem de bilgi edinebilecekleri medya araçları çoğaldı. Bu nedenle bilgi açığının daha fazla ortaya çıkmasında teknolojik gelişmelerin katkısı olduğu söylenebilir.

1.3. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Yazının icadıyla başlayan iletişim şekli ve iletişim araçları, tarihsel süreç içerisinde sürekli gelişim göstererek günümüzde var olan internet ve sosyal medyaya kadar uzanmaktadır. Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından birisi olan iletişimin daha kolay ve etkili bir şekilde sağlanabilmesi için çeşitli icatlar geliştirilmiştir. İcat edilen yeni iletişim araçları insanlar ve kitleler arasında mesafeyi ortadan kaldırmıştır. Böylece geleneksel medyanın ardından yeni bir iletişim çağını başlatan yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya ortaya çıkmıştır. 1990'larda internetin gelişmesi birlikte yeni medyada hız faktörü öne çıkmış ve iletişimde sınırlar ortadan kalkmıştır. İnternet üzerinden iletilerin depolanabildiği, kişiler arasında iletişimin sesli ve görüntülü bir şekilde eş zamanlı olarak sağlanabilmesi internetin en önemli gelişmesi olmuştur.³¹ İnternet tabanlı sosyal medya uygulamalarına toplumun ilgisi çok büyük olmuştur.

Sosyal medya, çevrimiçi olarak en yüksek değerde paylaşımların yapıldığı topluluk grupları ve sosyal ağlardan oluşmaktadır. Sosyal medya üzerinden kullanıcılar arasında interaktif bir etkileşim ve iletişim söz konusudur. Bu uygulamalar üzerinden yer ve zaman sınırı olmadan içerik, video, ses, resim ve yazılı mesaj gibi çeşitli şekillerde iletişim kurulabilmektedir. Genel bir ifadeyle belirtmek gerekirse, insanların internet üzerinden karşılıklı olarak yaptığı diyaloglar ve içerik paylaşımları sosyal medyayı oluşturmaktadır.³²

Türkiye'de internet kullanımı 90'ların sonlarında, dünyada ise başlarında yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye'de İlk internet bağlantı hızı çok düşük olan 144 k/s idi ve en önemli tarayıcı ise, Netscape'ti. Sosyal medyada ise,

³¹ Bostancı, a.g.e., ss.48-49

³² Vural Akıncı vd., (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382, s.3351

internet üzerinden canlı sohbet ile ilgili ilk uygulama IRC (Internet Relay Chat)'dir. IRC uygulamasında birden fazla kanal kurulabiliyor ve kanallara üye olanlar birbirleriyle sohbet edebiliyorlardı. Türkiye'de ilk IRC server'ı ise, 1994 yılında akademik çevreye hitap eden irc.metu.edu.tr sohbet uygulaması olmuştur.³³

Günümüzde iletişim alanında en fazla kullanılan sosyal medyaya, akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte erişimi daha kolay ve hızlı bir şekilde sağlanmaya başlamış ve gündelik hayatımızın her alanında kullanılır hale gelmiştir.³⁴ We Are Social ve Hootsuite hazırladığı "Digital in 2017 Global Overview" raporunda 238 ülkede yapılan araştırma sonucu mobil ve sosyal medyanın kullanım oranlarıyla ilgili veriler yayınlanmıştır. Bu raporda dünyanın toplam nüfusu olan 7.476 milyarın 3.773 milyarı aktif olarak internet kullanmaktadır. Sosyal medya kullanan kişi sayısı 2.789 milyar, akıllı telefonlar üzerinden sosyal medyayı kullanan kişi sayısının ise 2.549 milyar olduğu belirtilmiştir. Türkiye'de ise, sosyal medya kullanan kişi sayısı 48 milyon olarak verilmiştir. Raporda, cep telefonu kullanan 71 milyon kişinin 42 milyonu akıllı telefonlar üzerinde sosyal medyayı kullandığı tespit edilmiştir. 2016 verileri ile karşılaştırıldığı zaman Türkiye'de sosyal medya kullanım oranı, % 4 oranında artış göstererek 6 milyon artmıştır. Ayrıca Türkiye'de kullanıcılar gün içinde ortalama üç saatini sosyal medyada geçirmektedir. En çok kullanılan sosyal medya kanalları arasında birinci sırada Youtube, ikinci sırada ise az bir farkla Facebook gelmektedir.³⁵

Her sosyal medyanın kendine özgü özelliklerin bulunmasıyla birlikte, genel anlamda özellikleri de bulunmaktadır. Bu özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır;³⁶

1. Kişisel Profil Oluşturma
- 2.Çevrimiçi Bağlantı Kurma
- 3.Çevrimiçi Topluluk Gruplarına Katılma
- 4.Çevrimiçi Bağlantılarla İletişim
- 5.İçerik Paylaşımı
6. Düşüncelerini İletme

³³ Fatih Özutku, vd., **Sosyal Medyanın ABC'si**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2014, ss.48-52

³⁴ Saliha Gökçe Tekbıyık, "Sosyal Medyanın Toplumsal Olaylardaki Gücü; Türkiye'de 15 Temmuz 2016 Darbe girişimi". T.C. Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, 2016, s.3

³⁵Dijital Ajanslar. (2017, Şubat 6). "İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017", Dijital/Ajanslar web sitesi :<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/> adresinden alındı (Erişim tarihi: 26.09. 2017).

³⁶ Bostancı, a.g.e., s.53

7.Bilgiler Bulma

8.Kullanıcıları Tutma

Sosyal medyanın genel olarak kullanıcılara sunduğu imkânlar ise; ³⁷

1. Açık veya yarı açık profil oluşturma,
- 2.Kullanıcı listesi oluşturarak paylaşımda bulunma,
3. Listelerindeki ve diğer kullanıcıların hareketlerini listeleme şeklinde sıralanabilir.

Web medya strateji uzmanı ve yazar Anthony Mayfield, sosyal medyanın karakteristik özelliğini beş başlıkta açıklamıştır. Bunlar; ³⁸

- Katılım: Sosyal medya platformlarına herkesin katılımına ve geri bildirimde bulunmasına teşvik eder. Böylece içerik üreticisi ve kullanıcı arasında var olan çizgiyi bulanıklaştırır.
- Açıklık: Kullanıcıların katılımına ve geribildirim vermelerine olanak sağlayan sosyal medya siteleri, oylama, yorum yapma ve paylaşımda bulunma konularında kullanıcıları teşvik eder. İçeriğin engellenmesi ise çok nadir görülen bir durumdur.
- Görüşme: Geleneksel medya tek yönlü yayın ile ilgiliyken, sosyal medyada karşılıklı bir iletişim söz konusudur.
- Topluluk: Sosyal medya topluluk oluşumlarına hızlı ve etkili bir şekilde olanak sağlar. Örneğin siyasi bir konu ya da sevilen bir TV programı ile ilgili paylaşımların yayınlandığı siteler.
- Bağlantılılık: Birçok sosyal medya sitesi kullanıcıların ilgi alanlarıyla ilgili konuların yer aldığı başka sitelerin linkini vererek diğer sitelere bağlantı yapmalarını sağlamaktadır.

Sosyal medya platformlarının büyük bir çoğunluğu ücretsiz hizmet vermekte ve bunun yanı sıra kullanıcıların erişim ve gizlilikle ilgili düzenlemeler yapmalarına imkân tanımaktadır. ³⁹

Sosyal medya insanlara özgürlük tanımaktadır. Ancak, bireylerin sosyal medyada paylaştığı içeriklerle ilgili hukuki sorumlulukları bulunmaktadır. Ülkemizde

³⁷ Bostancı, a.g.e., s.53

³⁸ Göksu, a.g.e., ss.20

³⁹ Göksu, a.g.e., ss.21

sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlarda hukuki sorumluluğun kapsamı aşağıdaki şekildedir;⁴⁰

- 5651 Sayılı Kanun'un 4/1 Maddesine göre "İçerik sağlayıcı, internet ortamında paylaştığı her türlü içerikten sorumludur."
- Sosyal medya kullanıcıları paylaştığı içeriklerin hem cezai hem de hukuki sorumluluğu bulunmaktadır.
- Başkasının paylaştığı hukuka aykırı bir paylaşım beğeni yapan kişi, paylaşım yapmadığından dolayı herhangi bir hukuki sorumluluğu bulunmaktadır.

Sosyal medya, kitleleri belirli platformlarda bir araya getirerek etkileşimli iletişim olanağıyla organize olmalarına imkân sunmaktadır. Bunun sonucunda kamuoyu oluşumuna ve siyasete yön vermede bu tür ağların etkili birer araç olduğunu söyleyebiliriz.

1.3.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreçleri

Medya kelimesinin anlamı Latince ortada bulunan, aradaki ya da araç anlamında gelen medium sözcüğünden gelmektedir. Günümüzde bu kelime yaygın bir şekilde kitle iletişim araçları için kullanılmaktadır. Dijital teknolojinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan sosyal medya ile bu kelimeye "ortam" anlamı da yüklenmiştir.⁴¹

İnternet teknolojisi, ortaya çıkışından günümüze kadar değişim evreleri geçirmiştir. Teknik anlamda bu değişimler; Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 şeklinde isimlendirilmiştir. İnternetin ilk ortaya çıktığı dönemden Web 2.0'a kadar olan dönem Web 1.0 olarak adlandırılıyordu. Bu evrede internet sitelerini ziyaret etmek, fotoğraflara bakmak, e-posta atmak ve sohbet etmek mümkündü. Kullanıcılar tüketici konumundaydı ve içerik üretebilmek birtakım eğitim ve beceri gerektirmekteydi. 2004 yılında Web 2.0'nin geliştirilmesiyle birlikte insanlar kolayca içerik üretme ve paylaşımlarda bulunmaya başladı. Böylece kontrol kullanıcıların eline geçmiştir. Web 3.0'da sistemler arası veri alışverişini otomatik olduğu ve

⁴⁰ Derinözlü, "Sosyal Medyanın Siyasi Seçimler Üzerindeki Etkileri", <https://www.slideshare.net/CenkDerinozlu/sosyal-medyan-siyasi-seimler-zerindeki-etkileri>, 2015, s.1, (Erişim tarihi: 27.11.2017)

⁴¹ Özutku, a.g.e., s.9

kullanıcıların daha az işlem yaparak istediği bilgilere ulaşma imkânı veren bir teknolojidir. Web 3.0 üzerinde yapılan çalışmalar hala devam etmektedir.⁴²

Toplumdaki bireylerin iletişime aktif bir şekilde katılımını sağlayan, Web 2.0 olarak da adlandırılan sosyal medyada Web üzerinde bilgilerin paylaşımı çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Sosyal medyadan önce tek yönlü kullanılan Web 1.0. tabanlı teknolojiyi kullanan geleneksel medya hüküm sürmekteydi. Günümüzde Web 2.0.'ın sosyal hayata girmesiyle birlikte insanlar özgür bir şekilde kendi içeriğini oluşturmakta, bu içerikleri istediği gibi yayınlayabilmekte ve istediği kişilerle paylaşma olanağına sahip olmaktadır.⁴³ Web 2.0, 2004'de kullanılmaya başlayan bir tanımlama olup, ikinci kuşak internet hizmetleri olan sosyal paylaşım ağlarını, wikileri, video paylaşım sitelerini bir başka deyişle, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi ifade etmektedir.⁴⁴

Web 1.0.'da kullanıcılar pasif bir durumdayken, Web 2.0.'da kullanıcılar teknik bir engelle takılmadan istediği şekilde içerik düzenleyebilmekte, insanlarla etkileşimini sağlayan ve ortak kullanım alanı olan uygulamalardan yararlanabilmektedir. Sosyal medya platformunda insanların olaylardan haberdar olmalarını ve bu sürece dahil edilebilmeleri sağlayan birçok yazılım ve uygulama ortaya çıkmış ve kısa sürede yaygınlaşmıştır. Sosyal medya sitelerinden Wikipedia, Ekşi Sözlük, Facebook ve Twitter gibi siteler en popüler siteler arasında yer almıştır.⁴⁵

Sosyal medyanın, sosyal hayatta bu denli yer edinmesi Web 2.0. sayesinde olduğu için bu iki kavramın birbirlerinin yerine kullanımı da sıkça görülmektedir. Ancak Web 2.0 teknoloji ile yazılımsal boyutu ifade ederken, iletişimde sosyal boyutu oluşturan kısmı ise sosyal medya olarak adlandırılmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların teknolojik ağlar üzerinden interaktif iletişimi sağlayan araçların ve uygulamaların tamamını kapsamaktadır. Bu nedenle sosyal ağlar yerine toplumsal

⁴² Bostancı, a.g.e., ss.51-52

⁴³ Çetin Kılıç, Gündem Belirleme Kuralı çerçevesinde Siyasal Karar verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi, T.C. Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Medya ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı, İstanbul, 2015, s. 47, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**

⁴⁴İhsan Karlı, "Medya Kuruluşları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanır?". (T.C Marmara Üniversitesi, Dü.) **International Conference of New Media and Interactivity Bildiri Kitabı**, İstanbul, 2010, s.204

⁴⁵ Vahap Göksu, , **Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, 2016, ss.14-16

paylaşım siteleri, sosyal paylaşım siteleri ve sosyal ağ siteleri gibi kavramlar da kullanılmaktadır.⁴⁶

Sosyal medyanın tarihsel geçmişine bakıldığı zaman, ilk sosyal medya sitesi 1997’de yayına başlayan sixdegree.com sitesi olmuştur. Bu site, kullanıcılarına profil oluşturma, arkadaş listesi hazırlama, ileti gönderme ve diğer kullanıcılarla iletişim kurma imkânı sağlamaktaydı. 1997 ve 2001 yılları arasında kullanıcılarına profil ve arkadaş listeleri oluşturma gibi özellikleri destekleyen AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente gibi topluluk siteleri ortaya çıkmıştır. 2001’de ise kullanıcıların iş ağlarını geliştirmelerine olanak sağlayan Ryze.com sitesi faaliyete geçmiştir. 2003 ve 2004 yıllarında farklı içeriklere sahip sosyal medya platformlarının sayısında hızlı bir artış görülmüştür. Aşağıda tablo 1.1.’de 1997’den 2011 ‘e kadar⁴⁷ ve 2012’den günümüze kadar⁴⁸ kurulan sosyal medya siteleri kuruluş yıllarına göre sıralanışı yer almaktadır.

Tablo 1.1.Sosyal Medya Araçlarının Tarihsel Sıralaması⁴⁹

Kuruluş Yılları	Sosyal Medya Araçları
1997	SixDegrees
1999	AsianAvenue, BlackPlanet, liveJournal, Blogger
2000	LunarStorm, Migente
2001	Cyworld, Ryze, Wikipedia
2002	Skyblog, Last.fm, Friendster, Fotolog
2003	Linkedin, MySpace, Hi5, Couchsurfing, Xing, Secondlife
2004	Facebook (Harvard), Flickr, Catster, Digg, Orkut
2005	Youtube, Yahoo360, Ning, Wordpress, Bebo
2006	Facebook, Twitter, WindowsLive Space, Vk
2007	Tumblr
2009	Foursquare
2010	Instagram, Pinterest, Weibo
2011	Google+
2012	Vine, Pheed, Thumb, Tinder
2013	Medium, Kleek, Viddy
2014	Atmospheir, Learnist
2015	Periscope, Scorp

⁴⁶ Göksu, a.g.e., ss.17-19

⁴⁷ Bostancı, a.g.e., ss.56

⁴⁸ GizemTaş, " Sosyal Medya Tarihçesi", <http://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/>, 2015, s.1, (Erişim tarihi:17.12.2017)

⁴⁹ Bostancı, a.g.e., s.57

Günümüzde sosyal medyanın platformlarından öne çıkan Youtube'ın, yayın içeriğini kullanıcının belirlediği geniş bir televizyon ağına, bloglar köşe yazarlarının gazetelerine ve Twitter ise son dakika dünya haberlerinin takip edildiği bir haber ajansına dönüştüğü görülmektedir.⁵⁰

1.4. SOSYAL MEDYA İLE GELENEKSEL MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR

1970'li yıllardan itibaren, teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler yeni medyanın ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Bu dönemde, bilgisayar ortamında iletişim şeklinin yaygınlaşmasıyla birlikte iletişim sistemleri arasındaki keskin farklar ortadan kalkarak kitle iletişim araçları, telekomünikasyon ve bilgisayar sistemleri iç içe geçmiştir. Günümüzde ise bu alanların bütünleşmesiyle Yeni Medya, Bilişim Teknolojileri ya da Bilgi ve İletişim Teknolojileri olarak adlandırılan sistemler iletişim sektöründe hâkim konuma gelmiştir. Yazılı basın, radyo yayıncılığı, film endüstrisi ve televizyon yayıncılığı ise bu dönemde geleneksel medya olarak adlandırılmıştır. Birçok bilim insanı ortaya çıkan yeni medya kavramını farklı kriterler üzerinden tanımlamaya çalışmıştır. Bazıları medyanın teknolojik yönlerini ön plana çıkarırken, bazıları da geleneksel medya ile ilişkilendirmiştir.⁵¹

Yeni medyanın, bir diğer deyişle sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılan en önemli özelliği, iletişimde interaktif bir etkileşimin söz konusu olmasıdır. Geleneksel medyada bireylerin iletişim sürecine katılımı sınırlı ölçüde gerçekleşirken, yeni medyada kullanıcılar iletişim sürecinde aktif olarak karşılıklı etkileşimde bulunabilmektedir. Sosyal medyanın bir diğer özelliği kitesizleştirme özelliğine sahip olmasıdır. Yani kullanıcılar istedikleri kişilerle istedikleri her an veri alışverişinde bulunabilmektedir. Daha açık bir ifadeyle, kullanıcıların bireylere ya da belirli guruplara özel-genel iletiler gönderme-alma, zaman ve mekân seçme özgürlüğü, aynı iletiyi farklı kullanıcılara veya guruplara yollama imkânına sahip olmasını ifade etmektedir. Son özellik olarak da yeni medya, eş zamansız olabile

⁵⁰ Bostancı, a.g.e., s.55

⁵¹ Celalettin Aktaş, *Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması*. (E. Gülbuğ, Dü.) Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2007, s.1

özelliğine sahiptir. Kullanıcılar istedikleri zaman iletişimi başlatabilmekte, dondurabilmekte veya sonlandırabilmektedir.⁵²

Gazete ve televizyon gibi geleneksel medya araçları bilgiyi kitlelere ulaştırmak için maddi kaynağa ihtiyaç duyarken, sosyal medya araçları bilgiyi yayınlamada veya bilgiye erişimde herhangi bir ücret talep etmemektedir ve bu sitelere herkes ulaşabilme imkânına sahiptir. TV yayını yapmak için zorunlu bir lisansa ihtiyaç olmaması bu duruma örnek gösterilebilir.⁵³

Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran birtakım özellikler bulunmaktadır. Bu özellikleri aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz.

- Sosyal medya içeriklerden oluşmaktadır ve bu içeriklerin her biri kaynaktır.
- Geleneksel medyada içeriği üreten başkası, tüketen kullanıcılarıdır. Sosyal medyada içeriği hem üreten hem de tüketen kullanıcılarıdır.
- Sosyal medyada çift yönlü, eş zamanlı ve interaktif bir iletişim söz konusuyken; geleneksel medyada gazete ve dergi gibi basılı yayınlarda bu özellikler bulunmamaktadır.
- Sosyal medya, geleneksel medyada olduğu gibi bir maliyeti yoktur ve zaman sınırlaması söz konusu değildir.
- Sosyal medya hızlıdır ve anında kitlelere ulaşım imkânı sağlamaktadır. Haberlerin ulaşması ve algı oluşması konusunda hız bakımından oldukça büyük fark bulunmaktadır.
- Sosyal medya geleneksel medyaya göre daha geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır.
- Sosyal medya sansür ve filtreleme söz konusu olmadığı için daha özgür bir platformdur.⁵⁴

⁵² Fırat Ata, "Yeni Medyada Gerçeğin Yeni İnşacıları: Okurlar", T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı Konya, 2015, ss.10-11 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

⁵³ Mesut Karaçay, *Sosyal Medyanın Sosyal ve Ekonomik Hayata Etkileri* <http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/sosyal-medyan-sosyal-ve-ekonomik.html> adresinden alındı., Eskişehir, 2012, s.6, (Erişim tarihi:27.09.2017)

⁵⁴ Özutku, a.g.e., ss.83-84

1.5. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI

Sayıları her geçen gün artan sosyal medya araçları işlev ve içerik bakımından değerlendirildiğinde çok geniş bir alanı kapsadığı görülmektedir. Bu nedenle benzer özellikler gösteren sitelerin sınıflandırılması yoluna gidilmiştir.⁵⁵ Sosyal medya araçlarının sınıflandırılması yapıldığında ilgili sitelerin kullanım amacı, işlevi ve içeriği göz önünde bulundurulmuştur.

Sosyal Medya araçlarının sınıflandırılması aşağıdaki şekildedir; ⁵⁶

- Sosyal Ağlar
- Bloglar
- Microbloglar
- Wikiler
- Podcastler
- Medya Paylaşım Siteleri
- Sosyal Haber Siteleri
- İnternet Forumları
- Sanal Dünyalar
- Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri.

1.5.1. Sosyal Ağlar

Günümüz dünyasında çok sayıda sosyal ağ sitelerinin ortaya çıkmasıyla insanlar arasındaki iletişim şekli, etkileşim, iş birliği ve bilgi edinme süreci yeniden şekillenmiştir. Her yaş grubundan insanlar sosyal sitelere çeşitli amaçlarla katılmakta ve gittikçe katılan kullanıcı sayısı artmaktadır. Sosyal ağların bu büyük gelişimi, özel hayatın başka bireylerle paylaşılması oldukça dikkat çekici olmuştur. Aynı zamanda sosyal ağlar, güncel olayların ve haberlerin paylaşımı yönüyle de önemli bir haber alma kaynağı olmuş durumdadır.

Sosyal ağ, sosyal teknolojiler vasıtasıyla insanlar tarafından kullanılan etkinlikler bütünüdür. Sosyal ağ siteleri, sınırları belirlenmiş bir sistem içerisinde bulunan kullanıcı bilgilerinin diğer kullanıcıların erişimine açık ya da kısmen açık olduğu, ağ içerisinde yer alan diğer kullanıcıların listelendiği ve bütün kullanıcılar arasında paylaşımların yapılabildiği web tabanlı hizmetlerin bütünü

⁵⁵ Göksu, a.g.e., s.21

⁵⁶ Bostancıoğlu, a.g.e., s.58

şeklinde tanımlanmaktadır. Sosyal ağlarda, yapılan paylaşımlar sosyal içerik olarak adlandırılır. Sosyal içerik türlerine ses dosyası, video, resim, sunu, web siteleri, etkinlik, duyuru ve diğer medya araçları örnek gösterilebilir.⁵⁷

Sosyal ağ kavramı, ilk kez 1954'de Barnes tarafından, bireyin çevresinde bulunan diğer insanlarla olan karşılıklı ilişkilerini tanımlamak maksadıyla kullanılmıştır. Günümüzde ise internet teknolojisinin hayatımıza girmesiyle birlikte sosyal ağ kavramı, web ortamında interaktif bilgi paylaşımını ve değişimini gruplayan uygulamalar dizisi şeklinde tanımlanmaktadır. Bir diğer tanıma göre sosyal ağlar; insanlar ve topluluklar arasındaki interaktif etkileşimi kolaylaştıran sosyal ilişkiler oluşumunu sağlayan yazılımlardır.⁵⁸

Günümüzde sosyal ağlar olarak nitelendirilen Facebook, Twitter, Friendfeed, MySpace, YouTube, Bebo, Friendster vb. gibi sitelerin iletişim anlamında ilk başlangıcının ICQ, IRC, Yahoo Messenger ve MSN Messenger'a dayandığını söylebiliriz. Ancak günümüzdeki sosyal paylaşım ağlarından farklı olarak bu ortamların anlık haberleşme işlevinin ve kullanıcı datalarının kayıt altına alınabileceği bir alana sahip olmadığı bilinmektedir.⁵⁹

Bostancı'ya göre, sosyal medya ile sosyal ağ kavramlar genellikle birbirleriyle karıştırılmaktadır. Sosyal ağlar, sosyal medyanın çatısı altında büyük bir sınıfı temsil ederken aynı zamanda sosyal ağ araçları, diğer sosyal medya araçlarının özelliklerini de kapsayan hizmetler sunmaya çalışmaktadır. Bu nedenle bir sosyal ağ sitesi aynı zamanda bloglama, fotoğraf, video ve konum belirleme gibi içeriklerin paylaşımını destekleyebilir. Dünya çapında en çok kullanılan sosyal ağ sitesi Facebook olmakla birlikte, LinkedIn, Google+ ve Hi5 diğer popüler sosyal ağ siteleridir.⁶⁰

Günümüzde farklı kullanıcı gruplarını hedefleyen birçok sosyal ağ sitesi bulunmaktadır. Bunlardan bazılarını aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz;⁶¹

⁵⁷Yasemin Gülbahar vd., Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. **XV. Türkiye'de İnternet Konferansı**. İNETD Derneği ve T.C. İstanbul Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, İstanbul, 2010, s.1

⁵⁸Kadir Bilen, vd., Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği. **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, 3(1), 115-123, 2014, s.116

⁵⁹ Karlı, a.g.e., s. 203

⁶⁰ Bostancı, a.g.e., s.66

⁶¹ Fatih Sönmez, Sosyal Medyanın, Z kuşağı Tüketicilerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. T.C. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi ve Pazarlama Programı, Manisa, 2016, s.27, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi**)

- Genel kullanıma açık sosyal ağlar: Facebook, Google+, MySpace
- Profesyonel ağlar: LinkedIn, Xing.com, Ryze
- Etnik sosyal ağlar: AsianAve(Asya kökenli kişilere yönelik),
- Flört ağları: Flirtic.com, Yonja.com, islamievlilik.com
- Çalışan kadınlara yönelik ağlar: wibn.co.uk, cdbizwomen.com, viwbn.org
- Yerel ağlar: ResidentsHQ.com
- Dini inançlara yönelik siteler(MyPraize.com, MuslimSocial.com)
- Diğer ağlar gibi siteleri örnek gösterebiliriz.

Dünyada en fazla kullanılan sosyal ağ sitesi Facebook'tur. Facebook, kayıtlı iletilerle kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmalarını, gruplara katılımlarını ve diğer kullanıcılarla kaynak paylaşımını sağlayan çevrimiçi bir sosyal ağ yazılımıdır. Kullanıcılar Friendster, MySpace gibi diğer çevrimiçi ağlarda olduğu gibi bir profil oluşturarak arkadaş edinebilir, izin dahilinde profillere ya da sosyal içeriklere yorum yazabilirler.⁶²

Facebook'u eski bir Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Marc Zuckerberg, Andrew McCollum ve Eduardo Saver'in da yardımlarıyla 4 Şubat 2004'te "The Facebook" adıyla kurulmuştur. Kısa bir süre içerisinde Harvard öğrencilerinin yarısından fazlası Facebook'a üye olmuştur. Kullanımı gittikçe yaygınlaşmaya başlayan Facebook, Boston'daki diğer üniversite öğrencilerini de üye olarak kabul etmeye başlamıştır. 2004'ün Aralık ayında kullanıcı sayısı bir milyona ulaşmıştır. Sitenin ismi 2005 yılında Facebook.com olarak değiştirilmiştir. Site, 2005'in sonunda, ABD, Kanada, Meksika, İngiltere, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda'daki 25.000'in üzerinde üniversite sisteme dahil olmuştur. Eylül 2006'da ise 13 yaş üzeri ve e-posta adresine sahip bütün İnternet kullanıcılarını üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Bugün Facebook, dünyada en fazla kullanılan sosyal paylaşım sitesi konumundadır ve dünyada Google'dan sonra gelen en önemli sitedir.⁶³

⁶² Gülbahar, a.g.e., s.3

⁶³ Karlı, a.g.e., s.205



Resim 1.1. Facebook Giriş Sayfası⁶⁴

Araştırma şirketi We Are Social ve Hootsuite hazırladığı “Digital in 2017 Global Overview” raporunda, dünya genelinde sosyal medya alanında Facebook %57 kullanıcı oranıyla, %65 orana sahip olan Youtube’dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye’de ise, Facebook kullanıcı sayısının 48 milyon olduğu ve bu rakamın %88’in mobil üzerinden Facebook’u kullandığı belirtilmiştir. Dünya istatistiklerine göre, Facebook’u en fazla kullanan ülkeler arasında Türkiye 7. Sırada, dünyadaki şehirler arasında ise, İstanbul 5. sırada yer almıştır.⁶⁵

1.5.2. Bloglar

1995 yılında Jorn Barger tarafından Weblog’un kısaltılmış hali olarak ortaya çıkan Blog kavramı; genellikle bir kişinin veya küçük bir grubun işlettiği, resmi olmayan veya sohbet niteliğinde yazıların yazıldığı ve düzenli aralıklarla güncellenen web siteleri ya da web sayfalarıdır.⁶⁶

Bloglar, kişilere ait günlüklerin internet ortamında paylaşıldığı ve yayınlanan içeriklerin yeniden eskiye doğru sıralandığı internet siteleridir. Bloglar kullanıcıların teknik bilgiye ihtiyaç duymadan kolaylıkla yararlanabilecekleri araçlar sunmaktadır. Genellikle kişisel amaçlı kullanılan blogların yanı sıra yemek tarifleri, politika ve fotoğraf gibi belirli tematik konuların yer aldığı birçok blog mevcuttur. Günümüzde birçok kurum ve marka müşterilerle daha samimi iletişim kurmak

⁶⁴ Ne Haber Ankara, “Facebook Hesabınızı Kapatın Uyarısı”, <http://www.nehaberankara.com/haber-arsiv-4253.html>, 2015, (Erişim tarihi: 27.09.2017)

⁶⁵ Dijital Ajanslar, a.g.e., s.1, 2017

⁶⁶ Hüryaşar, a.g.e., s.52

amacıyla bloglar kurmuşlardır. Bloglar aynı zamanda diğer sosyal medya siteleriyle de entegre çalışmaktadır. Bloglar, kullanıcıların işlerini daha kolaylaştıran Blogger, Wodpress, Livejournal ve Blogcu gibi birçok hizmet sunmaktadır.⁶⁷



Resim 1.2. Blog Sayfası⁶⁸

Bloglar, hem görsel hem de işitsel içerikleri desteklemektedir. Okuyucu kitlesine yorum yapma imkânı veren kişiler dışında grupların da faydalanabildiği bir sosyal medya aracıdır.⁶⁹

1.5.3. Wikiler

Wiki kelimesi Hawaii dilinde “hızlı” anlamına gelmektedir. Sosyal medya aracı olan wikiler, kullanıcıların özgür bir şekilde yeni sayfalar oluşturmalarını, düzenlemelerini e birbirine bağlayabilmelerine olanak sağlayan web yazılımlarıdır. Kullanıcılar, açık kaynak kodlarını elde ettiği takdirde ücretsiz yazılımlarla wikiler oluşturabilmektedir. Genel olarak wikiler ansiklopedi amaçlı kullanılsa da bilgi paylaşımı, proje yönetimi, kurumsal iletişim ve eğitim amacıyla da kullanılmaktadır. Wikiler, ses, resim ve filmler ile multimedya sunumlar oluşturulabilmektedir.⁷⁰ Wikileri sağlayan ilk kişi Howard G. Cunningha'nın olduğu bilinmektedir. İlk wiki sayfası WikiWikiWeb'tir (1995). En iyi bilinen wiki ise Wikipedia'dır. 2001 yılında İngilizce

⁶⁷ Bostancı, a.g.e, s.60

⁶⁸ Kuzuloğlu, “M.Serdar Kuzuloğlu Blogu <http://lh5.ggpht.com/-be1k6y66JB4/UYEBbFuDpdI/AAAAAAAAIQ0/f44-nvtB9Rk/s1600-h/m-serdar-kuzuloğlu8.png>, 2013, s.1, (Erişim tarihi: 28.09.2017)

⁶⁹ Göksu, a.g.e., s.21-22

⁷⁰ Bostancı, a.g.e., s.64

sunumu ile başlamış, daha sonra da başka dillerde de Wikipedialar ortaya çıkmıştır.⁷¹



Resim 1.3. Wikipedia Sayfası⁷²

1.5.4. Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri

Sosyal haber siteleri, kullanıcıların paylaştığı içeriklerin sunulduğu ya da sitede yer alan paylaşılmış içeriklerin başka kullanıcılar tarafından oylanarak bu sitelerin ön plana çıkmasını sağlamaktır. Bu sitelerde genelde; son dakika haberleri, “en”lerden oluşan listeler, tarayıcı üzerinden oynanan online oyunlar, tartışma konuları, video ve fotoğraf gibi içerikler bulunmaktadır.⁷³

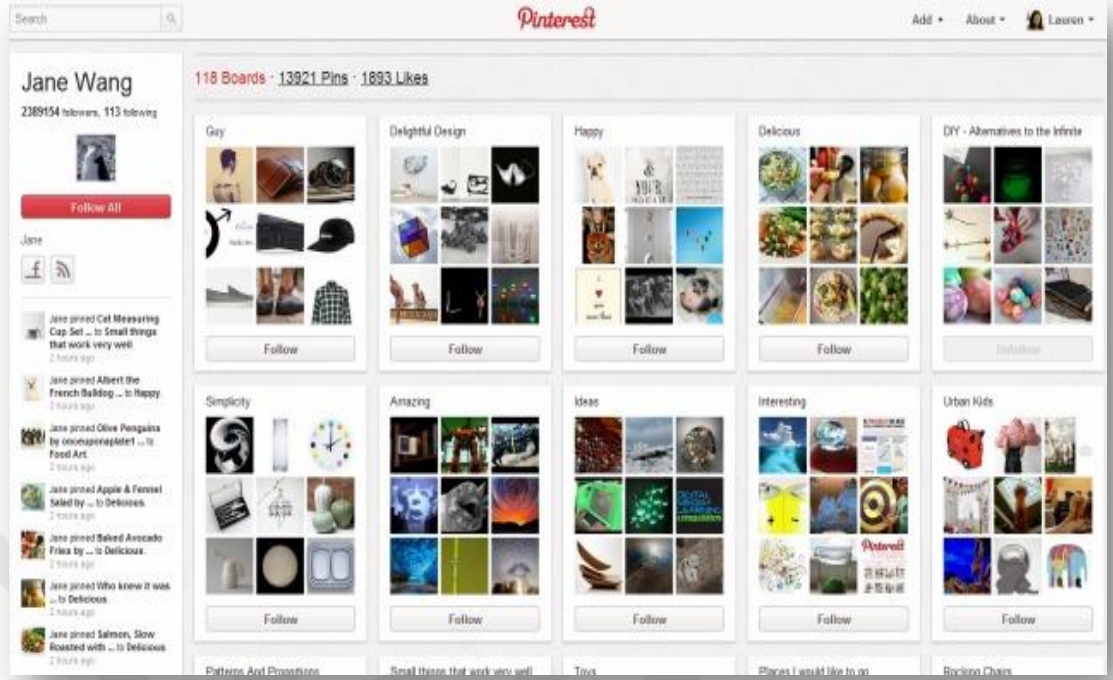
Sosyal işaretleme siteleri ise, kullanıcıların paylaştıkları içerikleri işaretleme yöntemiyle sosyal medyada paylaşma imkânı sağlamaktadır. Kullanıcılar, paylaşımlarını masaüstünde saklamak yerine bu tür sitelerde paylaşmaktadır. Böylece istedikleri zaman kendi paylaşımlarına ve de diğer kullanıcıların yer işaretlerine kolayca ulaşmaktadırlar. En popüler sosyal işaretleme sitesi 2010 yılında hizmet vermeye başlayan Pinterest'tir. Bunun yanı sıra, Del.icio.us, StumbleUpon gibi birçok sosyal imleme siteleri bulunmaktadır.⁷⁴

⁷¹ Hüryaşar, a.g.e., s.61

⁷² University of Oxford,” Wikipedia the Free Encyclopedia”, <http://www.ox.ac.uk/news/2016-01-15-oxford-internet-institute-marks-15-years-wikipedia>, 2016, s.1, (Erişim tarihi: 28.09.2017)

⁷³ Sönmez, a.g.e., s.45

⁷⁴ Bostancı, a.g.e., s.76



Resim 1.4. Pinterest Sayfası⁷⁵

1.5.5. Video ve Fotoğraf Paylaşım Siteleri

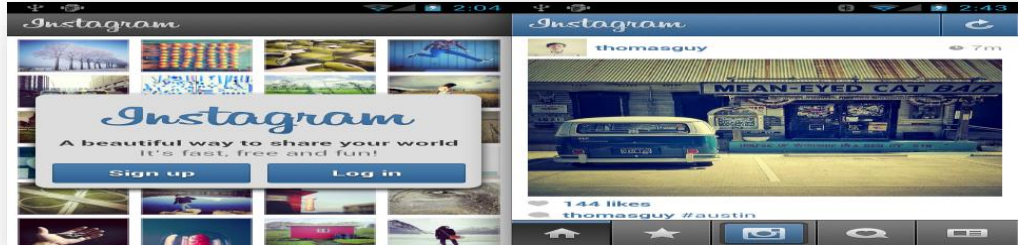
Sosyal medya üzerinde kullanıcılar tarafından karşılıklı iletişim kurularak video paylaşımlarının yapılabildiği, videolara yorum, beğeni ve puan verme gibi özellikleri barındıran sitelerdir. Bireysel kullanıcılar kadar kurumsal kullanıcılar tarafından da sıklıkla kullanılan bu sitelerde yer alan içerikler, kimler tarafından ve ne kadar izlenme oranına sahip olduğuna dair bilgilerin yer alması, kurumsal müşteriler için değerli olmaktadır. Mobil internetin gelişmesiyle birlikte bu içeriklere istenilen zamanda ulaşma imkânı da oluşmuştur. En popüler video paylaşım sitesi Youtube olmakla beraber Dailymotion, Vimeo ve Vine gibi birçok site bulunmaktadır.

⁷⁵ Youbrandinc, "New Pinterest Profile Pages Are Here", <http://youbrandinc.com/marketing-news/social-media/new-pinterest-profile-pages-are-here/>, 2017, s.1, (Erişim tarihi: 29.09.2017)



Resim 1.5. Youtube Sayfası⁷⁶

Fotoğraf paylaşım siteleri ise, sosyal medya kullanıcılarının ilgili siteler üzerinden fotoğraf çekmek, yorum yapmak, beğenmek ve puanlama gibi işlemlerin yapılmasına olanak sağlayan sitelerdir. Profesyonel fotoğraf sitelerinin yanında amatör fotoğrafçıların da paylaşımlarda bulunduğu siteler mevcuttur. Birçok fotoğraf paylaşım sitesi albüm oluşturma, başlık ekleme ve not yazma gibi özelliklere sahiptir. Günümüzde akıllı telefonların yüksek kalitede fotoğraf çekme özelliğine sahip olmasından dolayı mobil uygulamalar üzerinden birçok fotoğraf paylaşım siteleri hızla yaygınlaşmıştır. En popüler fotoğraf sitesi Flickr olmakla beraber, Instagram ve Fotokritik gibi birçok site bulunmaktadır.⁷⁷



Resim 1.6. Instagram Sayfası⁷⁸

1.5.6. Sanal Dünyalar

Sanal dünyalar, gerçek dünyaya benzer görünen, çoğunlukla çoklu kullanıcıya sahip, ağ üzerinden bağlanılan sosyal ağ ve eğlence amaçlı geliştirilmiş, bilgisayar

⁷⁶ Chron, "How to Link a Movie on Your Facebook Status", <http://smallbusiness.chron.com/movie-facebook-status-30035.html>, 2008, s.1, (Erişim tarihi: 30.09.2017)

⁷⁷ Bostancı, a.g.e., ss.68-71

⁷⁸ Mobile Gameroid, "Instagram on Android Now", <https://mobilegameroids.wordpress.com/2012/04/03/instagram-on-android-now-photography/>, 2012,s.1, (Erişim tarihi: 01.10.2017)

üzerinde oluşturulmuş üç boyutlu çevre şeklinde tanımlanmaktadır. Bu ağlarda kullanıcıların her biri bir avatar tarafından temsil edilmektedir. Bu kullanıcılar birbirleri ile sohbet kanalları aracılığı ile yazışabilir ya da sesli iletişim kurabilirler.



Resim 1.7. Match.com Sitesi⁷⁹

Sanal dünyalar, kullanıcıların ilgisini çeken konularla ilgili bilgi edinmelerini, bu ilgi alanlarını diğer kullanıcılarla paylaşarak onları tanımaları, ilgilendikleri konularla ilgili hayaller kurmalarını ve daha sonra bu sanal dünyalarda yaşananları çevrimdışı gerçek dünyada ürün ve hizmetlerin satın alınmalarını sağlayacaktır. Oyun siteleri, reel dünyadan markalar taşıyan karakterlere sahiptir ve ticari mesajlar, oyunların akışı içerisinde yerini almaktadır. Match.com ya da HotJobs gibi evlilik ve iş bulma sitelerin örnek gösterilebilir.⁸⁰

Çalışmanın konusu olan, sosyal medyanın kamuoyu ve siyaset üzerinde etkileri kapsamında öncelikle, bu ilk bölümde kavramsal çerçevede, iletişim ve sosyal medya kavramları ele alınmıştır. Daha sonra iletişim teorilerinden, sosyal medya ile ilişkili olduğu düşüncesiyle; zamana ve mekâna bağlı medya, global köy ve bilgi açığı teorileri konu edinilmiştir. Ayrıca sosyal medyanın ortaya çıkışı ve geleneksel medya ile sosyal medya arasındaki farkların neler olduğuna değinilmiştir. Son olarak da sosyal medya araçları hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir.

⁷⁹ Post Grade Problems, "A Completely Honest Match.com Profile", <https://postgradproblems.com/a-completely-honest-match-com-profile/>, 2014, s.1, (Erişim tarihi: 03.10.2017)

⁸⁰ Hüryaşar, a.g.e., s.100

İKİNCİ BÖLÜM

SİYASET VE KAMUOYUNU YÖNLENDİRMEDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

2.1. KAMUOYU KAVRAMI

Kamuoyu kavramının kesin bir tanımı olmamakla birlikte, 1965'te Amerikalı bilim adamı Harwood Childs zor bir iş üstlenerek, bütün literatür kaynaklarını taramış ve 50'ye yakın kamuoyu kavramının tanımını bir kitapta toplamıştır. 1950 ve 1960'lı yıllarda kamuoyu kavramının sadece bir kurgudan ibaret olduğuna ve bu kavramın kaldırılması gerektiğine dair bir eğilim oluşmuştur. Ancak günlük dil dışında, politika ve hukuk alanlarında da kullanımı yaygın olan kamuoyu kavramının kaldırılması mümkün olmamıştır.⁸¹

Kamuoyu kavramı, en çok sosyal bilimcilerin tarafından tartışılan konulardan birisi olmuştur. Daha önce belirttiğimiz üzere, kamuoyu kavramıyla ilgili literatürde çok farklı tanımların da yer almaktadır. Bu tanımlar esas olarak iki seviyede ele alınmaktadır. Bunlardan ilki, siyaset bilimcilerin; ikicisi de sosyal bilimcilerin kamuoyu kavramına bakışı ve yorumları oluşturmaktadır. Siyaset bilimcilere göre kamuoyu, devletin yasama, yürütme ve yargı organlarının davranışlarını belirleyen veya kanaat önderlerinin belirlediği ve oluşturduğu kurallar olarak açıklanmaktadır. Sosyal bilimcilerin kamuoyu anlayışı ise, bireyin kendisinden hareket ederek düşüncesini ve davranışını birtakım unsurlarla ilişkilendirmesi şeklinde görülmektedir. Bu unsurlar aile, çalışma ortamı, yaşadığı çevre ve de tüm toplumu kapsayan sosyal ortamdır.⁸²

Kamuoyu kavramı Latince'deki "Publieus" ve "Opinion" kelimelerinde batı dillerine geçmiştir. İngilizcede ise "Public Opinion" kelimeleriyle ifade edilmektedir. Türkçede ise, ilk zamanlar efkarıumumiye, halk efkarı, amme efkarı, kamu efkarı gibi sözcükler kullanılmıştır. Günümüzde ise, kamu ve oy sözcüklerinin bileşimiyle kamuoyu olarak tek bir sözcük haline getirilerek kullanılmaya başlanmıştır. Kamuoyu kavramı ilk defa İngiltere'de 1741 yılında "halkın düşüncesi" anlamına gelen "public

⁸¹ Elisabeth Noelle Neumann, "*Kamuoyu Suskunluk Sarmalı Keşfi*", Dost Kitabevi Yayınları, 1998, s.82-83

⁸² Orhan Gökçe, "Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı", *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, Cilt: 14, Sayı:14, 1996, s.211

opinion" olarak kullanılmıştır. Fransa'da ise ilk kez 1744'de J.J. Rousseau tarafından "toplumun tavrı" anlamında kullanılmıştır.⁸³

Kamuoyu olgusu, esasen 20. yüzyılın başlarından itibaren bilim adamları tarafından üzerinde daha çok durulmuştur. Bunun sebebi ise, 18. ve 19. yüzyıllarda başlayan sanayileşme, kentleşme, demokratikleşme, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve okur-yazarlık oranında meydana gelen artış gibi faktörler modern manada kamuoyu olgusunu da beraberinde getirmiştir.⁸⁴

Günümüzde kamuoyu kavramı, modern demokrasinin ortaya çıkmasıyla birlikte gelişme göstermiştir. Kamuoyu kelimesinde yer alan "kamu" kelimesi "grup" ve "oy" kelimesi de "kanaat" anlamındadır. Bir düşüncenin kamuoyu ait olmasının sebebi yalnızca kamu arasında yaygınlaşmış olması değil, aynı zamanda "kamuya ait nesnelere" alakalı olmasıdır. Kamuyu oluşturan bireylerin tamamının aynı düşüncede birleşmesinin mümkün olmamasından dolayı, sadece bir tek kamuoyunun var olmasından söz edilememektedir. Bununla beraber kamuoyu çoğunluğun seçimi ve tutumu ya da birden fazla ve birbirinden farklı kamuoylarının varlığı da görülmektedir. Kamuoyunu, çoğunluğu oluşturan kişilerin seçimleri oluşturmuş olsa da bu gruba katılmayan grupların düşüncelerinin göz ardı edilmemesi zorunlu olmuştur.⁸⁵

Kamuoyu oluşumunu etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar iki başlık altında toplanmıştır. Birincisi, dolaylı yollardan kamuoyunu oluşturan sosyolojik ve psikolojik araçlar; ikincisi de kamuoyunu doğrudan meydana getiren politik aktörler ve medya araçlarıdır. Sosyolojik ve psikolojik araçlar, kamuoyu oluşum devresinde etkilerini göstermektedirler. Bu araçlar aşağıda yer almaktadır;⁸⁶

- Aile
- Eğitim
- Kültür
- Toplumsal kontrol mekanizmaları
- Kanaat
- Motivasyon
- Algı

⁸³ Atabek, a.g.e., s.223

⁸⁴ Atabek, a.g.e., s. 224

⁸⁵ Hasan Yurdakul, "Medya ve siyaset perspektifinden kamuoyu", *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, Cilt:1, Sayı:2,2016, s.82-83

⁸⁶ Yurdakul, a.g.e., s.84

- Tutum gibi faktörler kamuoyunun oluşumunda önemli bir yere sahip olmaktadır.

Bireyin doğup büyüdüğü aile ortamı ve sosyal çevresi kişinin kültürünü, tutumlarının, düşüncelerini ve algılarını etkileyen birincil araçlar olarak görebiliriz.

Kamuoyunu doğrudan oluşturan politik aktörler ve medya araçları ise, aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.⁸⁷

- Gruplar ve partiler,
- Baskı grupları veya örgütler,
- Medyanın psikolojik ve sosyolojik gücü ve etkisi kamuoyunun oluşumunu doğrudan etkilemektedir.

Politik aktörlerin yanı sıra medya ve özellikle de sosyal medya platformları kamuoyu oluşumunu etkileyen araçlar olarak görülmektedir.

2.2. SOSYAL MEDYANIN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Günümüz modern demokratik toplumlarda kamuoyu oluşumunu etkileyen en önemli faktörün kitle iletişim araçları olduğu kabul edilmektedir. Hızlı ilerleme sağlayan teknolojiyle birlikte internet ve sosyal medya araçları diğer kitle iletişim araçlarından daha fazla kamuoyunun oluşumunda etkili olmaktadır. Bir başka deyişle kamuoyu oluşumunu etkileyen en önemli unsurlar kitle iletişim ve yeni medya araçlarıdır. Bu araçların en önemli özelliği, olayları ve yorumları kısa zaman içerisinde geniş kitlelere yayabilmeleri ve böylece toplum bireylerinin düşünce ve tutumlarına yön verebilme imkânına sahip olmalarıdır.⁸⁸

Geleneksel kamuoyu oluşumunda, tek sesli, kontrol edilebilen belirli aktörlerin rol oynadığı bir oluşum söz edilmekteydi. Sosyal medyanın gelişimi ve yaygınlaşmasıyla birlikte çok sesli, muhalif kesimin sesini duyurabildiği ve interaktif iletişimin sağlanabildiği bir alan ortaya çıkmıştır. Böylece kamuoyu oluşumunda yeni bir araç olarak sosyal medya bilimsel araştırmalara konu olmuştur.⁸⁹

Toplumda kendi fikirlerini ifade ederek destek isteyen kişilerin, insanların aktif olarak kullandığı internet mecralarında aktif olmaları gerekmektedir. Aksi takdirde

⁸⁷ Yurdakul, a.g.e.s.85

⁸⁸ Yurdakul, a.g.e., s.88

⁸⁹ Göksu, a.g.e., s.49

kamuoyunun nabzını tutamayan görüşler sığ bir düşünceden öteye gidemez. Düşüncelerin genele aktarılabilmesi için, bireyler kamuoyu desteğine ihtiyaç duyarlar. Bu desteğin sağlanabilmesi için kamuoyunda örgütlenmek ve bu oluşumu yönetebilmek gerekmektedir. Aktif bir şekilde örgütlenmeyi ve kamuoyundaki algıyı yönetebilecek en etkili araç ise sosyal medya araçlarıdır.⁹⁰ Sosyal medya araçlarının kamuoyunu yönlendirmede etkili bir araç olduğunu, Arap Baharı olarak bilinen ve Orta Doğu'daki rejimlere karşı yapılan halk ayaklanmalarında görmekteyiz. Yapılan araştırmalarda, bu olaylardan önce Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube gibi sosyal medya araçları, göstericiler tarafından kitleleri harekete geçirmek ve hareketi dünya kamuoyuna duyurmak için etkili bir şekilde kullanılmıştır.⁹¹

Günümüzde internet ve özellikle de sosyal medya kamuoyu oluşumunda birçok yeni olanaklar sunmaktadır. Gündem oluşturan herhangi bir konuda dayanışma ortamı oluşturmada veya çeşitli toplumsal hareketlerin örgütlenmesinde sosyal medya araçları, geleneksel medya araçlarına göre daha hızlı organize olma ve bilgiyi daha hızlı yayma özelliklerine sahiptir.⁹²

Kamuoyu oluşumunu sağlayan etkenlerin başında, kişisel tutum ve davranışlar, çevresel faktörler, ideolojik fikirler, kültür seviyesi, siyasal kurumlar ve medya araçları yer almaktadır. Kamuoyunun oluşumunda birinci aşama, kitle davranışı dönemidir. İkinci aşama kamusal tartışmaların ve çelişkilerin yer aldığı dönemidir. Son aşaması ise, kurumsallaşmış karar verme dönemidir. Bu aşamada sosyal medyanın rolü oldukça üst seviyededir. Daha sonra elde edilen düşünceye göre olumlu veya olumsuz bir eylem ortaya konulmaktadır. Kamuoyu oluşum sürecinde ve daha sonraki aşamasında, süreci söylemleriyle yönetmeye çalışan kişi ya da grupların yanı sıra, bu kişi veya grupların amaçlarına daha hızlı ve daha kolay ulaşmalarını sağlayacak olan kitle iletişim araçları oldukça önemli rol oynamaktadır. Kamuoyu oluşum sürecinde medya aracılığıyla topluma verilen mesajlar kanaatlerin oluşumunda önemli bir role sahiptir. İletilen mesajlar doğrultusunda insanlar sahip olduğu düşünceyi ya pekiştirmektedir veya ilgili konu hakkında kararını vermesi kolaylaşmaktadır.⁹³

⁹⁰ Hüseyin Yağmur, "Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü", T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kamu Yönetimi Bilim Dalı Konya, 2015, s.45, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**

⁹¹ Köseoğlu ve Al, a.g.e., s.112

⁹² Göksu, a.g.s., s.38

⁹³ Yağmur, a.g.e., s.46

2.2.1. Kamuoyu Oluşumunda Sosyal Medyanın Rolü

Günümüzde teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan çeşitli iletişim imkânları insanların çevreyi algılama ve olayları kritik etme gücünü artırmıştır. İnternette birlikte ortaya çıkan yeni medya araçları, insanların bilgisayar ve mobil cihazlarla üzerinden interneti interaktif bir şekilde kullanmalarına olanak sağlamıştır. Sosyal medya araçları olarak da adlandırılan yeni medya araçları vasıtasıyla, bireylerin çevresinde meydana gelen sosyal, kültürel, ekonomik, idari gelişmeler hızlı bir şekilde yayılmakta ve insanlar tarafından bu içerikler tartışılabilir. Sosyal medya aracılığıyla bireylerin bilgiye kolay bir şekilde erişmesi ve bu bilgileri paylaşması, tartışma zeminini ve grupların oluşturulması, diğer insanların ilgili konu hakkında fikirlerini öğrenmesi ve bunlara kendilerinin de katılabilmesi sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolünü oldukça güçlendirmiştir.⁹⁴

Sosyal medyanın kamuoyunu oluşturan toplumu yönlendirmede etkisi ve rolü giderek artış göstermektedir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde sosyal medya, yönetim paradigmasında yönetimden yönetişime geçişe olanak sağlayan en önemli unsurdur. Sosyal medya özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi kavramların dünya kamuoyunda hızlı bir şekilde yayılmasında güçlü bir iletişim aracı olmaktadır. Gelişmemiş, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke vatandaşları sosyal medya aracılığıyla gelişmiş ülkelerde var olan rahat yaşam koşullarını, özgürlük ve demokrasi düzeyini görmekteler ve kendi yönetimlerine de bu yöndeki taleplerini sosyal medya aracılığıyla iletmektedirler.⁹⁵

Günümüzde milyonlarca site arasından öne çıkan, Google, Facebook, Twitter, Microsoft gibi büyük şirketler sosyal medyayı tekelleştirmiştir. Facebook, Twitter gibi sosyal medya siteleri akıllı telefon teknolojisiyle daha geniş kitlelere ulaşma olanağı bulmuştur. Kapitalist sistemin esas iki unsurundan ilki, kapitalist sistemin daima gelişmiş ülkeler lehine çalışması, ikincisi de sürekli krizlerle karşı karşıya kalmasıdır. Sistemin devamını sağlamak ve krizleri atlatabilmek için her dönem farklı araçlar ve metotlar geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Günümüzde ise toplumda bu amaca hizmet edebilecek en önemli araç sosyal medya olmuştur. Güçlü ülkelerin, sahip olduğu teknolojik olanaklarla ve istihbarat gücüyle sosyal

⁹⁴ Veysel Eren ve Abdullah Aydın, "Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt:16, Sayı:1, 2014, s.197-198

⁹⁵ Yağmur, a.g.e., s.45

medya aracılığıyla, istedikleri ülkede operasyon başlatmak ve istedikleri doğrultuda politikalar üretmek ve iktidar değişikliklerini gerçekleştirmek için karşılarında herhangi bir engel bulunmamaktadır.⁹⁶

Oluşumunda belli aktörlerin yer aldığı, tek sesli ve kontrol edilebilir geleneksel kamuoyu, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte, yerini etkileşimli, çok sesli ve muhaliflerin de kendini ifade edebildiği bir kamuoyuna dönüşmüştür. Sosyal medyanın bu büyük etkisi gören birçok siyasetçi ve devlet kurumu, halk ile daha yakından etkileşimli iletişime geçerek kamuoyu oluşumunda aktif rol almak amacıyla bu platformları kullanmaktadırlar. Sosyal medya özellikle seçim süreçlerinde oldukça etkili olmuştur. Örneğin, 2008 ABD Başkanlık seçimlerinde insanlar adayların Facebook duvarında destekleyici mesajlar, rakip adaylar hakkında alaycı şakalar, soru ve cevap şeklindeki mesajlar paylaşmışlardır. Böylece kamuoyu oluşturmada sosyal medya aktif olarak etkili olmuştur.⁹⁷

Sosyal medyanın kamuoyunu yönlendirmede, “Arap Baharı” gibi siyasi ve toplumsal dönüşümlerde rolü oldukça büyük olmuştur. 2011’de Tunus ve Mısır’daki otoriter rejimlerin yıkılmasında, Bahreyn ve Suriye’de halk hareketlerinin başlamasında sosyal medya platformları etkili olmuştur. Bu süreci başlatan ilk olay Tunus’da Facebook üzerinden örgütlenen “6 Nisan Gençlik Hareketi”nin kısa süre içerisinde on binlerce kişinin desteğini alması olmuştur. Bu süreçte protestoların organize edilmesi ve bu konu hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi sosyal medya aracılığıyla gerçekleşmiştir. Göstericiler isteklerini Facebook’un Al Jazeera kanalı aracılığıyla dünya kamuoyuna duyurmuştur.⁹⁸ İsyanların nedeni ülkede yaşanan sosyal adaletsizlik, işsizlik ve fakirlik olmuştur. Bu hareketle halk sokaklara çıkmış ve 16 Ocak 2011’de Tunus başbakanı Zine al-Abidine Ben Ali ülke dışına kaçmıştır. Böylece halk zafer ilan etmiştir. Bu isyan kısa sürede diğer Arap ülkelerine örnek olmuş ve kısa süre zarfında kuzey Afrika ve Orta Doğuya yayılmıştır. Arap isyanlarında sosyal medyanın halk örgütlenmelerine katkısı nedeniyle Arap isyanları Facebook devrimi ya da Twitter devrimi şeklinde de adlandırılmaktadır.⁹⁹

Dünya’da ilk örnekleri ABD ve Avrupa ülkelerinde görülen, sonrasında Ortadoğu’da meydana gelen ve yayılan, halkların sosyal medya aracılığıyla

⁹⁶ Eren ve Aydın, a.g.e., s.199

⁹⁷ Göksu, a.g.e., s.49-50

⁹⁸ Kılıç, a.g.e., s.74

⁹⁹ Cihan Çıldan, vd., “Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü”, *Uşak Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı* 2012, No:205

örgütlenerek hükümetlere, politikalara ve kapitalist sistemin aktörlerine karşı yapılan protesto gösterilerinin bir benzeri de Gezi Parkı Protestoları ile Türkiye’de meydana gelmiştir. Protestoların nedeni, İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin Taksim Gezi Parkı’nı Yayalaştırma Projesini uygulamaya koymasıyla başlamıştır. Bu haberin sosyal medyada kısa süre içerisinde yayılmasıyla eylemciler Gezi Parkı’na giderek çalışmaları durdurmuşlar ve böylece 28 Mayıs 2013 tarihinden itibaren Gezi Parkı eylemleri başlamıştır.¹⁰⁰

Sosyal medya, bir taraftan bireyi kamusal hayatın merkezine taşıırken, diğer taraftan da gittikçe karmaşık hale gelen devlet ve bürokrasiye karşı insanların örgütlenmesine olanak sağlayarak sivil toplumun gelişimine katkı sağlamaktadır. Sivil toplum ise kamuoyu oluşumunda en önemli aktörlerden birisidir. Bu sebeple sosyal medya sivil toplum oluşumuna katkı sağlayarak, kamuoyu oluşumunda aktif bir rol oynamış olacaktır.¹⁰¹

2.2.2.Sosyal Medyanın Kamuoyunu Yönlendirme Araçları

Toplumlar sosyal medya araçları sayesinde zaman ve mekân sınırı olmadan bilgiye ulaşma ve kendi fikirlerini iletme olanağına sahip olmuştur. Böyle bir ortamda kamuoyunu yönlendirecek birtakım araçlar ortaya çıkmıştır. Bunlar; bilgilendirme, gündem belirleme ve bilgi çarpıtma şeklinde sıralanabilir.

2.2.2.1. Bilgilendirme Rolü

Bütün medya araçları bireyler ve kuruluşlar için önemli birer haber kaynağı ve zengin bir bilgi hazinesidir. Kişiler ve kurumlar ilgi ve ihtiyaçlarına göre, işlerine yarayacak birçok veriye bu kaynaklar aracılığıyla ulaşabilmektedirler.¹⁰²

Günümüzde en önemli medya türü olan sosyal medya, ilk ortaya çıktığı dönemlerde genellikle eğlence ve sohbet amaçlı kullanılmaktaydı. Ancak, zaman içerisinde gösterdiği büyük gelişim ve değişimlerle birlikte reklam alanında, halkla ilişkilerde, bireysel ve kitle iletişimi vb alanlarda aktif bir biçimde kullanılmaya

¹⁰⁰ Eren ve Aydın, a.g.e., s.200

¹⁰¹ Yamar, a.g.e., s.45

¹⁰² Tamer Gencer, “Medyanın Gündem Oluşturma Sürecinde Sosyal Entropinin Rolü Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma “T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Ataştırma Yöntemleri Bilim Dalı, 2012, s.97, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**)

başlandı.¹⁰³ İnteraktif bir iletişim imkânı sunan sosyal medyada bilginin alınması ve gönderilmesinin yönetilebilmesi, istenilen bilginin hedef kitlelere iletilme imkânıyla birlikte yeni medyayı klasik medyaya karşı daha avantajlı konuma geçirmiştir.¹⁰⁴

Geleneksel kitle iletişim araçları ise daha çok kendilerine avantaj sağlayan konularında bilgi vermeyi tercih etmektedirler. Burada toplumun öncelikleri değil, kitle iletişim araçlarının kurumsal ilişkileri etkili olmaktadır. Siyasi ve ekonomik gücü elinde bulunduran kişi veya gruplar, toplumun hangi konu üzerinde düşünmesini istiyorlarsa, medyanın de ona göre şekil almasını sağlamaktadırlar.¹⁰⁵

Sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte etkileşimli iletişim imkânının oluşması insanların içinde yaşadığı toplum ve devletle olan ilişkilerinde pasif konumdan çıkartarak, aktif bir konuma getirmiştir. Böylece bireylerin aile, toplum ve devletle olan ilişkilerinde var olan geleneksel yapı bozulmuş, yerini birey merkezli ilişkiler almıştır. Ayrıca sosyal medya araçları, haberleşme ve iletişimin aracı olmanın dışına çıkarak, bireylerin sosyalleşmesi, kendilerini ifade edebilmeleri ve her seviyedeki örgütlü yapılara katılabilecekleri platformlara dönüşmüştür. Dünyada en fazla kullanıcı kitlesine sahip olan Facebook ve Twitter gibi sosyal siteler kullanıcılarına organizasyon kurma, organize olma, bilgi ve düşünce paylaşımı, inançlar ve düşünceler etrafında gruplaşma olanaklarını da sunmuşlardır. Günümüz sosyal medyasına bakıldığında rejimleri değiştirecek, toplumu harekete geçirecek birer örgütlenme aracı haline geldiği görülmektedir.¹⁰⁶

İnternetin hayatımızın her alanına hızlı bir şekilde girmesi sonucu iletişim ve bilgiye ulaşmada büyük olanaklar sağlamıştır. Ülkemizde kamunun bilgi edinme hakkı ile ilgili 2003 yılında kabul edilen 2004 yılında yürürlüğe giren Bilgi Edinme Kanunu ile birlikte devlet ile ilgili her türlü bilgiye ulaşabilme imkânına sahip olunmuştur. Bu kanunun amacı: *“Demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkelerine uygun olarak kişilerin bilgi edinme hakkını kullanmalarına ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir.”* şeklinde belirtilmiştir. Ayrıca Bilgi Edinme Hakkı ve Bilgi Verme Yükümlülükleri, ilgili kanunun 4. Ve 5.

¹⁰³ Tamer Gencer, a.g.e., s.139

¹⁰⁴ Kudret Çağlar ve Pelin Havva Köklü, “Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı olarak Kullanımı: Siyasi Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik bir Araştırma”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Sayı: 5, 2017, s.151

¹⁰⁵ Kılıç, a.g.e., s.4

¹⁰⁶ Eren ve Aydın, a.g.e., s.88

Maddelerinde yer almıştır.¹⁰⁷ Böylece kamunun devlet kurumları da dâhil olmak üzere, kanunlar çerçevesinde bilgi edinme hakkıyla yasallaşmıştır. Cumhurbaşkanlığından TBMM'ye kadar birçok devlet kurumu Facebook¹⁰⁸, Twitter¹⁰⁹ gibi sosyal medya ağlarında kendi sayfalarını oluşturarak, halka bu kanallar vasıtasıyla ulaşmakta, bilgi vermekte ve kamuoyunun nabzını tutmaktadırlar.

2.2.2.2. Gündem Belirleme Rolü

Gündem belirleme, İngilizcede “agenda-setting” kavramının Türkçedeki karşılığıdır. Türkçe literatürde “gündem belirleme” ifadesi yaygın bir şekilde kullanılsa da bu kavram; gündem oluşturma, gündem kurma, gündem hazırlama, gündem koyma ya da gündem koyma ve saptama şeklinde kullanımları dikkati çekmektedir. Gündem belirleme kavramı çeşitli kaynaklarda medyanın bir işlevi, rolü veya görevi olarak tanımlanmakla birlikte medyanın gündem oluşturma kapasitesi olarak da ifade edilmektedir.¹¹⁰

Gündem Belirleme, medya aracılığıyla yayılmış olan bir haberi ya da bilginin, toplum üzerinde oluşan etkilerini bilişsel seviyede ölçme biçimidir. Sosyal medya ile birlikte bireylerin farkındalık seviyesi artmış ve bu bilgiler birey ve toplumun tutum ve davranışına yansımıştır. Gündem oluşturma işlevi ise, medya araçları vasıtasıyla toplumun gündeminde etkili olan, halkın ne düşünüp ve konuştuğunun belirlendiği bir durumu ifade etmektedir. Gündem belirlemede tek önemli güç, iletişim araçları ve bu araçları yöneten aktörlerdir.¹¹¹

Gündem belirleme medya, kamu ve siyasal gündem üçgeni arasında var olan ilişkileri açıklamaya ve bu üçünün birbirlerini nasıl etkilediklerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu alanla ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında büyük bir bölümü medya ve kamu gündemi arasındaki ilişkiye odaklanmakta, siyasal gündem araştırmalarının ise çok az olduğu görülmektedir. Bu durumun ana nedeni; medya ve siyaset arasındaki ilişkinin karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır. Siyasal gündemi etkileyen karmaşık yapı, araştırmacıları daha çok medya ve kamu gündemine yönlendirmiştir. Fakat gündem belirleme sürecinin tam bir analizinin yapılabilmesi

¹⁰⁷ Türkiye Büyük Millet Meclisi, “Bilgilendirme Hakkı Kanunu”, 2003, <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4982.html>, (Erişim tarihi: 20.11.2017)

¹⁰⁸ Facebook, “TBMM”, (Erişim tarihi: 20.11.2017)

¹⁰⁹ Twitter, “TBMM”, (Erişim tarihi: 20.11.2017)

¹¹⁰ Erkan Yüksel, “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007, Cilt:7, Sayı:1, 2007, s.576

¹¹¹ Yağmur, a.g.e., s.52

için medya ile siyasal gündem arasında var olan ilişkinin farklı açılardan ele alınması ve incelenmesi gerekmektedir.¹¹²

Kamuoyu gündemini belirlemede etkili olan öğeler; yasal düzenlemeler, siyasi girişimler, teknolojide meydana gelen yenilikler, politik imajlar, bireysel ve toplumsal psikoloji ve olaylara bakış açısı vb şeklinde sıralanmaktadır. Bu unsurlar medya tarafından gündem algısına göre yorumlanarak bir düşünce ortaya konulur ve oluşturulan bu gündeme göre toplum şekillendirilmeye çalışılır. Sosyal medya gündem belirleme ve kamuoyu yönlendirme sürecinde başarılı olduğu takdirde dolaylı bir şekilde kamu politikasını etkili bir şekilde oluşturmuş olur.¹¹³

Sosyal medya araçlarının gündem belirlemedeki rolünün ne kadar etkili olduğunu Wall Street olayında görmekteyiz. 13 Temmuz 2011 yılında ABD'nin finans kalbi Wall Street'te Adbusters adında bir grup "Wall Street'i işgal etmek" adı altında bir halk hareketi başlatılmıştır. Farklı ırk, cinsiyet ve siyasi düşünceye sahip insanların katıldığı ve bir lideri olmayan bu direniş hareketinde, en düşük ücretle çalışan %99'luk nüfusun, % 1'lik bir kesimin açgözlülük ve yolsuzluklarından dolayı çağımızın sürekli krizler içinde olduğunu söyleyerek tepkilerini dile getirmişlerdir.¹¹⁴

Wall Street İşgal et protestosu ilk olarak sosyal ağ siteleri Facebook ve Twitter tarafından desteklenen www.occupywallst.org sitesi tarafından başlatılmıştır. Adbusters tarafından istenilen hedef, 17 Eylül 2011'de New York'ta Wall Street'te iki ay veya daha fazla süre boyunca bu mekânın işgal edilmesiyle başlayarak 20.000 kişiyi buraya toplamaktır. Bu olay, 2010'da Mısır ve Tunus'da meydana gelen Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketlerinden etkilenmiştir. Arap ülkelerindeki protestocular, içinde yaşadıkları toplumsal gerçekliği değiştirme amacıyla Facebook ve Twitter üzerinden halkı örgütleyerek harekete geçirmiştir. Wall Street olayında protestocular aynı şekilde sosyal medyanın bu harekette benzer bir rol oynamasını istiyorlardı .¹¹⁵

Geleneksel medya ile sosyal medyanın arasında gündem belirleme konusunda önemli farklılıklar bulunmaktadır. Geleneksel medyada etkili kişiler, elit

¹¹² Banu Terkan, "Basın ve Siyaset İlişkinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:17, 2007, s. 561

¹¹³ Yağmur, a.g.e., s. 51-52

¹¹⁴ Ilona Grzywinska ve Jonathan Borden, The Impact of Social Media on Traditional Media Agenda Setting Theory. The Case Study of Occupy Wall Street Movement in USA", 2012, <https://scholar.google.com/citations?user=2j-Sst4AAAAJ&hl=en>, s.1, (Erişim tarihi: 21.11.2017)

¹¹⁵ Grzywinska ve Borden, a.g.e.s.1

kesim, medya ve siyasi aktörlerdir. Sosyal medya ise tam aksine toplumdaki her bir bireye bu olanağı vermektedir. Sosyal medyada her bir birey kendi düşüncelerini özgürce söyleyebilmekte, kendi düşüncesi etrafında oluşumlar kurabilmekte ve bu vasıtayla siyasi kesime ses getirebilecek mesajlar verebilmektedir. Gündemi belirleme konusunda sosyal medya ile geleneksel medya kıyaslandığında, sosyal medyanın daha pratik ve iletişimde daha hızlı olduğu görülmektedir.¹¹⁶

2.2.2.3. Dezenformasyon

İnternet ortamında herkes istediği bilgiyi yayma ve ulaşma imkânına sahiptir. Bu bilgiler milyarlarca insana, insanlık tarihinde görülmemiş bir hız ve genişlikte iletilmektedir. Ancak yanlış veya yalan bir haber ya da bilginin, bilgi çarpıtma yoluyla kitlelere yayılma olasılığının olması bu durumun en önemli dezavantajını oluşturmaktadır¹¹⁷. Özellikle sosyal medyada gereksiz, yönlendiren, eksik ve yanlış bilgi içeren paylaşımlar yapılmaktadır. Maruz kalınan bu bilgi kirliliği karşısında bireyin faydalı ve doğru bilgiye ulaşma imkânı azalmakta ve böylece bireylerin kararlarını yanlış bir şekilde etkilemektedir. Bazı durumlarda bu tür bilgi çarpıtmanın farkına varmak ya da bu durumdan kaçınmak mümkün olmamaktadır.¹¹⁸

Sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte iletişim şeklinde çok büyük değişimler yaşanmıştır. Sosyal medya üzerinden paylaşılan bilgilere ya da haberlere ulaşan kişi sayısı daha fazla olmaktadır. Sosyal ağ platformlarının, insanlara çevrimiçi iletişim kurma olanağı sağlayarak motive etmesinin yanı sıra aynı zamanda yeni sorunlar da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya üzerinde yayılan sahte haberler ve yanlış bilgiler, bunu bilinmeyen kullanıcılar tarafından geniş çapta yayılabilmektedir. Bu tür yanlış ve asılsız bilgiler güvenilirliği kaybettirdiğinden dolayı sosyal medyada yıkıcı sonuçlar doğurabilmektedir.¹¹⁹

İletişimde karşılıklı etkileşim imkânı sunan sosyal medyada düşünceler sansüre uğramadan özgür bir şekilde paylaşımlarda dile getirilmektedir. Sosyal medya alanında yapılan çalışmalarda, sosyal medya aracılığıyla demokrasinin ve

¹¹⁶ Yağmur, a.g.e., s.53

¹¹⁷ Srijan Kumar, Robert West, ve Jure Leskovec, "Disinformation on the Web: Impact, Characteristics, and Detection of Wikipedia Hoaxes" <https://cs.umd.edu/~srijan/pubs/hoax-www16.pdf>, 2016, Erişim tarihi:21.11.2017

¹¹⁸ Şakir Eşitti, "Bilgi Çağında Problemlerli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlerli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt:2, Sayı:49, 2015, s.76

¹¹⁹ Liang Wu, Fred Morstatter and Huan Liu, "*Mining Misinformation in Social Media*", Big Data in Complex and Social Network, CRC Press, Florida, 2016, s.123

ifade özgürlüğünün yayıldığına dair genel bir kanı oluşmuştur. Ancak bu çalışmalarda internetin ve sosyal medyanın olumlu yönlerini ön plana çıkmış, bu iletişim araçlarının insanlar ve toplumlar üzerinde yaşattığı olumsuz etkiler çoğunlukla görmezden gelinmiştir.¹²⁰

İllegal örgütler, sosyal medyayı kullanarak bilgi çarpıtma yoluyla kitleleri yanıltarak ve yanlış yönlendirmeye kamu düzeninin bozulmasına neden olabilmektedirler. Sosyal medyada yayılan yalan haberlerin manipülasyon aracı olarak kullanılması sonucu, gelişmekte olan ülkelerde hükümetlerinin düşürülmesi, ırk, din ve mezhep çatışmalarının körüklenmesi gibi birçok olası risk söz konusu olabilmektedir. Bir ülkede yaşanılacak olası bir karışıklık ve kargaşa ortamı, o ülkeye zarar vermek isteyen devlet ve örgütlerin çıkarına hizmet etmektedir.¹²¹

Sosyal medya üzerinde yayılan haberlerin doğruluğunun anlık tespiti ve doğru bilginin kitlelere anında iletilebilmesinin olanağı bulunmamaktadır. Bu tür haberlerin çoğunda aksini kanıtlamanın zor olması bir yana, harekete geçen kitleleri durdurmak veya onlarla sağlıklı bir iletişim kurmak zor olmaktadır. Türkiye’de yaşanan Gezi Parkı olaylarının ilk haftasında 5 milyona yakın yanlış bilgi içeren "tweet" atıldığı öne sürülmüştür. Bu protestolarla ilgili yanlış haberlerin sosyal ağlar vasıtasıyla büyük kitlelere ulaşması toplumda büyük bir bilgi kirliliği ve dezenformasyon oluşturmuştur.¹²²

Sosyal medya aracılığıyla toplumu yönlendirmede bilgi çarpıtma etkilerini aşağıdaki şekildedir;¹²³

- İllegal örgütlerin, sosyal medya üzerinden bilişim suçları ve hacker (kırıcı) gibi işlemlerle faaliyetlerini yürüterek kamuoyunu siyasal anlamda yönlendirmeye çalışmaları,
- Toplum ahlâkına aykırı, sapkın ilişki ve inanışlara sahip kişiler tarafından bu davranışların normal bir şekle dönüştürülerek özellikle geçleri kendi alanlarına çekmeleri,
- Kamuoyunda uyuşturucu madde kullanımının sosyal medya aracılığıyla yaygınlaştırma,
- Kumar ve bahis oyunlarının sosyal medya platformları kullanılması,

¹²⁰ Eşitti, a.g.e., s.76

¹²¹ Eren ve Aydın, a.g.e., s.203

¹²² Eren ve Aydın, a.g.e., s.201

¹²³ Yağmur, a.g.e., s.56

- Sosyal medya üzerinden ırkçılık, ayrımcılık ve cinsiyet ayrımı gibi konuların kolayca yapılması,
- Şiddet içerikli görüntülerin çocuk ve gençleri etkilemesi,
- Sosyal medyada yer alan bilgisayar oyunlarının, aile ve yöneticiler tarafından denetimsiz olması genç ve çocuklarda, zihinsel, ruhsal ve bedensel açıdan zarara uğratmaktadır.

2.3. MEDYA VE SİYASET ARASINDAKİ İLİŞKİ

Medyanın toplum üzerindeki etkileri konusunda yapılan akademik çalışmalarda, özellikle 1930-1960 yılları arasında, bazı sosyologlar medyanın insan ve toplum üzerinde çok az etkisinin olabileceği ve neredeyse hiç bir belirleyici rolü olmadığı görüşünü ileri sürmekteydi. Ancak günümüz dünyasında bu görüşün geçerliliğinin tamamen yitirmiş olduğu görülmektedir. Medyanın, siyasete olan etkisini doğrudan ölçmek, toplumsal ilişkilerin karmaşık olmasından dolayı, günümüz koşullarında bile halen çok zor olmaktadır. Medyanın insan ve toplum üzerindeki etkilerinin boyutlarının ciddiyeti ve ölçülebilirliği sosyolojik bir gerçektir. Medyanın siyaset üzerinde siyasi gücü yeniden şekillendirme ve yeniden organize etme gibi çok ciddi boyutlarda etkisinin olabileceği konusunda birçok sosyal bilimci aynı fikri paylaşmaktadır.¹²⁴

Medya politik sistemlerde büyük bir güce sahiptir. Bu güç hem kültürler, insanlar ve olaylar hakkında düzenli olarak bilgi kaynağına hem de politikada çoklu işleve sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Medyanın etkileri üzerine yapılan araştırmalarda, medyanın izleyicilerin tutum, düşünce ve davranışları üzerinde çok büyük bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Toplumların karmaşık yapısı, olayların hızlı gelişmesi, muazzam çeşitlilikte bilgi ve haberlerin medya aracılığıyla insanlara sunulması, insanların dünya anlayışını ve davranışlarını etkilemektedir. Bununla birlikte, medyanın gücü aynı zamanda, medya ve politikacılar arasındaki ilişkiye de dayanmaktadır. Medyanın bugünkü etkisi, onlarca yıl öncesine kıyasla çok daha fazladır ve son yıllarda medyanın siyasetteki rolü tartışmaların ana konusu haline gelmiştir.¹²⁵

¹²⁴ Ali Arslan, "Medya – Politika İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2006, s.3

¹²⁵ Mahmoud Eid, "Media and Politics", *Global Media Journal*, Cilt:6, Sayı:2, Canada, 2013, s.1

Hedef kitleye istenilen zamanda ve doğru bir şekilde mesajları ileten kitle iletişim araçları bireylerin ve örgütlerin gündeminde yerini almaya devam etmektedir. Günümüz dünyasında siyaset de büyük oranda medya üzerinden gerçekleştirilmektedir. Medyanın özellikle bireylerin siyasi kimliğinin şekillenmesinde, siyasi tutum ve davranışlarında önemli rolü bulunmaktadır.¹²⁶

Siyasal gündemin belirleme sürecinde sosyal medya farklı roller üstlenebilmekte, eş zamanlı olaylar üretebilmekte ve ürettiği bu olayları ve hikâyeleri haberleştirebilmektedir. Mevcut bilgiyi toplama ve yeni bilgileri aktarmanın ötesinde, hangi konuların siyasi gündemin bir parçası olacağını belirlemeye çalışmaktadır. Medya diğer siyasi aktörler gibi, gündemi etkileyerek, siyasi bir aktör haline gelebilmektedir.¹²⁷

Politik bir sistemin değerleri ve özellikleri genellikle medyanın politikalarına ve içeriklerine yansır ve devlet de medyada yer alan bu içerikleri etkilemede hayati bir rol oynar. Bazı durumlarda, hükümetler haberlerin sayısı ve niteliğini belirleyebilirken; bazı durumlarda ise, medya hükümet politikalarına ve uygulamalarına doğrudan tepki verebilmektedir. Bunlar, medya-siyaset ilişkisinin medya içeriğini nasıl etkilediğine sadece bir örnek teşkil etse de sistemlerde politik çevrelere göre değişen etkileşimli medya-siyaset ilişkisinde sayısız senaryo bulunmaktadır.¹²⁸

Siyasi alanda propaganda amaçlı kullanılan ilk kitle iletişim aracı radyo olmuştur. II. Dünya Savaşı sırasında savaşın Almanya lehine devam ettiği dönemde Hitler, "...radyo yayınları olmasa bu savaşı kazanamazdık...." demiştir. Türkiye'de ise, tek partili dönemin devam ettiği 1946 yılına kadar radyo, Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) politikalarını pekiştirmek amacıyla kullanılmıştır. Gazete ve dergilerin siyasal çıkara hizmet etmeleri ise, 16. Yüzyıl Avrupası'nda güç merkezleri olan krallara ve papaya ters düşmeyecek şekilde gazete ve dergiler yayın yapmışlardır. Televizyonun hem görsel hem de işitsel olarak iletişime olanak sağlaması, siyasal bilgilerin aktarılmasında ve bireylerin siyasal kimliklerinin şekillenmesinde önemli rol oynamıştır. Günümüzde, kitle iletişim araçlarının etkileşimli iletişime imkân tanınmasıyla birlikte seçmenin tercihini etkilemek ve seçim kampanyalarını yapmak için özellikle sosyal medya kullanılmaktadır.¹²⁹

¹²⁶ Bostancı, a.g.e., s.82

¹²⁷ Terkan, a.g.e., s.562

¹²⁸ Eid, a.g.e., s.1

¹²⁹ Bostancı, a.g.e., s.83-84

Yapılan araştırmalar, medya ile siyasi partiler arasındaki ilişkilerin ekonomik ve ideolojik ilişkiler olmak üzere iki başlık altında ele alınabileceğini gstermektedir. Medya ve politik elitler arasındaki karşılıklılık esasına dayalı bir ilişki bulunmaktadır. Medya, bir siyasi partinin sesini kamuoyuna duyurarak, partinin ideolojisi ve politikalarına uygun yayınlar yaparak ve o partiye kamuoyu yaratmak amacıyla önemli hizmetleri yerine getirebilirler. Medya, destek verdiği o partinin rakibi olan bir siyasi partiye veya partilere saldırarak, aleyhlerinde yayın yaparak destek verdikleri partinin kamuoyundaki popürlüğünü ve oy potansiyelini arttırmaya yönelik hizmetleri yerine getirebilir. Medya desteğiyle iktidara gelen bir siyasi parti, bu desteğin karşılığını yeri geldiği zaman çok cazip koşullarda kredi kanalları açarak, gereken durumlarda destekçilerin aleyhine sonuçlanabilecek yasal düzenlemelerin parlamentodan geçmesini engelleyerek, bazen de lehte gelişmeler gösterebilecek yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesini sağlayarak verecektir.¹³⁰

Medyanın büyük kitleleri etkileme gücünü bilen siyasi kesim, iktidara gelmek ve iktidara geldikten sonra da bu gücünü devam ettirebilmek için medya organlarını denetim altında tutmuşlardır. İktidarlar, basını kontrol etmek için mali ve siyasi baskı veya ödüllendirme yöntemini kullanmaktadırlar. İktidarlar tarafından uygulanan bu ceza-ödümler mekânizmaları her dönemde var olmuştur. Türkiye’de de değişik dönemlerde iktidarların siyasi özelliklerine göre basın-iktidar ilişkileri şekillenmiştir. Medyanın özünde iktidar yanlısı yayınlar yapması aynı olmakla beraber, dönemsel özelliklerinin farklı olması sonucu her dönem ilişki şekilleri farklı isimlerle anılmıştır. Örneğin, besleme basın, naylon basın, örtülü basın ve yandaş medya şeklinde olmuştur.¹³¹

2.3.1. Sosyal Medyanın Siyasete Etkileri

Günümüz dünyasında sosyal ağların oldukça yaygınlaşması siyasal alanda önemli sonuçlar doğurmaktadır. Yeni iletişim ortamlarına katılım sağlayan bireylerin diğer insanlarla etkileşime geçmesi ve böylece çevrimiçi ortamlarda toplumsal rolleriyle varlıklarını göstermesi demokratik katılım yönünden değişimlere sebep olmuştur. Özellikle, sosyal ağ kullanan kişi sayısındaki büyük artış, bu ağların sağladığı imkânların siyaset çehresinin değişimine etkileri konusunda tartışmaları

¹³⁰ Arslan, a.g.e., s.4

¹³¹ Ruhdan Uzun, " Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi", *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, Sayı:39, 2014, s.130

devam ettirmektedir. Son yıllarda yeni medya imkânlarının zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde kullanımının yaygın hale gelmesi, toplumsal hareketler, siyasi ve toplumsal tartışmaların öncelikli konuları arasında yer almıştır.¹³²

Siyasetin büyük ölçüde medya üzerinden yürütüldüğü, postmodern ya da bilgi çağı olarak da adlandırılan bir çağda yaşamaktayız. Medya insanların siyasi kimliklerinin, tutum ve davranışlarının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır.¹³³ İnternet ve sosyal medya, eski siyasi katılım yöntemlerine göre insanların daha kolay örgütlendiği mecralar olmuştur. Ayrıca sosyal ağlar vasıtasıyla kitlelere ulaşım imkânı kolaylaştığı için toplumsal hareketlilik ortamının oluşumuna imkân sağlamıştır.

Sosyolog ve araştırmacı yazar Evgeny Morozov'a göre, sosyal medyanın toplumsal hareketlere faydalarını aşağıdaki şekildedir; ¹³⁴

- Ulaşılabilirlik ve doğru bilgiye ulaşma,
- Sorunlara karşı kamuoyunun ilgisini çekmesi,
- Seçmenlere verilerin analizinde yardımcı olmak ve seçmenleri birarada bulunmalarını salaması,
- Siyasilerin ve seçmenlerin birbirleriyle doğrudan iletişim kurma olanağı sağlaması,
- Eylemleri organize etme ve lojistik destek salamaya yardımcı olması,
- Kitlesele eyler için yaratıcı yenilikler bulmak,
- Diğer sivil toplum kuruluşları ve aktivistler arasında bilgi alışverişi sağlamak.

Sosyal medya önemli bir kamusal alan ve siyasi propaganda mecrası haline gelmiştir. Örneğin 27 Mayıs 2013'de İstanbul Büyükşehir Belediyesi araçlarının düzenleme amaçlı ağaçları kesmek için Gezi Parkı'na girmesiyle protestolar başlamış ve ülke içinde ve dışında yayılmıştır. Mayıs-Haziran 2013 tarihleri arasında ciddi boyutta yapılan protesto eylemleri bir sosyal harekete dönüşüştür. Bu protestolar sosyal medya üzerinde, özellikle Twitter aracılığıyla yayılmış ve protestocular Twitter üzerinden organize olmuşlardır.¹³⁵ Etiya araştırma şirketinin

¹³² Gülüm Şener, Perrin Öğün Emre ve Fatih Akyıldız, 2015, "Türkiye'de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Cilt: 21, Sayı:83, 2015


¹³³ Bostancı, a.g.e., s.82

¹³⁴ Göksu, a.g.e., s.69-70

¹³⁵ Göksu, a.g.e., s.70-71

verilerine göre, 31 Mayıs 2013 tarihinde Twitter üzerinde dünya trendlerinden ilk on başlıktan dokuzu Gezi Parkı ile ilgili olmuştur. 31 Mayıs 2013 ve 6 Haziran 2013 tarihleri arasında 91 milyon 377 bin 342 tane Türkçe içerikli tweet atılmıştır.¹³⁶ Araştırmalarda yer alan bilgiye göre, en popüler etiket “direngeziparkı” etiketi olmuştur. Bu etiket üzerinden bir hafta içerisinde 2.140.709 tweet atılmıştır. Aşağıdaki tablo 2.1.’de Gezi Parkı olaylarında Twitter üzerinde yer alan etiketler ve atılan tweet sayıları gösterilmektedir.¹³⁷

Tablo 2.1. Gezi Parkı Olaylarında Twitter Verileri

 Twitter Etiket Adı	Atılan Tweet Sayısı
#direngeziparkı	2.140.709
#direngeziparki	1.611.029
#direnankara	1.114.267
#occupygezi	864.020
#direngeziparki	617.384
#sesvertürkiyebuülkesahipsizdeğil	589.118
#direnizmir	438.813
#tayipistiifa	403.050
#direnbesiktas	382.252
#takipedenitakipederim	372.852

Sosyal medyanın insanlar ve toplumun üzerinde etkisini görerek adım atan ilk siyasetçi 4 Kasım 2008 yılında Amerikan Başkanlık seçimlerinde aday olan Barack Obama olmuştur. Seçmeni tanımak ve doğru bir şekilde analizi edebilmek kampanyanın en büyük başarısı olmuştur. Obama ve seçim kampanyasını yürüten ekip, seçmenleri kategorilere ayırarak her seçmene göre mesajlar oluşturarak farklı kanallarda iletişim geçmişlerdir. Bireyin değişen siyaset anlayışını ve yöntemini yeni toplumsal gerçekliğe göre ayarlayarak seçmeni ikna edebilecek en etkili iletişim araçların başında gelen sosyal medyayı etkili bir biçimde kullanmışlardır.¹³⁸ Obama’nın sosyal medya takımı, Facebook üzerinden insanlarla birebir iletişime geçerek halkı bilgilendirmiş ve bunda da oldukça başarılı olmuşlardır. Obama’nın sosyal medya takımı, kullanıcılardan ilginç videolarını profillerinde paylaşmalarını,

¹³⁶ BT Haber, “Gezi Parkı’nın sosyal medya analizi”, <http://www.bthaber.com/arastirma/gezi-parki-nin-sosyal-medya-analizi/1/9065>, 2013, (Erişim tarihi: 27.11.2017)

¹³⁷ Özutku ve vd., a.g.e., s.161

¹³⁸ Bostancı, a.g.e., s.87

10 dolarlık bağış yapılması ya da on kez telefon edilmesi gibi faaliyetleri bu sayfalarda duyuruluyordu. Sosyal medyanın bu denli başarılı kullanılması genç bir politikacının tanınmasına ve desteklenmesine oldukça yardımcı olmuştur. Aynı ekiple 2012 Başkanlık seçiminden de zaferle çıkmışlardır. Obama'dan sonra Avrupa'da da sosyal medya siyasal kampanyalarda stratejik bir araç olarak kullanılmıştır.¹³⁹

Sosyal medyanın siyasete etkisini gösteren en önemli ve büyük çapta halk hareketi 2010 yılında Tunus'da başlayan ve bir dalga halinde diğer ülkelere yayılan Arap Baharı olmuştur. 17 Aralık 2010 yılında Tunus'da seyyar satıcılık yapan işsiz üniversite öğrencisi Muhammed Buazizi'nin tezgâhına görevliler tarafından el konulunca Bouazizi kendini ateşe vermiştir. Bu olay isyanın başlamasına neden olmuş ve kısa sürede Kuzey Afrikayı ve Ortadoğuyu etkisi altına almıştır.¹⁴⁰

Tunus'da yaşanan sosyal adaletsizlik, yoksulluk ve işsizliğe karşı çıkan halk ayaklanması ülke başkanının yurt dışına kaçmasına kadar devam etmiştir. Bu hareket benzer yapılara sahip Arap ülkelerine sıçramış ve kısa sürede Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerini etkisi altına almıştır. Cezayir, Mısır, Libya, Bahreyn, Ürdün ve Yemen olayların en şiddetli yaşandığı ülkeler olmuştur. Arap Baharı toplumsal hareketleri sosyal medya üzerinden organize edilerek yönetilmiştir ve tüm dünyaya servis edilmiştir. Bu olaylarda başta Twitter olmak üzere sosyal medyanın önemli bir rolü olmuştur. Bu hareketler sonucunda Ortadoğu'da siyasal anlamda değişimler meydana gelmiş, darbeler yaşanmış veya yönetimler değişmiştir.

2010 yılında dünya çapında etkili olan bir başka olay da isviçre merkezli Wikileaks.org üzerinden 294 belgenin internet aracılığıyla yayınlanması oldu. Bu belgeler dünya diplomasisinde büyük yankı uyandırmıştır. Bunun bir güvenlik açığı ya da istihbarat olup olmadığı konularını tartışılır hale getirmiştir. Wikileaks olayı, diplomasinin dışında, bilginin demokratikleşmesi ve artık hiçbir bilginin gizli kalamayacağını bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Wikileaks, sosyal medya araçlarından olan ve Web 2.0 özelliğine sahip Wiki altyapısını kullanmaktadır. Belgelerin gösterildiği sitelere erişim engellense dahi bu belge ve bilgiler sosyal medya üzerinden kullanıcılar arasında hızlıca yayılma olanağı bulunmaktadır.¹⁴¹

¹³⁹ Mete Kazaz ve Elif Tümen, "Tanıtım Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Gençlik ve Spor Bakanlığı Örneği", <http://unikop.org/makale/ks13-2-01.pdf>, 2013, (Erişim tarihi: 20.11.2017)

¹⁴⁰ Derinözlü, a.g.e., s.5

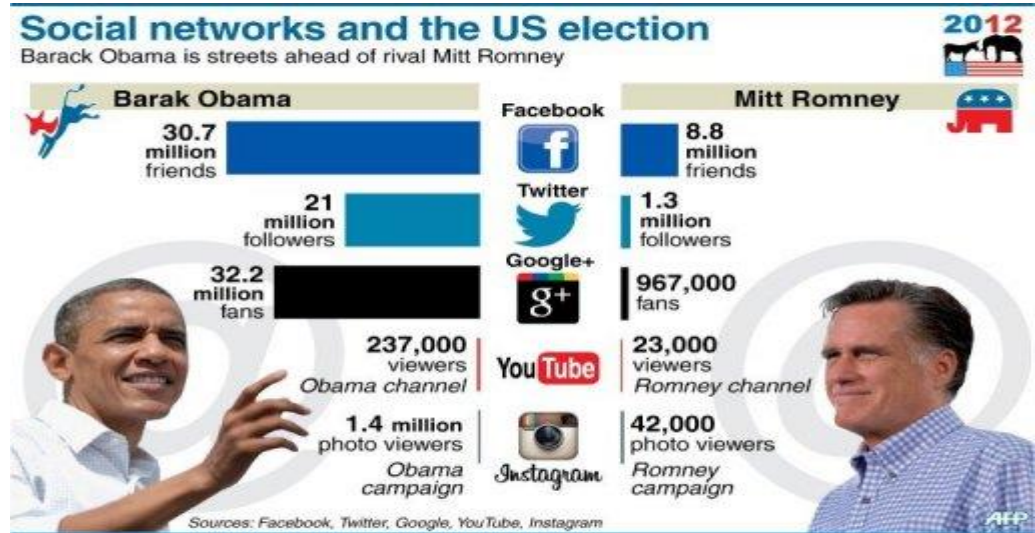
¹⁴¹ Bostancı, a.g.e., s.88-89

2.3.2. Sosyal Medya ve Siyasiler

İnsanların birbirleriyle etkileşimli iletişime imkân sağlayan sosyal medya, siyasal alanda siyasetçiler ve adaylar tarafından seçim kampanyalarında kullanılmaktadır. Bu süreç içerisinde partiler ve adaylar yazılı metinlerle, video veya görsel içeriklerle seçmen kesimini bilgilendirmekle beraber seçmenlerle doğrudan bir iletişim kurma fırsatına bulmaktadırlar. Seçmenler ise partileri ve adayları destekleyerek veya eleştirilerek bulunarak sosyal medya üzerinden düşüncelerini dile getirmektedirler.¹⁴²

Sosyal medya üzerinde siyaset yapma olgusu, daha önce de değindiğimiz gibi 2008 yılında ABD’de yapılan Başkanlık seçimlerinde ne kadar önemli olduğu görülmüştür. Demokrat Parti adayı Barack Obama’nın sosyal medya hesaplarını geleneksel siyaset yapma yöntemlerine göre çok daha fazla ve etkili bir şekilde kullanmasıyla seçimleri iki kez kazanmıştır. Aşağıdaki tablo 2.2.’de 2012 seçimlerinin kampanya sürecinde Obama ve rakibi Mitt Romney’in sosyal medya hesaplarının bir karşılaştırması yer almaktadır.¹⁴³

Tablo 2.2. 2012 ABD Seçimleri- Sosyal medya’da Barack Obama ve Mitt Romney¹⁴⁴



Yukarıdaki tabloya göre, Facebook’ta Barack Obama’nın 30.7 milyon takipçisi bulunurken Mitt Romney’in 8.8 milyon takipçisi bulunmaktadır. Twitter’da Obama’nın

¹⁴² Mevlüt Akyol, “Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı seçim”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:14, Sayı:55, 2015, s. 98

¹⁴³ Mehmet Gökhan Genel, “Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri "Twitter" Örneği)”, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, Cilt:2, Sayı:4, 2012, s.7

¹⁴⁴ John Ziegler, “2008 Election-Politics 2.0: An Analysis of Obama’s Winning Campaign”, 2016, <https://johnzieglerblog.wordpress.com/tag/2008-election/>, (Erişim tarihi: 03.10.2017)

21 milyon; Romney'in ise 1.3 milyon takipçisi bulunmaktadır. Yeni sosyal sitelerden öne geçen Google+'da Obama'nın 32.2 milyon fanı bulunurken, Romney'in 967 bin kişidir. Video kanalı olan youtube üzerinde Obama'nın 237 bin izleyicisi bulunurken, Romney'in ise 23 bin kişi izleyici olmuştur. Son zamanlarda daha popüler olan Instagram üzerinden Obama'nın paylaştığı resimler 1.4 milyon; Romney'in ise 42 bin kişi tarafından görüntülenmiştir.¹⁴⁵

Sosyal medya siteleri aracılığıyla siyasiler, kitlelere düşüncelerini aynı anda iletme olanağına sahiptirler. Siyasetçileri sosyal ağları kullanmaya iten en önemli neden bu sitelerin gençler arasında oldukça yaygın olarak kullanılmasıdır. Genç kesmin haberleri daha çok internet üzerinden takip etmesi ve fikirlerini sosyal ağlarda ifade etmeleri siyasetçileri, gençlere ulaşmada sosyal ağlara yönlendirmektedir. Yeni medyayla birlikte siyasilerin vatandaşı dinleme dönemi kapanmakta, yerine interaktif iletişime dayalı yeni bir siyasi dönem başlamıştır. Aynı zamanda sosyal ağlar iletişimi daha kolaylaştırmakta, iletişim anlık verimli ve düşük maliyette olmaktadır.¹⁴⁶

Sosyal medya, siyasal iletişime yeni bir boyut kazandırarak iletişimin önemli unsurları arasında yerini almıştır. Siyasi propaganda aracı olarak etkili bir şekilde kullanılan sosyal medya, politikacıların seçmen kitlesine erişimindeki tüm engelleri ortadan kaldırmıştır. Tek yönlü işleyen, seçmenlere söz hakkı tanımayan geleneksel medyanın aksine sosyal medya, seçmenlerin siyasi aktörlerle iletişim kurabilme ve gündemle ilgili düşüncelerini kitlelere ulaştırabilme imkânlarına sahip olmuştur. Özellikle 2013 yılında yaşanan "Gezi Olayları"ndan sonra Türkiye'deki tüm siyasi parti genel merkezleri ve parti liderleri, milletvekilleri, il ve ilçe teşkilatları, kadın ve gençlik kolları sosyal medya sitelerini aktif olarak kullanmaya başlamışlardır.¹⁴⁷

Siyasi liderlerin sosyal medya üzerinde yaptıkları paylaşımlar hem sosyal medyada hem de kitleler arasında hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Sosyal medyanın en etkili sosyal ağlarından biri olan Twitter, siyasi liderler tarafından adeta sanal bir miting alanı gibi hitap etme fırsatı vermektedir. 140 karaktere sınırlaması olan Twitter'da, tweet atma sayısında bir sınırlama bulunmamaktadır. Çoğunluğunu genç

¹⁴⁵ Ziegler, a.g.e.

¹⁴⁶ Tufan ve Çakır, "Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye'de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme", **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:2, 2016 s.11-12

¹⁴⁷ Çakır ve Tufan, a.g.e., s.7

kesimin oluşturduğu Twitter, bu nedenle siyasal iletişimde aşısından cazip görülmektedir.¹⁴⁸



Resim 2.1. Siyasetçilerin Twitter Sosyal Medya Hesapları¹⁴⁹

Türkiye’de Twitter’ı ilk kullanan siyasi lider, 23 Ağustos 2009 tarihinde hesap açan Cumhurbaşkanı Tayyip Erdoğan’dır. Diğer siyasi liderler de 2010 yılı içerisinde Twitter hesabı oluşturmuşlardır.

Tablo 2.3. Türkiye’de Siyasi Liderlerin Twitter ve Facebook Takipçi Sayıları¹⁵⁰

Siyasetçiler	Twitter Takipçi Sayısı	Facebook Takipçi Sayısı
Recep Tayyip Erdoğan	11.733.782	8.676.994
Kemal Kılıçdaroğlu	5.803.436	1.920.357
Devlet Bahçeli	4.319.661	248.011
Meral Akşener	2.037.407	969.958
Selahattin Demirtaş	1.569.000	2.065.323

¹⁴⁸ Bostancı, a.g.e., s.118

¹⁴⁹ Bağımsız İletişim Ağı, “Siyasi Partilerin Sosyal Medya Performansları”, <http://m.bianet.org/bianet/medya/164800-siyasi-partilerin-sosyal-medya-performanslari>, 2015, (Erişim tarihi: 05.10.2017)

¹⁵⁰ Facebook ve Twitter siteleri, <https://www.facebook.com/>, <https://www.twitter.com/>, 2017, (Erişim tarihi: 10.10.2017)

Tablo 2.3' te Kasım 2017 verilerine göre Türkiye'nin siyasi liderlerinin sosyal medya ağlarından en çok popüler olan Twitter ve Facebook siteleri üzerinde sosyal hesaplarının takipçi sayıları verilmiştir. En fazla takipçi sayısı Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a aittir. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) lideri Kemal Kılıçdaroğlu, Twitter'da ikinci; Facebook'ta üçüncü sırada yer almaktadır. Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) lideri Devlet Bahçeli, Twitter'da üçüncü sırada; Facebook'ta son sırada yer almaktadır. Twitter'da dördüncü sırada yer alan Yeni kurulan bir parti olan İYİ Parti genel başkanı Meral Akşener; Facebook'ta dördüncü sırada yer almaktadır. Son sırada Halkların Demokratik Partisi (HDP) Selahattin Demirtaş Twitter'da son sırada yer alırken, Facebook hesabının takipçi sayısı ikinci sırada yer almaktadır.

Siyasal süreçlerin sanal ortamlar da olsa da katılım olanağı sunan ve kamusal bir alan niteliğinde olan sosyal medya mecraları, insanların siyasete katılmalarına imkân tanımaktadır. Sosyal medya aracılığıyla siyasi liderler ve halk arasında birebir etkileşimli bir bağ kurulabilmektedir. Sosyal medya, siyasilerin toplum nazarında imajlarının inşa edilmesinde önemli bir role sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde, sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmedeki rolü ele alınmıştır. Öncelikle kamuoyu kavramına ve sosyal medyanın kamuoyu üzerinde etkilerine değinilmiştir. Son olarak medya ve siyaset arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNİN ENGELLENMESİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

3.1. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ

Türkiye'nin demokrasiye geçiş aşaması 1945'te başlayarak, 14 Mayıs 1950 seçimleri ile ivme kazanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ise ilk askeri darbe 27 Mayıs 1960 darbesi olmuştur. 1961'de yapılan seçimle yeniden demokratik yaşama dönülmüştür. Daha sonra 1962 ve 1963 yıllarında iki başarısız askeri darbe girişimi olmuştur. Devamında sırasıyla 12 Mart 1971 muhtırası, 12 Eylül 1980 darbesi, 28 Şubat süreci olarak adlandırılan 1997 Milli Güvenlik Kurulu bildirisi gelmektedir. Bu dönemlerde ordu ya iktidardaki hükümeti istifaya zorlamış ya da ülke yönetime el koymuştur.¹⁵¹ Son olarak ise 15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri içerisinde yer alan bir grup Fettullahçı Terör Örgütü (FETÖ) üyelerinin giriştiği darbe kalkışması olmuştur.

FETÖ 50 yıllık süre içerisinde dini söylemlerle varlığını devam ettirmiş ve devletin birçok kurumunda FETÖ yanlısı kişiler yer almıştır. Bunlar içerisinde en önemlilerinden birisi Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) olmuştur. Türkiye'de İslami hareketler arasında FETÖ'nün konumu farklı olmuştur ve öteki cemaatlerle ilişkisini sınırlı tutmuştur. Hiyerarşiye dayalı, örgütlü, mistik bir yapıya sahip bu örgütlenme, zaman içerisinde çok fazla üye sayısına, güçlü bağlantılara ve finansa sahip olmuştur. FETÖ'nün lideri Fethullah Gülen, 11 Mart 1966'da İzmir baş vaizliğine atanmış ve 1971'de dört ay tutuklu kaldığı döneme kadar dini bir cemaat altında varlığını sürdürmüştür. Bu dönemden sonra cemaat, eğitim kurumları ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) vasıtasıyla kurumsal örgütlenme çalışmalarına başlamıştır. Gülen cemaati Soğuk Savaş bittikten sonra, Balkanlar'da ve Orta Asya'da yeni kurulan devletlerde okullar açmaya başlamıştır. 1997'de dinler arası diyalog politikasıyla kiliselerle iletişime geçmişlerdir. 1994 seçimlerinde Refah Partisi (RP) ile birlikte yükselen İslamcılık görüşüyle, Gülen örgütü de yükselmiştir. Ancak, İslamcı Refah Partisi'ne karşı, İlimli İslam'ı savunmuş ve bu görüş Türkiye ve Batı tarafından da destek bulmuştur.¹⁵²

¹⁵¹ Gizem Melek ve Huriye Toker, "Şiddet, Demokrasi ve Terör Bağlamında Ana Akım Medyanın Analizi: 15 Temmuz Darbe Girişimi", *Erciyes İletişim Dergisi Akademia*, 2017, Cilt:5, Sayı:1, s.225

¹⁵² Nebi Miş vd., "**15 Temmuz Girişimi Toplumsal Algı Araştırması**" *Raporu*, Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), İstanbul, 2018, s.12

Gülen Cemaati'ne baktığımız zaman uzun yıllara dayalı bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Bu süreç içerisinde cemaatin en çok önem verdiği şey eğitim olmuştur. Dünyanın birçok ülkesinde eğitim kurumları açarak insanları kendi görüşleri doğrultusunda eğittiğini söyleyebiliriz.

15 Temmuz 2016 tarihinde akşam saat 22.00'de İstanbul'da Boğaziçi ve Fatih Sultan Mehmet köprüleri askerler tarafından kapatılmış, Ankara'da Genelkurmay Başkanlığı binasından silah seslerinin duyulması, İstanbul ve Ankara semalarında alçaktan uçuş yapan savaş jetlerinin olması belirsiz bir gerginlik ve karmaşaya neden olmuştu. Olayların meydana geldiği anda hiç kimse tarafından bunun bir darbe kalkışması olduğu anlaşılamamıştır. Saat 23.00'te A Haber ve NTV'ye canlı yayınla bağlanan Başbakan Binali Yıldırım, bu durumun TSK içerisinde bir grubun emir komuta zinciri olmaksızın yürüttüğü kanunsuz bir kalkışma olduğunu açıklamıştır.¹⁵³

15 Temmuz günü darbe girişimiyle ilgili ilk sinyal, saat 16.00'da Milli İstihbarat Teşkilatı'na (MİT) Kara Havacılık Okulu'nda bir hareketlenme olduğuna dair gelen istihbarat olmuştur. MİT Başkanı Hakan Fidan Genelkurmay'a gelerek Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar, Genelkurmay 2. Başkanı Yaşar Güler ve Kara Kuvvetleri Komutanı Salih Zeki Çolak ile bir toplantı gerçekleştirmiştir. Toplantıda tedbir amaçlı tüm askeri uçuşların ve tüm birliklerin kışla dışına çıkmalarının yasaklanmasına dair kararlar alınmıştır. 15 Temmuz akşamı yaşanan ilk olay ise, saat 21.00'de Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar ve darbe karşıtı kuvvet komutanlarının rehin alınarak Ankara Akıncı üssüne götürülmeleridir. Amaç, darbeye karşı olan komutanları Fettullah Gülen ile görüştürerek darbeye destek vermelerini sağlamaktır. Rehin alınmaktan kurtulan Özel Kuvvetler Komutanı Zeki Aksakallı ve 1. Ordu Komutanı Ümit Dünder ellerindeki imkânlarla darbecilere karşılık vermiş ve bunun sonucunda beş asker darbeciler tarafından şehit edilmiştir.¹⁵⁴

Saat 22.00'de İstanbul'da Fatih Sultan Mehmet ve Boğaziçi köprüleri bir grup asker tarafından geçişe kapatılmıştır. Saat 23.05'te Başbakan Binali Yıldırım bir televizyon kanalında konuşma yaparak bunun bir kalkışma olduğunu ve bu girişime izin verilmeyeceğini açıklamıştır. Saat 00.00'te güvenlik kaynaklarınca, bu darbe girişiminin ordu içerisinde FETÖ/ Paralel Devlet Yapılanması (PDY) mensubu bir grup

¹⁵³ Sertaç Timur Demir, "15 Temmuz Darbe Girişimde Medya", *Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı* (SETA), İstanbul, 2016, s.9

¹⁵⁴ Miş, a.g.e., s.19

subay tarafından yapılmaya çalışıldığına dair açıklama yapılmıştır. Gece 00.11’de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Marmaris’ten Atatürk Hava Limanı’na hareket etmiştir. Bu sırada 00.13’te TRT’yi işgal eden darbeci subaylar darbe bildirisini TRT Spikerine okutmuşlardır.¹⁵⁵

Bildirinin herhangi bir başka kanalda değil de özellikle TRT’de okutulmasının önemli iki nedeni olabilir. Bu nedenlerden ilki Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’nun (TRT) Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kendi kanalı olması nedeniyle devleti temsil etmesi, ikinci neden de 12 Eylül 1980 darbesinin de TRT’de darbe bildirisi okunarak halka duyurulması olabilir. Böylece halkın hafızasını canlandırarak psikolojik olarak halka bunu kabul ettirmek olduğunu söyleyebiliriz.



Resim 3.1. TRT’de Darbe Bildirisinin Okunması¹⁵⁶

Darbe Bildirisi, darbeci subaylar tarafından “Yurtta Sulh Konseyi” adına TRT spikeri Tijen Karaç’a zorla okutulmuştur. Bu bildirim okutulmasındaki amacın halka darbe girişimini bildirmek ve girişimin başarılı olduğu algısını yaratmak olduğunu söyleyebiliriz. Aşağıda bu bildirinin tam metni yer almaktadır.¹⁵⁷ Bildiride sıkıyönetim uygulaması kapsamında ikinci bir emre kadar sokağa çıkma yasağı konulmuştur. Halkın, özellikle olayların yoğun yaşandığı İstanbul ve Ankara’da, sokağa çıkıp darbeye karşı hep birlikte hareket etmişlerdir.

¹⁵⁵ Anadolu Ajansı, “*Dakika Dakika FETÖ’nün Darbe Girişimi 15-20 Temmuz 2016*”, Elma Basım Yayınları, İstanbul, 2016, s.7

¹⁵⁶ Yeni Şafak, “15 Temmuz Korsan Darbe Bildirisi!”, <http://www.yenisafak.com/15-temmuz-korsan-darbe-bildirisi-h-2753353>, 2017, (Erişim tarihi: 13.10.2017)

¹⁵⁷ Mynet Haber, “TSK darbe bildirisi TRT 1’de okundu! İşte TRT darbe açıklaması”, <http://www.mynet.com/haber/guncel/tsk-darbe-bildirisi-trt-1de-okundu-iste-trt-darbe-aciklamasi-2541325-1>, 2016, (Erişim tarihi: 05.12.2017)

"Bu metnin, Tüm Türkiye Cumhuriyeti kanallarında yayınlanması Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bir isteği ve emridir. Türkiye Cumhuriyeti'nin değerli vatandaşları, sistematik bir şekilde sürdürülen Anayasa ve Kanun ihlalleri devletin temel nitelikleri ve hayati kurumlarının varlığı açısından önemli, bir tehdit haline gelmiş Türk Silahlı Kuvvetleri de dahil olmak üzere devletin tüm kurumları ideolojik saiklerle dizayn edilmeye başlanmış ve dolayısıyla görevlerini yapamaz hale getirilmiştir.

Gaflet, dalalet hatta hıyanet içerisinde olan Cumhurbaşkanı ve hükümet yetkilileri tarafından temel hak ve hürriyetler zedelenmiş Kuvvetler ayrılığına dayalı laik ve demokratik hukuk düzeni fiilen ortadan kaldırılmıştır. Devletimiz, uluslararası ortamda hak ettiği itibarını yitirmiş ve evrensel temel insan haklarının göz ardı edildiği, korkuya dayalı otokrasi ile yönetilen bir ülke haline getirilmiştir. Siyasi idarenin aldığı hatalı karar ile mücadeleden geri durduğu terör tırmanarak birçok masum vatandaşın ve teröristle mücadele eden güvenlik görevlerimizin hayatına mal olmuştur. Bürokrasi içindeki yolsuzluk ve hırsızlık ciddi boyutlara ulaşmış. Ülke sathında bununla mücadele edecek hukuk sistemi işlemez hale getirilmiştir. Bu ahval ve şerait altında yüce Atatürk'ün önderliğinde milletimizin olağanüstü fedakarlıklar ile kurduğu bugünlere getirdiği Cumhuriyetimizin kurucusu olan Türk Silahlı Kuvvetleri Yurt'ta Sulh, Cihan'da Sulh ilkesinden hareketle vatanın bölünmez bütünlüğünü, milletin ve devletin bekasını devam ettirmek, Cumhuriyetimizin kazanımlarının karşı karşıya kaldığı tehlikeleri bertaraf etmek, hukuk devleti önündeki fiili engelleri ortadan kaldırmak milli güvenlik tehdidi haline gelmiş olan yolsuzluğu engellemek terörizm ve terörün her türlü sülü ile etkin mücadele yolunu açmak temel evrensel insan haklarını mezhep ve etnisite ayrımı gözetmeksizin tüm vatandaşlarımız için geçerli kılmak laik, demokratik ve sosyal hukuk devleti ilkesi üzerine oturan Anayasal düzeni yeniden tesis etmek devletimizin ve milletimizin kaybedilen uluslararası itibarını yeniden kazanmak, uluslararası ortamda barış, istikrar ve huzurun temini için daha güçlü bir ilişki ve iş birliğini tesis etmek maksadıyla yönetime el koymuştur.

Devletin yönetimi, teşkil edilen Yurtta Sulh Konseyi tarafından deruhte edilecektir. Yurtta Sulh Konseyi, BM, NATO ve diğer tüm uluslararası kuruluşlar ile oluşturulmuş yükümlülükleri yerine getirecek her türlü tedbiri almıştır. Meşruiyetini kaybetmiş siyasi iktidara görevden el çektirilmiştir."

Bunda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın CNN Türk kanalının canlı yayına bağlanarak konuşmasının da etkisi olmuştur. CNN Türk Ankara Temsilcisi Hande Fırat, saat 00:26'da telefonundan FaceTime uygulamasını kullanarak, Cumhurbaşkanı Erdoğan ile halkı bir araya getirmiştir. Bu görüşmede Erdoğan, belli bir azınlıkta ve ayrılıkçı olanların gerçekleştirdiği darbe girişimine karşı bütün halkı meydanlara davet etmiştir. Türkiye'nin her yerinde ise halk, televizyon programları ve sosyal medya aracılığıyla organize olarak bu girişimi protesto etmek amacıyla sokaklara akın etmiş ve böylece darbe girişiminin sonunu getiren en kritik eylem

başlamıştır.¹⁵⁸ 15 Temmuz gecesinden 16 Temmuz akşamına kadar darbe girişiminde yaşanan diğer olaylar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

- Saat 01:01'de Ankara Emniyet Müdürlüğü, savaş uçağı ve helikopterlerle darbecilerin saldırısına uğramıştır.
- Saat 02.00'de FETÖ üyesi askerler gözaltına alınmaya başlanmıştır.
- Saat 02.20'de Gölbaşı Harekât Daire Başkanlığı ve TÜRKSAT havadan darbecilerin saldırısına uğramıştır.
- Saat 02.30'da Cumhurbaşkanlığı külliyesine girmeye çalışan 3'ü rütbeli 13 asker gözaltına alınmıştır.
- 02.42'de Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) bombalanmıştır.
- Saat 03'te TRT'NİN binasını ele geçiren darbeci askerler gözaltına alınım ve böylece TRT normal yayına dönmüştür.
- 03.20'de Cumhurbaşkanı Erdoğan İstanbul'a geldi.¹⁵⁹
- Saat 04.00'te Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı darbe girişiminde bulunan yargı görevlileri ve sözde "Yurtta Sulh Komitesi" ne gözaltı kararı verdi.
- Saat 4.20'de Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın kaldığı otele helikopterlerden ateş açıldı ve helikopterden inen maskeli ve ağır silahlı kişiler tarafından otel ablukaya alındı.
- Saat 04.54' iki F-16 uçağı, 'düşürme' yetkisiyle Erzurum'dan havalandı.
- Saat 06:30'da TÜRKSAT'ı bombalayan helikopter düşürülmüştür.
- Saat 7.00'de Ankara'da Jandarma Genel Komutanlığı'nın yakınına askeri uçaktan bomba atıldı.
- 07.35'te Türkiye genelinde 754 TSK mensubu gözaltına alındı.
- Saat 06:00'dan itibaren darbeye karışan üst rütbeli komutan ve generaller gözaltına alınmıştır.
- Saat 08.26'da Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar Akıncı Üssü'ne düzenlenen bir operasyonla kurtarıldı.
- 16 Temmuz akşamı saat 13.00 Başbakan Binali Yıldırım darbenin bastırıldığını açıkladı darbe kontrol altına alınarak girişim sona ermiştir.
- Darbe girişimi sırasında sokaklarda mücadele veren halktan 249 kişi şehit olurken, 2 bin 193 kişi de gazi olmuştur.¹⁶⁰

¹⁵⁸ Demir, a.g.e., s.10

¹⁵⁹ Anadolu Ajansı, a.g.e., s.7

¹⁶⁰ Haberler.com, "İşte 15 Temmuz Darbe Girişimi Sırasında Saat Saat Yaşananlar", <https://www.haberler.com/iste-15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-saat-saat-9833738-haberi/>, 2017, (Erişim tarihi:08.12.2017)

15 Temmuz darbe girişimi sırasında muhalefet partilerinden ilk açıklama MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'den geldi. Bahçeli, 23.48'de Başbakan Binali Yıldırım'ı arayarak bu kalkışmanın kabul edilemez olduğunu söyleyerek Türkiye Cumhuriyeti'nin seçilmiş hükümetinin arkasında olduğunu belirtmiştir. CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu ise 01.07'de yazılı bir açıklama yaparak, "Bu ülke darbelerden çok çekmiştir. Aynı sıkıntıların yeniden yaşanmasını istemiyoruz. Cumhuriyete ve demokrasimize sahip çıkıyor, inancımızı eksiksiz bir şekilde koruyoruz" şeklinde açıklama yapmıştır. Muhalefet partilerinden son açıklama, saat 01.30'da HDP'den geldi. HDP Twitter'da, "Türkiye'nin içinden geçtiği bu zorlu ve kritik dönemde, gerekçesi ne olursa olsun hiç kimse kendini halkın iradesi yerine koymamalıdır. HDP, her koşulda ve ilkesel olarak her tür darbeye karşıdır. Demokratik siyasete sahip çıkmak dışında bir yol yoktur" mesajını iletmiştir.¹⁶¹

15 Temmuz darbe girişimini başarısız olmasında en büyük etkenlerden biri halkın sokaklara çıkarak direniş göstermesidir. Direniş hareketinin başlamasında ise en önemli şey halkın milli duygularla organize olmasıdır. Bunda en büyük pay her an ve her yerde insanların iletişim kurabildiği sosyal medya platformlarıdır.

15 Temmuz'dan itibaren geceleri meydanlarda demokrasi nöbetleri tutuldu. 23 Temmuz 2016'da kara ve deniz yoluyla milyonlarca insan Yenikapı'da yapılacak mitinge katılmak için gelmiştir. Darbe girişiminin ardından başlayan demokrasi nöbeti, 23'üncü gününde Yenikapı'da milyonlarca kişinin tanıklığında zirve yapmıştır. 81 ilde meydanlara kurulan dev ekranlardan izlenen mitingle, tüm dünyaya 'Türkiye tek yürek' mesajı verildi. Anadolu Ajans'ın bir gün sonraki haberine göre mitinge katılım sayısı 5 milyon olarak açıklanırken; ABD basını ise 1 milyondan fazla kişinin bulunduğu bilgisini paylaşmıştır.¹⁶²

TSK'da görev yapan FETÖ mensubu bir gurup askerin kalkıştığı bu darbe girişimi darbe ve medya psikolojisi ve sosyolojisi yönünden yeni değerler üretmiştir. Her şeyden önce bu girişim 27 Mayıs, 12 Eylül darbeleri ve 28 Şubat muhtırasından farklı bir askeri adımdır. Önceki darbeler ve muhtıralar hükümetteki görevlilere karşı yapılmıştır. Ancak 15 Temmuz kalkışmasında silahlar darbe karşısında duran ve mücadele eden halka da doğrultulmuştur. Ayrıca bu kalkışma TSK'nın emir komuta zincirinin tamamen dışında bir grup

¹⁶¹ Miş vd., a.g.e., s.54

¹⁶² Hürriyet, "Yenikapı'daki Mitinge Kaç Milyon Kişi Katıldı?", <http://www.hurriyet.com.tr/buyuk-bulusma-haydi-yenikapı-mitingine-40183980>, 2016, (Erişim tarihi: 20.01.2018)

tarafından gerçekleştirildiği ileri sürülmüştür. Bu nedenle, 15 Temmuz darbe kalkışması asker desteklidir, fakat askeri değildir.¹⁶³

3.2. DARBE VE MEDYA İLİŞKİSİ

3.2.1. Geleneksel Medya'nın Darbelere Bakış Açısı

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde yaşanan darbelere medyanın rolü oldukça büyük olmuştur. Darbelerin yaşandığı günü teknolojik koşullarına göre darbeci askerler medyayı en etkin şekilde kullanmışlardır.

27 Mayıs 1960 gecesi yaşanan askeri darbe halka radyo aracılığıyla sabah 05.25'te duyurulmuştu. Radyodan gelen ilk anons "Türk Silahlı Kuvvetleri Türk vatandaşlarını radyolarının başına davet eder" cümlesiydi. Hemen arkasında Kurmay Albay Alparslan Türkeş, ordunun ülke yönetimine el koyduğunu belirten bildiri okumuştur. Bu darbe Başbakan Adnan Menderes'i idama götürmüştür. 1960 darbesinde yirmi yıl sonra, 12 Eylül 1980'de ikinci bir darbe daha olmuştur. 12 Eylül darbesinde evlere yeni girmeye başlayan televizyonla, Kenan Evren ve dönemin tek televizyon kanalı olan TRT ekranlarından halka görünmüş ve demokrasiyi sağlam temeller üzerine oturtmayı hedeflediklerinin altını çizerek darbe bildirisini okumuştur. Dönemin TRT spikeri Mesut Mertcan'a da daha fazla kesime ulaşma imkânı sunan radyo aracılığıyla darbe bildirisi tekrar edilmiştir: Bildiri, "Türk Silahlı Kuvvetleri emir ve komuta zinciri içinde ülke yönetimine bütünüyle el koydu." şeklinde başlamıştır. Televizyonla birlikte darbe sadece yazı ve sesten çıkarak görüntü yoluyla duyurulmaya başlanmıştır. 1990'lı yıllarda televizyon kanallarının egemen oluşu 28 Şubat 1997 muhtırasında oldukça etkin bir rol üstlenmiştir.¹⁶⁴

1960 ve 1980 darbelerinin yaşandığı dönemlerde tek yönlü bir medya vardı. Televizyon kanalı olarak ise sadece devlet televizyonu TRT vardı. 1960 darbesi yaşandığında anlık bilgi iletecek kitle iletişim aracı olarak sadece radyo bulunmaktaydı. 1980 darbesi sırasında ise, tek kanallı devlet televizyonu vardı, ancak yaygın değildi. Bu darbe hem radyo hem de televizyon aracılığıyla halka duyurulmuştur. Radyo ve televizyonun tek yönlü iletişim araçları olması ve halkın örgütlenmesine sağlayabilecek sosyal medya gibi iletişim araçlarının olmaması

¹⁶³ Demir, a.g.e., s.9

¹⁶⁴ Demir, a.g.e., s.8

halkın darbelere karşı herhangi bir tepki gösterememesinin nedenleri arasında olduğunu söyleyebiliriz.

Toplumsal olaylarda ve darbe girişimlerinde failerin göz önünde bulundurduğu en önemli konulardan birisi de medya kontrolü olmuştur. Medya 1960, 1980 ve 28 Şubat darbelerinde, mesajların halka duyurulmasında, kitlelerin kontrol altında tutulması ve yönetilmesinde önemli bir araç olmuştur. Yaşanan bu darbeleri planlayan kişilerin yaptığı ilk şey radyo ve televizyon yayınlarını ele geçirmektir. Bazı durumlarda, Türkiye’de 28 Şubat 1997’de olduğu gibi, medya darbeye araç olarak kullanılmıştır.¹⁶⁵

Medya, Cumhuriyet tarihi boyunca yaşanan toplumsal krizlerde ve darbelere aktif olarak rol oynamış ve bunların sonuçlarını doğrudan etkilemiştir. Geleneksel olarak darbe girişimlerinde darbecilerle uyumlu hareket eden medya, 15 Temmuz 2016’da meydana gelen darbe girişiminde, farklı tavır sergileyerek, darbeye direniş için sokaklara ve meydanlara çıkan halkla aynı doğrultuda hareket etmiştir. Geleneksel medyanın bu tavır bireysel ve kitle iletişim araçlarıyla beraber daha fazla güç kazanmış ve darbe girişiminin başarısız olmasında önemli bir rol oynamıştır.¹⁶⁶

2000’li yıllardan itibaren internete akıllı cep telefonları üzerinden ulaşılması ve kısa bir süre içerisinde toplumda yaygın hale gelmesi, iletişimde yeni bir boyut açmıştır. İletişim araçlarındaki bu hızlı gelişmeler darbe kültürünün temelini sarsamasa da darbelerin yöntemi ve darbeye mücadelede halka yeni imkânlar sağlamıştır. Örneğin, 27 Nisan 2007’de Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan e-muhtıra gibi sadece internet aracılığıyla bile hükümetler uyarılabilmiş ve büyük ölçekli medya kuruluşları ikinci plana atılabilmektedir.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Devran ve Özcan, “15 Temmuz Darbe Girişimi: Gelenekselden Yeniye Medya Araçlarının Kullanımı”, *Online Academic Journal of Information Technology*, Cilt:7, Sayı:25, 2016

¹⁶⁶ Demir, a.g.e., s.23

¹⁶⁷ Demir, a.g.e., s.8



Resim 3.2. Darbe Girişiminde Televizyonların Canlı Yayınları¹⁶⁸

Türkiye'de 15 Temmuz 2016'da yaşanan darbe girişimde medya, diğer darbelerdeki tavrının aksine hükümetin yanında yer almıştır. Cumhurbaşkanı ve Başbakan'ın darbe girişimine karşı direnme çağrılarını yayınlarak darbecilere karşı milli iradeyi desteklemişlerdir. Bu destek sonucunda bazı medya organları darbeciler tarafından kontrol altına alınmaya çalışılmıştır.¹⁶⁹

3.3. SOSYAL MEDYANIN 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİNE ETKİSİ

15 Temmuz 2016 darbe girişiminde yaşanan en önemli tarihi olaylardan birisi, sosyal medya araçları üzerinden yayılan haber ve görüntüler sayesinde halk arasında karşılık vermiştir. Aynı şekilde seçime göreve gelen hükümet yetkililerinin Türk halkına mesajları sosyal medya aracılığı ile sağlanabilmiştir. İletişim karşılıklı etkileşimi, etkileşim de hareketi getirmektedir. Darbe girişiminin yaşandığı gece olaylara şahit olan kişiler sosyal medya hesapları üzerinden, olaylarla ilgili yaşadıklarını paylaşmıştır. İlk önce anlam verilemeyen askeri hareketlilikler yorumlanmış ve daha sonra bunun bir darbe girişimi olduğu anlaşılmıştır.¹⁷⁰

Darbe girişiminin engellenmesinde en önemli etkenlerden birisi, güvenlik kuvvetleriyle beraber Türk halkının büyük fedakârlıkla mücadele vermesidir.

¹⁶⁸ Demir, a.g.e. s.8

¹⁶⁹ İsmail Çağlar, Mehmet Akif, Memmi, ve Fahrettin Altun, "15 Temmuz'da Medya Darbe ve Direnişin Mecrası" SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, 1. Baskı, İstanbul, 2017, 2.22

¹⁷⁰ Ahi, a.g.e. s.1.

Güvenlik birimlerinin strateji geliştirmesinde ve milletin darbe karşısında örgütlenmesinde ve direniş göstermesinde medya hayati bir rol oynamıştır. Bu durum darbeci askerlerin planlarını etkilemiş ve cesaretlerini kırmıştır. Sosyal medya üzerinde hızlı bir şekilde yayılan resim ve videolar, halkta darbe karşıtı duyguların gelişmesinde ve halk egemenliğine dayalı demokrasinin öne çıkmasında büyük etkisi olmuştur.¹⁷¹Olayların yaşandığı yerlerde halktan insanlar, gelişmeleri internet üzerinde anında aktarmıştır. Tankların önünde kendini siper eden ve direnen insanların görüntülerinin sosyal medya aracılığıyla yayılması halka moral ve direnme gücü vermiştir. İnternet yayınları ve televizyon haber kanalları sabaha kadar aralıksız yayınlarını sosyal medya desteğiyle sürdürerek darbeyi engellemede etkili olmuşlardır.¹⁷²

Halk arasında darbe girişimi ile ilgili paylaşılan bilgilerin sosyal medya platformları üzerinden hızlı bir şekilde yayılması, halkın geç kalmadan duruma zamanında müdahale etmesinde büyük rolü olduğunu görmekteyiz. Ayrıca kitleleri buluşturan ve halkın birbirinden güç alarak darbecilere karşı direniş göstermesinde sosyal medyanın büyük bir psikoloji araç görevini de gördüğünü söylemek yanlış olmaz. Bu darbe girişimi sırasında sosyal medya siteleri kamuoyunu darbe karşısında örgütlemeye ve ortak bilincin oluşmasında en önemli faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Darbe gecesi sosyal medya aracılığıyla, kamuoyunun darbe karşısında birleşmesi, Türkiye siyasetine ve geleceğine yön veren büyük bir toplumsal hareket olarak değerlendirilebilir.

Günümüz iletişim ve teknoloji araçları olmasaydı veya tüm iletişim kanallarına el konulma gibi bir durum söz konusu olsaydı halk ve kurumlar bu kadar hızlı tepki gösterme imkânı bulamayabilirdi. Örneğin, o gece televizyon kanallarının tümüne el konulduğunu ve tüm internet bağlantısının engellendiğini varsayalım. Böyle bir durumda tüm Türkiye, darbecilerin köprülerin kapattığını tankların sokaklara çıktığını ve savaş uçaklarının uçtuğunu bilmeyecek, Hükümetin ve güvenlik görevlilerinin müdahalesini ve mücadelesini öğrenemeyecekti. İletişim kanallarının açık kalmasıyla ilk elden haberler alınabildi ve haberlerin özgür bir şekilde yayılma imkânı elde edildi. Toplumun tamamı, darbe girişiminin karşısında olduğunu göstererek demokrasinin yanında, darbelerin ise karşısında olduğunu bir kez daha tüm dünyaya göstermiş oldu.¹⁷³

¹⁷¹ Demir, a.g.e., s.14

¹⁷² Ahi, a.g.e., s.1

¹⁷³ Ahi, a.g.e., s.1

3.3.1. 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Sosyal Medya Siteleri

15 Temmuz darbe girişiminin engellenmesinde, daha önce belirttiğimiz gibi, sosyal medya sitelerinin rolü çok büyük olmuştur. Bu ağlar aracılığıyla kamuoyu bilgilenmiş, organize olmuş ve milli duygularla ortak paydada birleşmişlerdir. Darbe girişimi gecesine öne çıkan sosyal ağlar; en büyük sosyal medya haber sitelerinden Twitter, daha sonra Facebook ve Youtube gibi siteler olmuştur. 15 Temmuz gecesi bu sosyal ağlarda neler yaşandığına ve ne tür haberler yayınlandığına, bu haberlerin kamuoyunu ne şekilde etkilediğine ve kamuoyunda nasıl tepkiler verildiğine değineceğiz.

Sosyal Medya, siyasi eylemlerin nedenlerinden biri olmadığı halde toplumlar siyasi eylemlerde sosyal medya araçlarını bir örgütlenme ve iletişim platformu olarak kullanmaktadırlar.¹⁷⁴ Toplumsal örgütlenme alanında sosyal medyanın önemi son yıllarda giderek artan bir şekilde rol almıştır. İletişim alanında yaşanan gelişmeler ve toplumların bilgi toplumuna geçişiyle birlikte zaman ve mekândan bağımsız bir iletişim şeklini meydana getirmiştir. Özellikle Facebook, Twitter, Periskop gibi anında kitlelerle iletişimin sağlanabildiği sosyal paylaşım ağlarının yaygınlaşmasıyla toplumsal hareketlerde siyasal propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır. 15 Temmuz darbe gecesinin kırılma noktasının halkın örgütlenmesinde ve sokağa dökülmesinde etken gücün sosyal medya olduğu görülmüştür. Bu anlamda değerlendirildiğinde sosyal medya tartışılmaz bir güç olarak ortaya çıkmıştır.¹⁷⁵

3.3.1.1. FaceTime

Facetime ilk kez 2010 yılında Apple'ın sadece Apple kullanıcıları için hizmete açtığı görüntülü bir konuşma servisedir.¹⁷⁶ 15 Temmuz darbe kalkışmasında saat 00:26'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, CNN Türk'e Facetime üzerinden bağlanarak darbeye karşı halkı direnişe ve meydanlara davet etmiştir. Bu konuşmanın tam metni aşağıda yer almaktadır.¹⁷⁷

¹⁷⁴ Ceyhun Yaşar Halıcı, "Toplumsal Hareketlere Etkisi Bakımından Sosyal Medya" <http://www.umut.org.tr/userfiles/files/Ceyhun%20Ya%C5%9Far%20Hal%C4%B1c%C4%B1.pdf>, 2016, Erişim tarihi: 20.01.2018

¹⁷⁵ Batmaz, a.g.e., s.5

¹⁷⁶ Apple, http://www.veapple.com/Haber-171-facetime_nedir_nasil_kullanilir.html, FaceTime nedir? Nasıl Kullanılır, 2012 (Erişim tarihi: 09.12.2017)

¹⁷⁷ Devran ve Özcan, a.g.e., s.83



Resim 3.3. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 15 Temmuz FaceTime görüşmesi¹⁷⁸

"Şu anda bu milletin imkânlarıyla ortaya konmuş olan tankı, topu, uçağını, helikopterini kullanarak milletin üzerine gelmenin bedelini bunlar çok ağır ödeyeceklerdir. Bu konuda gerek Cumhurbaşkanı olarak gerek Başbakanımız, hükümetimiz olarak bizler atılması gereken adımlar neyse dik durmak suretiyle bu adımı atacağız. Bunun bedelini asla bizler farklı bir şekilde yorumlayamayız ve meydanı da onlara bırakamayız. Yapmış oldukları işgalde çok kısa sürede ortadan kaldıracığımızı inanıyorum. Kararlı bir şekilde bu işin üzerine gideceğimizi özellikle bildirmek istiyorum ve bu konuda bu kararlılığımızı kimsenin test etmeye de gücü yetmeyecektir.

*Bu arada milletime de bir çağrı yapıyorum, oda şudur, milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. Havalimanlarına davet ediyorum ve milletçe meydanlarda, havalimanında toplanalım ve bunların o azınlık grubu, tanklarıyla, toplarıyla gelsinler ne yapacaklarsa halka orada yapsınlar. Halkın gücünün üstünde bir güç ben tanımadım bugüne kadar."*¹⁷⁹

CNN Türk Televizyonu ekranlarında canlı yayınlanan bu görüşmenin videosu eş zamanlı olarak sosyal medya ağları üzerinden hızlı bir şekilde topluma yayılmıştır. Kısa süre içerisinde büyük yankı getiren bu davet darbe girişiminin sonucunu etkileyen en önemli eylemlerden birisi olmuştur.¹⁸⁰

3.3.1.2. Twitter

Twitter, 2006'da Jack Dorsey tarafından geliştirilen mikroblog sitesi olan Twitter, ilk çıktığı dönemlerde sadece 140 karakter yazı paylaşımına izin

¹⁷⁸ Youtube, "Erdoğan FaceTime", <https://www.youtube.com/watch?v=D4D56etTJJl>, 2016, (Erişim tarihi: 15.10.2017)

¹⁷⁹ CNN Türk, "Erdoğan: Milletimizi Meydanlara Davet Ediyorum", <https://www.cnnturk.com/turkiye/erdogan-milletimizi-meydanlara-davet-ediyorum>, 2016, (Erişim Tarihi: 09.12.2017)

¹⁸⁰ Demir, a.g.e., s.10

vermekteydi. Günümüzde ise resim ve video paylaşımları da yapılabilmektedir. Dünyanın her tarafında birçok kullanıcısı olan en popüler sosyal medya mikrobloglarından birisidir. Twitter, Türkçe dil desteği ile 2011 Nisan ayından itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Twitter'dan yapılan paylaşımların her birine Tweet adı verilmiştir. Yapılan paylaşımları görebilecek kişiler sınırlandırılabilir ya da paylaşımlar herkese açık şekilde ayarlanabilir. Ayrıca karşı tarafa doğrudan mesaj gönderilebilir ve takip edilebilir.¹⁸¹

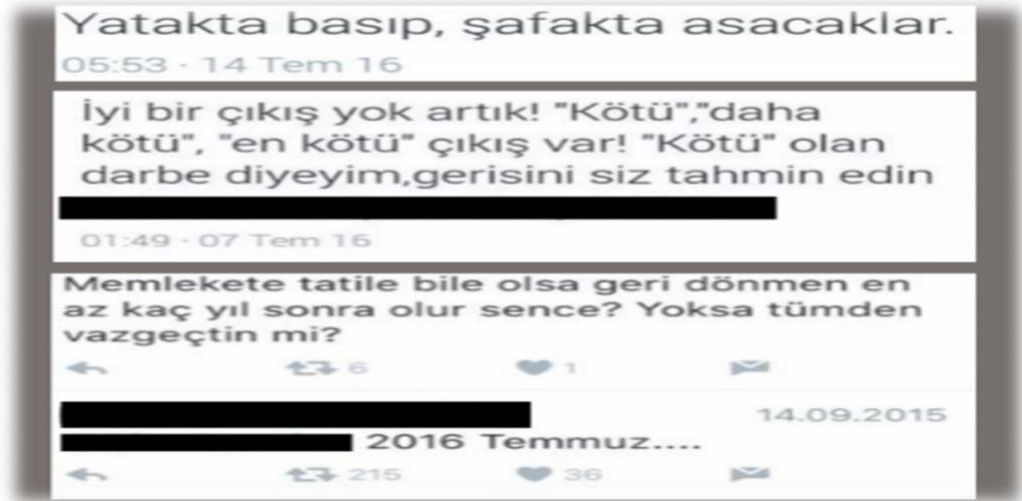
15 Temmuz darbe girişimi sırasında ve daha sonrasında kullanılan hashtagler (#sözcük ya da söz öbeği) ve atılan tweetlere bakıldığında, Twitter'ın sadece darbe girişimine karşı gösterilen direncin bir kaynağı olmadığını, bunun yanında FETÖ yanlısı Twitter hesapları bilgi kirliliğine olanak tanıdığı görülmektedir. FETÖ'ye yakınlığı ile bilinen bazı kişiler, 15 Temmuz tarihinden önce Twitter hesaplarından attıkları tweetlerin darbeyi işaret etmesi ya da darbe imaları içeren tweetler atıldığı görülmüştür. Örneğin, Eylül 2015'de ABD'de yaşayan FETÖ'ye yakınlığı ile bilinen bir gazeteci*, bir Twitter kullanıcısının sorduğu "Ülkeye ne zaman döneceksiniz?" sorusuna "Temmuz 2016" cevabını vermiştir. FETÖ yanlısı başka bir gazeteci 15 Temmuz'dan sekiz gün önce attığı bir tweette "İyi bir çıkış yok artık! 'Kötü', 'daha kötü', 'en kötü' çıkış var! 'Kötü' olan darbe diyeyim, gerisini siz tahmin edin" şeklindeki mesajında günler öncesinde darbeyi haber vermiştir. Bir başka FETÖ yanlısı gazeteci de 14 Temmuz 2016'da "Yatakta basıp, şafakta asacaklar" mesajını paylaşmıştır.¹⁸²

Twitter'da FETÖ yanlısı kişilerin darbe öncesi yaptığı bu paylaşımlara bakıldığı zaman açık açık darbe mesajları verildiği görülmektedir. Hatta bir gün öncesinde yapılan paylaşımda darbenin nasıl sonuçlanacağı ile ilgili bilgi vermiştir. Bu nedenle sosyal medya sitelerinde bu tür paylaşımların dikkate alınarak, ihbar niteliğinde kabul edilmelidir. Aşağıda Twitter'da paylaşılan bu mesajların ekran görüntüsü yer almaktadır.

¹⁸¹ Güncel Makaleler, "Twitter Nedir? Ne İşe Yarar? Nasıl Kullanılır?" <http://www.guncelmakaleler.com/twitter-nedir-ne-ise-yarar-nasil-kullanilir/>, 2017, (Erişim tarihi: 09.12.2017)

* İç İşleri Bakanlığı'nın arananlar listesinde ismi geçmektedir.

¹⁸² Miş, vd., a.g.e., s.65-66



Resim 3.4. Darbeyi önceden haber veren FETÖ yanlısı gazetecilerin tweetleri ¹⁸³

FETÖ yanlısı gazetecilerin dışında, darbe girişiminde bir ay önce bazı sosyal medya hesaplarında darbe olacağına dair tweetler atılmıştır. Bunlardan biri @Onlycompatriot kullanıcı adı ile 23 Haziran 2016'da bir diğeri ise @gskraliddaci06 kullanıcı isimli kişinin 18 Haziran 2016 attığı tweetlerdir. Paylaşılan tweetler aşağıdaki ekran görüntülerinde yer almaktadır.



Resim 3.5. Darbeyi önceden haber veren tweetler¹⁸⁴

15 Temmuz akşamı Boğaziçi Köprüsü'nün tanklarla kapatıldığı zaman Twitter'da ilk olarak #DarbeyeHayır hashtagi kullanılmıştır. Daha sonra Atatürk

¹⁸³ Miş vd., a.g.e., s.66

¹⁸⁴ Haberler.com, "Sosyal Medyada Darbe Olacağını 1 Ay Öncesinden Bildiler", <https://www.haberler.com/sosyal-medyada-darbe-olacagini-1-ay-oncesinden-8620666-haberi/>, 2016, (Erişim tarihi: 17.10.2017)

Havaalanını da kapattıkları haberi yayılınca, Twitter’da #AtatürkHavalimanı hashtagi ile halk havaalanına yönlendirilmeye çalışılmıştır. Darbecilerin işgal ettiği Vatan Caddesi’ne halkı yönlendirebilmek için ise #VatanCaddesi hashtagi kullanılmıştır. Darbeciler her nereye yönlenmişse sosyal medya aracılığıyla halkta o tarafa yönlendirilmiştir. Nitekim camilerde eş zamanlı ezan ve selâların okunması, insanların meydanlara çıkması ile sosyal medya üzerindeki mesaj ve paylaşım yoğunluğunun ciddi oranda örtüştüğü görülmektedir.¹⁸⁵

Halkın kitleler halinde meydanlara çıkmasında ve darbecilerin bulunduğu yerde toplanmalarında ve de ayrıca ülke genelinde tüm camilerde eş zamanlı selâ okumasından Twitter ve diğer sosyal medya sitelerinin büyük katkıları olduğunu söyleyebiliriz. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın darbe gecesini televizyonda yaptığı çağrı sonrası resmi Twitter hesabından da halkı demokrasiye sahip çıkmak için havalimanlarına ve meydanlara davet eden tweeti atmıştır.



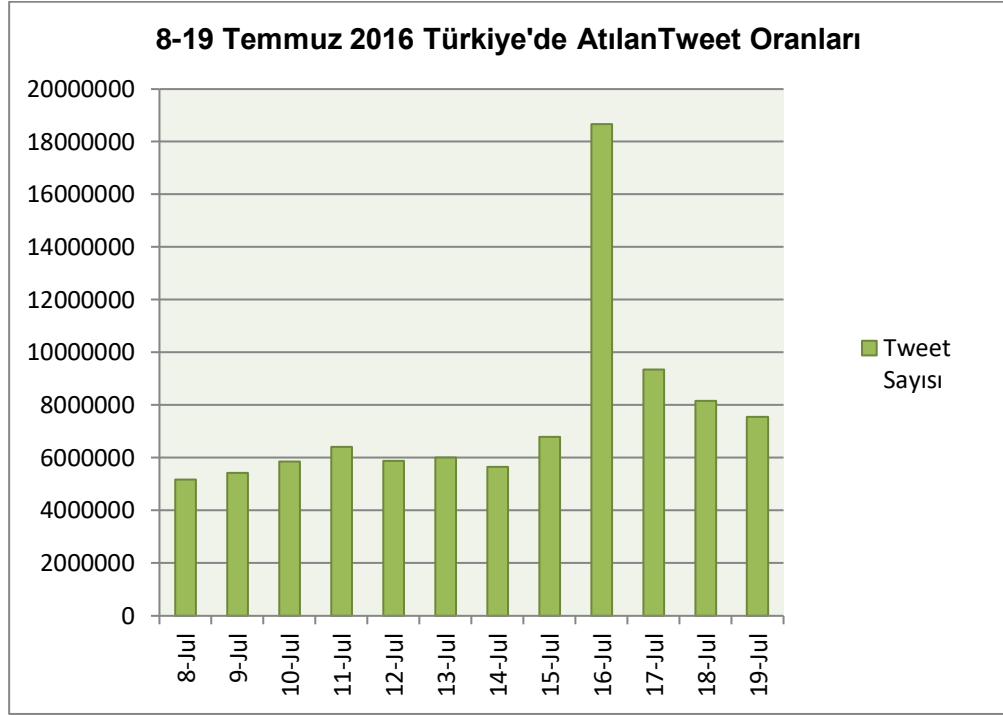
Resim 3.6. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın resmi Twitter hesabından yaptığı çağrı¹⁸⁶

15 Temmuz gecesini saat 22.00’de Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın FaceTime aracılığıyla CNN Türk’te yaptığı konuşmadan itibaren tweet sayısında sürekli bir artış olmuştur. 16 Temmuz gecesinden itibaren artış oranı %223’lere ulaşmıştır.

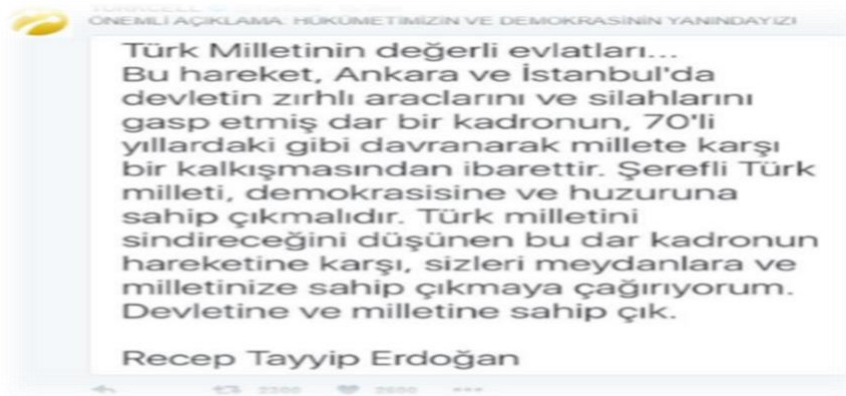
¹⁸⁵ Devran ve Özcan, a.g.e., s.82

¹⁸⁶Twitter, “Recep Tayyip Erdoğan Twitter Resmi Web Sitesi” https://twitter.com/RT_Erdogan/status/754067631905312768, 2016, (Erişim tarihi: 18.10.2017)

Grafik 3.1. 8-19 Temmuz 2016 darbe girişimi ile ilgili tweet oranları¹⁸⁷



Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın halka yaptığı bu çağrıdan sonra birçok sivil kuruluşlar sosyal medya üzerinden halkı darbecilere karşı direnişe çağırmıştır. En erken refleksi ise Türkiye'nin en büyük GSM operatörü Turkcell saat 00:38'de Twitter resmi hesabında hükümete destek vererek göstermiştir. Ayrıca Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın darbe karşıtı mesajını 35 milyon Turkcell hattına SMS olarak göndermiştir.¹⁸⁸



Resim 3.7. Turkcell'in Darbe Karşıtı Tweeti¹⁸⁹

¹⁸⁷ Miş vd., a.g.e., s.67

¹⁸⁸ Devran ve Özcan, a.g.e., s.83

¹⁸⁹ Wikiwand, "2016 Türkiye Askerî Darbe Girişimi", <http://www.wikiwand.com/tr/2016-T%C3%BCrkiye-asker%C3%AE-darbe-giri%C5%9Fimi>, 2016, (Erişim tarihi: 18.10.2017)

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın halka yaptığı bu davetten sonra birçok siyasi liderin sosyal medya hesaplarından yaptıkları açıklamalarla beraber halkın sokağa çıkması hızlanmıştır. Darbe girişimi televizyon ve radyo kanallarından canlı yayınlarla gösterilirken sosyal medya hesaplarında en çok kullanılan ise Twitter olmuştur. Siyasi liderlerin darbe girişimi esnasında ve daha sonrasında Twitter hesapları üzerinden yaptıkları açıklamalar darbenin başarısızlığa uğramasında ve halkın darbe kalkışması haberini çok hızlı bir şekilde almasını sağlamıştır.¹⁹⁰

15 Temmuz gecesi Cumhuriyet Halk Partisi lideri Kemal Kılıçdaroğlu Resmi Twitter hesabında CHP olarak darbenin karşısında yer aldıklarını ve demokrasiye sahip çıktıklarını halka arz etmiştir.¹⁹¹

Kemal Kılıçdaroğlu 15 Temmuz akşamı 21:20 uçağıyla İstanbul'a hareket etmiş ve darbe girişimi haberini uçak indiği esnada almıştır. Hemen Ankara'ya dönmek istese de uçakların kalkamamasından dolayı sabah kara yoluyla Ankara'ya ulaşabilmiştir. Geceyi Bakırköy Belediye başkanının evinde geçiren Kılıçdaroğlu, başbakan ve meclis başkanıyla telefon görüşmeleri yaparak bilgi almıştır. Mecliste olan CHP milletvekillerine oradan ayrılmamalarını, diğer vekillerin de meclise gitmelerini istemiştir. Kılıçdaroğlu 16 Temmuz'da meclisin olağan üstü toplantısında darbeyi lanetleyerek CHP olarak darbenin karşısında olduklarını söylemiştir.¹⁹² Kemal Kılıçdaroğlu'nun 15 Temmuz gecesi attığı tweetler aşağıda yer almaktadır.



Resim 3.8. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun Darbe Karşıtı Tweeti¹⁹³

¹⁹⁰ (Ekrem Yaşar Akçay, 2017), "15 Temmuz Darbe Girişimi Çerçevesinde Dijital Diplomasinin Kullanımı", "27 Mayıs 1960'dan 15 Temmuz 2016'ya Darbeler, Geçmişten Günümüze Darbe Olgusu ve Millet Egemenliği Kültürü" Uluslararası Sempozyumu, 2017, (Erişim tarihi: 03.01.2018),

¹⁹¹ Twitter, "Kemal Kılıçdaroğlu Resmi Twitter Hesabı ", <https://twitter.com/kilicdarogluk>, 2016, (Erişim tarihi: 03.01.2018)

¹⁹² Yeni Şafak "15 Temmuz Darbe Girişimi/ Kemal Kılıçdaroğlu", <https://www.yenisafak.com/15temmuz/kemal-kilicdaroglu-kisi-detay>, 2017, (Erişim tarihi: 02.01.2018)

¹⁹³ Twitter, "Kemal Kılıçdaroğlu Resmi Twitter Hesabı

15 Temmuz gecesi MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli ve kurmayları, darbe girişiminden birkaç saat önce Genel Merkez binasından ayrılmışlardı. Bahçeli, kalkışmada uçaklar alçak uçuş yaparken Ankara'daki evinde bulunmaktaydı. Hızlı bir telefon trafiği sonrasında MHP yönetimi Genel Merkez'de bir araya gelmiştir. Aralarında emekli askerlerin de bulunduğu kişilerle yapılan görüşmeler sonunda bir darbe girişimi olduğu sonucuna varılmıştır. MHP lideri özel kalemi Başbakan'a iletmek üzere "Biz bu yaşananlara karşı siyasi iktidarın yanındayız" mesajını ileterek MHP cephesinden hükümete destek vermiştir.¹⁹⁴

Yapılan araştırmalarda 15-19 Temmuz tarihleri arasında Twitter üzerinden darbe girişimi ile ilgili 50,5 milyon Türkçe tweet atılmış ve bu tweetlerin % 8'i darbe girişimini kapalı ya da açık bir şekilde desteklemiştir. Bu tarihler arasında yurt dışında #NoCoupleInTurkey, #TurkeyCoup hashtag'leri ile 7 milyondan tweet paylaşılmıştır. Bunun yanı sıra sosyal medyada üretilen birçok yalan ve provoke edici haberlerle halkın darbeye karşı duruşuna gölge düşürmeye çalışılarda olmuştur.¹⁹⁵



3.9. Resim ABD Başkanı Trump'ın adına açılan sahta hesap¹⁹⁶

O tarihte henüz ABD Başkan adayı olan Trump'ın 16 Temmuz 2016'da Twitter hesabından "Asker ülkesini geri alıyor, başkan olursam Amerika'da aynısı olacak" tweete atılmıştır. Ancak hesap Trump'ın gerçek hesabı değildi. Trump'ın resmi Twitter hesap adı @realDonaldTrump'tır. Görselde de görüldüğü üzere bu hesabın kullanıcı adı @realDenaldTrump'tır. Daha sonra bu hesabın, Trump'ın resmi hesabı olmadığı ortaya çıkmıştır.¹⁹⁷

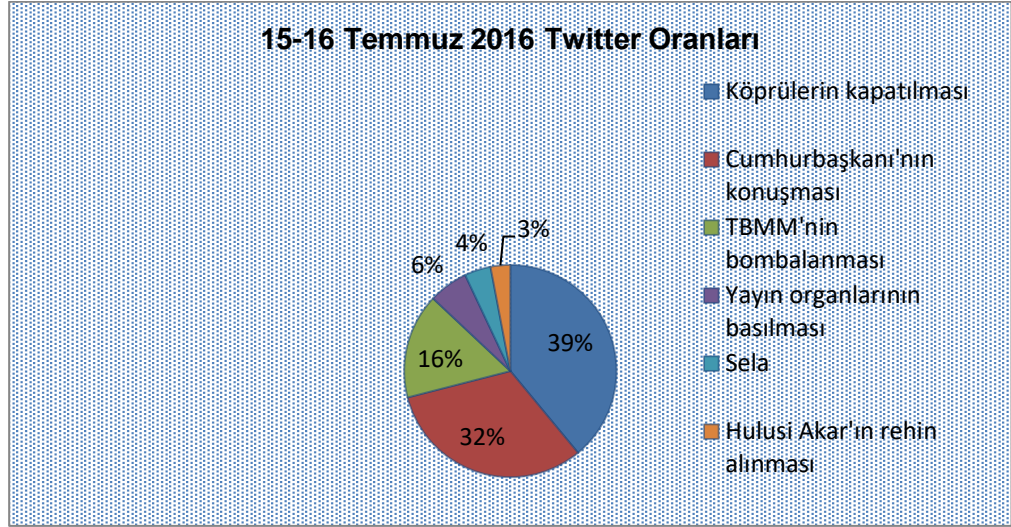
¹⁹⁴ Hürriyet, "Devlet Bahçeli darbe girişiminin olduğu gece ne yaptı?", <http://www.hurriyet.com.tr/devlet-bahceli-darbe-girisiminin-oldugu-gece-ne-yapti-40154522>, 2016, (Erişim tarihi: 20.01.2018)

¹⁹⁵ Demir, a.g.e., s.13

¹⁹⁶ Teyit.org "15 Temmuz Darbe Girişimi Sırasında İnternette Yayılan 9 Yanlış Haber", <https://teyit.org/15-temmuz-sonrasi-yayilan-yanlis-haberler/>, 2016, (Erişim tarihi: 20.10.2017)

¹⁹⁷ Foça, a.g.e., s.1

Grafik 3.2. 15-16 Temmuz Twitter Verileri¹⁹⁸



15 Temmuz'u 16 Temmuz'a bağlayan gece Twitter'da en fazla tweetlenen hashtagler ve tweet oranları yukarıda grafik 3.2.'de gösterilmiştir. Bu verilere göre 15-16 Temmuz gecesi Twitter'da %39 oranla en fazla tweeti, darbe girişiminin ilk adımı olan İstanbul Boğaz köprülerinin kapatılması konusu almıştır. İkinci sırada ise, %32 oranla Cumhurbaşkanı'nın yaptığı konuşma yer alırken, üçüncü sırada %16'lık oranla TBMM'nin darbeciler tarafından bombalanması yer almıştır.¹⁹⁹

Darbeye ilgili Twitter'da atılan tweetler incelendiğinde ise;

- Darbeye karşı olanlar,
- Darbeye inanmayanlar,
- Darbeye ve başarısız darbe girişimi sonrasında yapılan kutlamalara karşı olanlar şeklinde üç kategoriye ayırabiliriz.

Bu paylaşımlarda darbeye inanmayanların, darbecilere karşı olumsuz tavır sergilemeyenler "nankör, vatan haini, duruma göre şekil değiştirenler, vb." şekillerde karşı tarafı suçlayarak, darbeyi inkâr ettiklerini ve milleti mağdur ettiklerini belirtmektedir. Darbeye inanmayanlar; Twitter'daki paylaşımlarında darbenin tiyatro olduğunu, radikal dinci bir kesimin darbeyi bastırma adı altında darbe yaptığını, darbenin bu kadar kısa süre içerisinde bastırılmasını öne sürerek dağdaki terörü de kısa sürede engellemeleri gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

¹⁹⁸ Aljazeera Turk, "Sosyal medya nasıl darbeye direnişin aracı oldu?", <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu>, 2017, (Erişim tarihi: 25.10.2017)

¹⁹⁹ Şükrü Oktay Kılıç, "Sosyal Medya Nasıl Darbeye Direnişin Aracı Oldu?". <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu>, 2016, Erişim tarihi: 10.12.2017

15 Temmuz darbe gecesi açılan hashtagler ve tweet paylaşım verilerine göre Twitter, 15 Temmuz'da en çok kullanılan sosyal medya siteleri arasında ilk sıralarda yer almıştır.²⁰⁰

15-19 Temmuz 2016 tarihleri arasında Türkiye genelinde en çok tweet atılan konulara ve Twitter etiketlerine bakıldığında, en fazla darbeye verilen tepkileri ifade eden tweetler; #nedarbenediktatörlük, #darbeyehayır, #askerimedokunma, #NoCoupinTurkey, #DemokrasiBayramı, #millettarihyazıyor, #DarbeciyiYargılaErlereDokunma, #ObamaExtraditeGulen, #AskerimeSevgimSonsuz, #VatanBirBayrakBir, #UyumuyoruzÇünkü, #KahramanMilletinŞerefliNöbeti #Türkiyeyenilmedi, #başkomutanMKATATÜRK olmuştur. Sosyal medya gündemini dikkate aldığımızda darbe karşıtlığının hem girişim sırasında hem de sonrasında ana gündem maddesi olduğu görülmektedir. Bu hashtaglere bakıldığında toplumunun meydanlarda darbe karşıtı duruşunu doğruladığı görülmektedir. Burada darbeye karşı olmanın yanı sıra toplumun demokrasiye sahip çıkarak darbe girişimini gerçekleştiren FETÖ üyeleri ile TSK'nın diğer kesimini birbirinden ayırdığı #DarbeciyiYargılaErlereDokunma, #AskerimeSevgimSonsuz gibi hashtaglerden net olarak anlaşılmaktadır. Ayrıca bir mesaj kaygısı olmayan hashtaglerin de gündemde yer aldığı görülmektedir. Bu tür hashtaglere #HulusiAkar ve #15Temmuz 'u örnek gösterebiliriz.²⁰¹

3.3.1.3. Facebook

Türkiye'de 46 milyon internet kullanıcısının 42 milyonu aktif olarak sosyal medyayı kullanmaktadır. 42 milyonun da 36 milyonu mobil üzerinden aktif mobil sosyal medya kullanıcısıdır. En fazla kullanılan sosyal medya siteleri sırasıyla Facebook, Whatsapp, Twitter ve Instagram'dır. Facebook'un kullanıcı sayısı Twitter'a oranla daha fazla olduğu halde toplumsal olaylarda Twitter'ın gerisinde kalmaktadır. 15 Temmuz darbe girişimi ile ilgili görüntülerin ve söylentilerin yayıldığı yer olan Facebook, darbe girişimini yalan bilgi ve görüntüleri manipüle ederek destekleyen bazı kişilerin provokasyon yeri olmuştur. Bu kişilerin amacı bilgi çarpıtmayla kamuoyunu provoke ederek sanal kargaşa yaratmaktır.²⁰² Aşağıda

²⁰⁰ Gurbet Batmaz, "15 Temmuz Darbe Girişiminde Sosyal Medyanın Rolü", <http://www.umut.org.tr/userfiles/files/Gurbet%20BATMAZ.pdf>, 2016, (Erişim tarihi: 17.01.2018)

²⁰¹ Miş vd., a.g.e., s.67-68

²⁰² Demir, a.g.e., s.18-19

Facebook üzerinden darbe girişimi sırasında ortaya atılan asılsız haberler ve açılan sahte hesaplar üzerinden yapılan paylaşımlardan birkaçı yer almaktadır.²⁰³



Resim 3.10. Facebok'ta darbe ile ilgili sahte hesap ve yalan haber²⁰⁴

Ünlü haber spikeri Fatih Portakal adına açılan sahte Facebook hesabında yayınlanan fotoğraftaki kişi, başı kesilerek katledilen asker olarak lanse edilmiştir. Bu paylaşımın kısa bir süre sonra gerçek ortaya çıkmıştır. Resimdeki kişi Burak Salivermez adında bir vatandaşın Facebook'a yüklediği askerlik resmidir. Bu haberin doğru olmadığı, kendisi tarafından Facebook ve Instagram hesaplarında yaptığı açıklamadan sonra anlaşıldığı görülmektedir. Bu tür bilgi çarpıtma haberleri ile halkı yanlış bilgilendirme yoluna gidilerek kamuoyunu etkileme yoluna gidildiği görülmektedir. Ancak kısa sürede bu tür sahte haberlerin yalan olduğu ortaya çıkmış ve halk tarafından itibar edilmemiştir. Sosyal medya araçlarının kamuoyunu yönlendirmede güçlü bir araç olduğu görülmektedir. Ancak bu tarz sahte haberler kamuoyunu yanlış yönlendirme olasılığını da beraberinde getirdiğini söyleyebiliriz.

²⁰³ Mehmet Atakan Foça, "15 Temmuz Darbe Girişimi Sonrası Yayılan Yalan Haberler, <https://www.facebook.com/notes/mehmet-atakan-fo%C3%A7a/15-temmuz-darbe-giri%C5%9Fimi-sonras%C4%B1-yay%C4%B1lan-yalan-haberler/10153652689390785/>, 2016, (Erişim tarihi: 10.12.2017)

²⁰⁴ Teyit.org, a.g.e. s.1



Resim 3.11. Facebook'ta darbe gecesi yapılan yalan haberin montajlı resmi²⁰⁵



Resim 3.12. Facebook'ta darbe gecesi yapılan yalan haberin orijinal resmi²⁰⁶

Aşağıdaki resim Facebook paylaşımında Kızılay'da jetlerin üstüne atlamak isteyen vatandaş haberinde paylaşılmıştır. Resmin orijinali altta yer alan ikinci resimdir. Bu resim 2004 yılında Kızılay'da çekilen bir resimdir.²⁰⁷

²⁰⁵ Foça, a.g.e., 2016

²⁰⁶ Foça, a.g.e., 2016

²⁰⁷ Foça, a.g.e., 2016

Darbe yanlısı kişilerin, kamuoyunu yönlendirme araçlarından birisi olan bilgi çarpıtma yöntemi kullanılarak, kamuoyunda destek almaya çalıştıklarını söyleyebiliriz. Darbe yanlılarının yaymaya çalıştığı asılsız ve yalan haberler kamuoyu tarafından itibar edilmemiştir. Sosyal medya üzerinden yayılan bilgilerin hangisinin gerçek hangisinin asılsız ve provokatif amaçlı yapıldığını anlayabilecek bir bilincin halkta oluştuğunu söyleyebiliriz.

Harita 3.1. 15 Temmuz 2016 gecesini Facebook Live üzerinde Türkiye'nin dört bir yanından yapılan canlı yayın bağlantı noktaları²⁰⁸



15 Temmuz gecesini sosyal medya hesaplarına ulaşımın açık olması, olayların gerçekleştiği yerlerde halk tarafından yaşanan gelişmelerin anında takip edilmesine ve halkın birbirleriyle sosyal medya mecralarında iletişim kurmalarına olanak sağlamıştır. Bu sayede Facebook Live, Periscope gibi mobil cihazlar aracılığıyla binlerce canlı yayın gerçekleştirilebilmiştir.²⁰⁹ Bu durumu McLuhan'ın Global Köy kavramının gerçek hayatta yaşanan örneklerinden birisi olarak gösterebiliriz.

3.3.1.4. YouTube

Merkezi ABD'nin Kaliforniya şehrinde bulunan YouTube 2015 yılında kurulmuştur. Dünyanın en fazla kullanılan video barındırma sitelerinde birisi olan YouTube'ta video paylaşımı, yorum ve video araması yapılabilmektedir. YouTube'a günde yaklaşık olarak 65.000 adet yeni video yüklenmekte ve 100 milyona yakın

²⁰⁸ Teknoblog, "15 Temmuz Darbe Girişiminin Engellenmesinde Teknolojinin Büyük Katkıları", <https://www.teknoblog.com/15-temmuz-darbe-engelleme-teknoloji-129206/>, 2016, (Erişim tarihi: 22.10.2017)

²⁰⁹ Sabri Küstür, "15 Temmuz darbe girişiminin engellenmesinde teknolojinin büyük katkıları", <https://www.teknoblog.com/15-temmuz-darbe-engelleme-teknoloji-129206/>, 2016, (Erişim tarihi:09.12.2017)

video izlenmektedir. YouTube yetkilileri tarafından incelenen videolar kullanım koşullarına uymadığı takdirde silinmektedir.²¹⁰

Darbe girişimi sürecinde üretilen tüm bu görüntüler “video paylaşım” barındırma sitesi olan YouTube’ta arşivlenmiştir. Dünyanın her tarafından internet erişimi olan herkes tarafından izlenen darbe girişimi video ve fotoğrafları o gece YouTube’a yüklenmiştir. Böylece darbecilerin kullandığı şiddet ve halkın gösterdiği direniş görüntüleri dünyaya yayılmıştır.²¹¹



3.13. Darbe Girişimi Gecesi İstanbul’da çekilen bir video²¹²

YouTube bir video barındırma sitesi olduğu için istenildiği zaman bu videolara ulaşma imkânı bulunmaktadır. Yıllar geçse de videolar kayıtlı kalmaktadır. Bu yönüyle değerlendirdiğimizde diğer sosyal medya sitelerinden ayrılabilir. YouTube’a herkesin ulaşabileceği bir tür arşiv ve bir tür dijital kütüphane diyebiliriz.

3.4. TEORİLER IŞIĞINDA 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ İLE İLGİLİ BİR DEĞERLENDİRME

15 Temmuz darbe girişiminin başarısızla sonuçlanmasında sosyal medyanın etkisi büyük olmuştur. Sosyal medya siteleri aracılığıyla halk arasında haberlerin hızlı bir şekilde yayılması ve bunun sonucunda halkın örgütlenmesi gerçekleşmiştir. Günümüzde iletişimin en hızlı şekilde ve geniş alanlara ulaşmasını sağlayan internet tabanlı sosyal medyanın, 15 Temmuz darbe girişimindeki etkilerini; iletişim

²¹⁰ Akın Yüksel, “Youtube’un Kuruluş Öyküsü ve Kısa Tarihi”, <http://www.medyaakademi.org/2014/11/16/youtubeun-kurulus-oykusu-ve-kisa-tarihi/>, 2014, (Erişim tarihi:10.12.2017)

²¹¹ Demir, a.g.e., ,s.19

²¹² Youtube, “Askeri Darbe Türkiye 15 Temmuz 2016”, <https://www.youtube.com/watch?v=GAuGiyNHZEK>, (Erişim tarihi: 25.10.2017)

teorilerinden Zamana ve Mekâna Bağlı Medya, Global Köy ve Bilgi Açığı teorileri üzerinden değerlendireceğiz.

3.4.1. Zamana ve Mekâna bağlı Medya Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi

Innis, toplumların değişimi ve gelişiminde en etkili unsur olarak iletişimi görmüştür. Teknolojinin gelişmesi sonucu iletişim araçlarında gelişmeler olmuş ve bir bilgi çok kısa bir süre içerisinde dünyanın her tarafına yayılabilme olanağı bulmuştur. Bu iletişim sonucunda insanlar kolayca örgütlenme imkânı bulabilmiştir. Toplumsal örgütlenme ise bilinç oluşturduğu için bilincin kontrol altına alınması, iletişimin kontrol altına alınmasından geçmektedir. Innis, egemenliğin iletişim araçlarının denetim altına alınması ile oluştuğunu ve iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte ise toplumsal yapıda da değişimlerin meydana geldiğini ileri sürmektedir.

15 Temmuz darbe girişiminin yaşadığı geceyi değerlendirdiğimizde, darbe girişiminden, öncelikle sosyal medya üzerinde, olayların yaşandığı yerlerdeki halkın verdiği bilgiler doğrultusunda haberdar olunmuştur. Olay yerlerinde canlı bağlantıların yapılması ve video içeriklerinin paylaşılmasıyla birlikte kısa sürede içerisinde halk sosyal medya üzerinde toplumsal örgütlenmeyi gerçekleştirmiştir. Halkın o gece toplu olarak meydanlara inmesinde ve darbecilere karşı mücadele etmesinde, toplumun sosyal ağlar üzerinden organize olması sonucu gerçekleşebilmiştir. Bu nedenle sosyal medyanın kamuoyu üzerinde büyük etkiye sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Innis, ayrıca toplumsal örgütlenme sonucunda insanlarda ortak bilincin oluştuğunu ve bunu da iletişim araçlarıyla sağlamanın mümkün olduğunu, bu nedenle bilinci kontrol altına almak için iletişim araçlarını kontrol altına almak gerektiğini ileri sürmüştür. Bir başka deyişle egemenlik, iletişim araçlarının denetim altına alınması ile oluşmaktadır. 15 Temmuz gecesi geleneksel medya araçlarının da desteğiyle birlikte, sosyal medya aracılığıyla yayılan haberlerden sonra, hangi görüşte olursa olsun, darbe karşısında halk demokrasi adına ortak bilinçte buluşarak birlikte hareket etmişlerdir. Bu ortak bilincin oluşmasında özellikle sosyal medya üzerinden demokrasi ve vatan sevgisi kavramlarının vurgulanmasının etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca, az sayıda olsa da darbe yanlısı sahte haberlerin sosyal medyada yayınlanmış olmasına rağmen, ortak bilinçte buluşan halk bu haberlere itibar etmemiştir.

Innis, iletişim teknolojilerini “zamana ve mekâna bağılı medya olarak ikiye ayırmıştır.” Zamana bağılı medya geleneksel, el yazısı, sözlü iletişim türlerini kapsayan ve sınırlı bir kesime ulaşan medyadır. Elektronik ve yazılı medya gibi iletişim çeşitlerini kapsamaktadır. Bu medya türünün, yayılma ve denetimi elde tutma özellikleri bulunmaktadır ve merkezleşmeyi hedeflemektedir. Mekâna bağılı medyanın günümüz medyasını temsil eden medya olduğunu ve bu nedenle Innis’in teorisine göre, günümüz sosyal medyası mekâna bağılı medyanın alanına girdiğini söyleyebiliriz. Sosyal medya, özellikle geniş kitlelere yayılma ve denetimi elinde tutma konularında, mekâna bağılı medyanın özelliklerini büyük oranda karşıladığı görülmektedir. 15 Temmuz gecesi, kısa bir süre içerisinde halk olaylara sosyal medya üzerinde şahit olmuş ve sosyal medya üzerinden örgütlenerek denetimi eline geçirmiştir.

3.4.2. Global Köy Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi

Global Köy kavramını ilk kez 1960’lı yıllarda McLuhan kullanmıştır. Tek taraflı iletişim aracı olan radyonun insan deneyimlerinin hızlı bir şekilde iletilmesine olanak sağlaması, radyodan sonra televizyonun icadıyla ve daha sonra 1960’lı yıllarda kitle iletişim araçlarının toplumda hızlı bir şekilde yayılması sonucu McLuhan Global Köy kavramını ortaya atmıştır. Teoriye göre, elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte dünyanın küçük bir topluluk gibi olacağını ileri sürülmüştür. Nasıl ki bir köyde yaşayan toplum o köyde olan her şeye şahit oluyorsa günümüz dünyasında tüm insanlar da gelişen her olayı kitle iletişim araçları vasıtasıyla hemen öğrenebilme imkânına sahip olmaktadır.

Günümüz teknoloji dünyasını değerlendirdiğimizde dijital teknolojilerde yaşanan ilerlemeler, insanların zaman ve mekân sınırı olmadan her türlü bilgiye ulaşmasına olanak tanımaktadır. İnternet teknolojisinin hızlı bir şekilde ilerlemesi sonucu dünyanın her tarafında yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması, sosyal medya araçlarının insanlara interaktif bir iletişim ve kendi fikirlerini karşı tarafa iletme imkânı vermesi Global Köy kavramını doğrular nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı gece Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal medya siteleri üzerinden birçok olayla ilgili bilgiler, videolar ve mesajlar çok kısa süre içerisinde Türkiye’nin, hatta dünyanın her tarafına ulaşarak kamuoyunu bilgilendirmede ve yönlendirmede kullanılan önemli araçlar olmuştur.

Sosyal medya iletişim araçlarının halkı bilgilendirmesi ve yönlendirmesi ile darbe girişiminin gidişatını engelleyen en önemli etkenlerin başında geldiğini söyleyebiliriz. İnsanların sosyal medya aracılığıyla paylaştığı videolar, görüntüler ve mesajlar anlık olarak aynı anda kitlelere çok kısa süre içerisinde ulaşmıştır. Geniş kitlelere yayılan bu bilgiler halkı örgütlemiş ve darbe karşıtı bir tepkiye yol açmış ve böylece darbe girişiminin engellenmesinde büyük bir paya sahip olduğu görülmüştür. Bu kapsamda değerlendirdiğimizde Türkiye’de yaşanan bu darbe girişiminde olduğu gibi interaktif iletişimin en üst seviyeye taşındığı sosyal medya platformları McLuhan’ın Global Köy teorisini doğrulayan araçlar olduğunu söyleyebiliriz.

3.4.3. Bilgi Açığı Teorisine Göre 15 Temmuz Darbe Girişimi

Bilgi Açığı teorisi, teknoloji ilerledikçe bilgi kaynaklarının dağılımı da orantısız bir şekilde gerçekleştiği ileri sürülmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla topluma iletilen bilgi akışı arttıkça, toplumdaki ekonomik ve sosyal düzeyi daha iyi olanlar, düşük olanlara göre verilen bilgileri daha hızlı bir şekilde alma eğilimi göstermektedirler.

Geleneksel medyanın hakim olduğu dönemlerde iletişim radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarıyla tek yönlü sağlanmaktaydı. Ayrıca medya araçları sınırlı olduğu için toplumun her kesimine aynı bilgiler, aynı mesajlar verilmekteydi. Böylece bireyler pasif konumda yer almaktaydılar. Ancak günümüz internet çağında hem bireylerin kendisini ifade edebileceği ve iletişime geçeceği platformlar bulunmaktadır. Bilgi edinebilecekleri, bilgiyi paylaşabilecekleri birçok sosyal medya araçları bulunmaktadır. Günümüzde yaşanan tüm bu teknolojik gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, bilgi açığının daha fazla ortaya çıkmasında teknolojik gelişmelerin katkısı olduğunu söyleyebiliriz. Günümüz yeni medyasında bilgi kaynağındaki artışlarla beraber bu bilgi açığının daha da fazlalaştığı söylenebilir. Genelde takipçi kitlesi, kendileriyle aynı fikirde olan medya yayınlarını takip etme eğiliminde olduğu görülmektedir. Böylece her bir medya aracı kendi ideolojisi doğrultusunda bilgi verdiği için aynı konuda farklı bilgiler alınmakta ve böylece yatay yönlü bir bilgi açığı ortaya çıkmaktadır.

Bu teori ışığında 15 Temmuz darbe girişimini değerlendirdiğimizde, sosyal medya üzerinde bu bilgilere ulaşım eşit şartlarda gelişmiştir. En fazla kullanılan Twitter, Facebook ve Youtube gibi sosyal ağ sitelerinden yayılan darbe haberlerine halktan eğitim seviyesi ya da mesleği ne olursa olsun, demokrasi ve vatan sevgisi kavramlarını kapsayan ortak bilinçte buluşularak ortak tepkiler verilmektedir. Bilgi

Açığı teorisi birçok durumda geçerli olabilir. Ancak 15 Temmuz olayında olduğu gibi, bazı toplumlarda ortak değerler etrafında kamuoyu oluşturularak, eğitim ve sosyal farklılıklar öne sürülmeden ortak bilinç etrafında aynı tepkilerin verilebildiği görülmektedir.



SONUÇ

İnternet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte günümüzde iletişimde sınırlar ortadan kalkmıştır. Medya araçlarından birisi olan sosyal medya da mekândan bağımsız ve hızlı bir şekilde kitleler arasında iletişimi sağlaması yönüyle geleneksel medya araçlarına göre daha etkili bir iletişim aracı olmuştur. İnternet, tüm dünyada herkesin kolayca ulaşabileceği bir iletişim aracı haline gelmiştir. İnternet tabanlı sosyal medya ağlarının büyük kitleler tarafından hayatın her alanında kullanılmaya başlanması bireyden topluma doğru yayılan etkileşimli bir iletişimin önünü açmıştır. Bireyler sosyal medya platformları üzerinde diğer bireylerle etkileşimli iletişim kurarak, kendi düşüncelerini paylaşabilme olanağı bulmuştur. Oluşumunda belli aktörlerin yer aldığı, tek sesli ve kontrol edilebilir geleneksel kamuoyu, sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte, yerini etkileşimli, çok sesli ve muhaliflerin de kendini ifade edebildiği bir kamuoyuna dönüşmüştür. Sosyal medyanın bu büyük etkisi gören birçok siyasetçi ve devlet kurumu, halk ile daha yakından etkileşimli iletişime geçerek kamuoyu oluşumunda aktif rol almak amacıyla bu platformları kullanmışlardır.

Innis, zamana ve mekâna bağlı teorisinde iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte toplumsal yapıda da değişimler meydana geldiğini ve bundan dolayı toplumun bilinçlendiğini ileri sürmüştür. Türkiye’de daha önce ve zamanımızda yaşanan toplumsal olaylar kıyaslandığında bu farkı görebiliriz. 1960 ve 1980 darbelerinde tek taraflı iletişimi sağlayan radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları hâkimdi ve bugünkü anlamda karşılıklı bir iletişim şekli yoktu. 15 Temmuz darbe girişiminde ise günümüz sosyal medya araçları, halkın bilgi almasında ve örgütlenmesinde en etkili iletişim araç olmuş ve girişimin engellenmesinde önemli bir role sahip olmuştur.

Sosyal medya, gerçek hayatta bir araya gelmeyen her kesimden milyonlarca insanı bir düşünce altında birleştirerek kendilerini ifade edebilecekleri bir platform sunmaktadır. McLuhan Global Köy teorisinde, kitle iletişim araçlarının toplumda hızlı bir şekilde yayılması sonucu dünyanın küresel bir köy olacağını ileri sürmüştür. Yani herhangi bir olay ya da bilginin kısa süre içerisinde kitleler tarafından duyulması diyebiliriz. İnternetin, özellikle de sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte Global Köy teorisinin gerçeğe dönüştüğünü söylemek yanlış olmaz. Bir bilginin dünyanın her tarafındaki toplumlara internet üzerinden ulaşma imkânına sahip olması ve insanların benzer tepkiler vermesine neden olduğunu görülmektedir. 15 Temmuz gecesi, darbe girişiminin tüm Türkiye’de sosyal medya üzerinde paylaşılan bilgiler ve

videolar aracılığıyla ayrıntılı bir şekilde kısa süre içerisinde öğrenilmesi ve toplumun buna karşın kısa sürede organize olması global köy teorisi desteklemektedir.

Sosyal medya üzerinden bilgilerin kitlelere hızlı ve eş zamanlı bir şekilde yayılması ve insanları bilgilendirmesinin yanı sıra, bilgi çarpıtmasına da neden olabilmektedir. Sosyal medyada gereksiz, eksik ve yanlış bilgi içeren paylaşımlar yapılmaktadır. Bu bilgi kirliliği karşısında insanların faydalı ve doğru bilgiye ulaşma imkânı azalmakta ve böylece bireylerin kararlarını yanlış bir şekilde etkileyebilmektedir. Bazı durumlarda bu tür bilgi çarpıtma amaçlı bilgilerin farkına varmak ya da bu durumdan kaçınmak mümkün olmamaktadır. Ancak yanlış veya yalan bir haber ya da bilginin, internet aracılığıyla kitlelere yayılma olasılığının olması internetin önemli dezavantajlar arasında görülebilir. Özellikle sosyal medyada gereksiz, yanlış yönlendiren, eksik ve yanlış bilgi içeren paylaşımlar yapılmaktadır. Maruz kalınan bu bilgi kirliliği karşısında bireyin faydalı ve doğru bilgiye ulaşma imkânı azalmakta ve böylece bireylerin kararlarını yanlış bir şekilde etkileyebilmektedir. Bazı durumlarda bu tür sahte ve yalan haberlerin farkına varmak ya da bu durumdan kaçınmak mümkün olmamaktadır.

Günümüzde dijital teknolojideki ilerlemesi ve akıllı telefonların yaygınlaşması, insanların mekâna ve zamana bağlı kalmadan bilgisayar ve mobil cihazlar üzerinden istenilen bilgilere ulaşmalarını ve sosyalleşmelerini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra günümüz dünyasında siyaset de büyük oranda sosyal medya üzerinden gerçekleştirilmektedir. Siyasi partiler ve politikacılar kamuoyu oluşturmak ve siyasi propaganda yapmak için sosyal ağları kullanmakta ve başarılı olmaktadır. Sosyal medya siyasal aktörler tarafından da oldukça fazla kullanılmaktadır. İlk kez 2008 yılında ABD başkanlık seçimlerinde aday olan Obama'nın kendi ekibiyle sosyal medyayı aktif ve etkin bir şekilde kullanarak seçim propagandası yapması ve bunun sonucunda seçimi kazanması sosyal medyanın siyaset üzerindeki gücünün ne kadar fazla olduğunu göstermiştir.

Sosyal medya ayrıca kamuoyunda gündem belirleme, kamuoyunu bilgilendirme, bilgi çarpıtma ve algı yönetiminde etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Sosyal medyanın gücüyle siyasetin ve kamuoyunun yapısal değişikliğe uğrayarak yeniden inşa edildikleri söylenebilir. Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmesinde en önemli avantajı hızlı, etkileşimli ve etkili bir iletişim olanağı sunmasıdır. Sosyal medyada yayılan her türlü bilgi toplumda hızlı bir

şekilde yer edinmekte ve bunun sonucunda kamuoyunu yönlendirmede etkili bir araç haline gelmektedir.

Çalışmada örnek inceleme bağlamında ele alınan 15 Temmuz darbe girişiminde, sosyal medya platformlarının kamuoyunu darbeye karşı birleştiren ve örgütleyen gücü görülmektedir. Halkın darbe karşıtı tweetleri ve siyasilerin halkı darbeye karşı direnişe çağırmaları iki yönlü bir etki yaratmıştır. Halkın tweetleri ve diğer sosyal medya platformlarındaki paylaşımlarıyla, toplumda milli birlik ve beraberlik ruhu oluşarak darbeye karşı bir direniş gerçekleşmiştir. Diğer taraftan siyasilerin darbe karşıtı direniş için halka seslenmeleri, halkta darbe karşısında mücadele için pozitif yönde bir algı oluşturduğunu söyleyebiliriz. Bütün bunlar karşısında darbe yanlılarının ise psikolojik olarak negatif yönden etkilendiğini söyleyebiliriz. Bu sebeple sosyal medyanın siyaset ve kamuoyu üzerinde büyük bir etkisi olduğunu söyleyebiliriz.

Günümüzde sosyal medya platformları, insanların fikir ve düşüncelerini kitlelerle paylaşabildiği ve bilgi edinebildiği mecralardır. Ayrıca insanların örgütlenebildiği sosyal medya platformları toplumda halkın düşüncelerini etkileyebilecek bir role sahip olduğu görülmektedir. Hatta oluşan bu kamuoyu, sosyal medya aracılığıyla ülkelerin ve dünyanın siyasetini etkileyebilecek güce sahip olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal medyanın kamuoyunu yönlendirmede “Arap Baharı” ve “Wall Street” olayları gibi siyasi ve toplumsal dönüşümlerde, kitleleri harekete geçirmede rolü çok büyük olmuştur.

Medya, bireylerin siyasi kimliğinin şekillenmesinde, siyasi tutum ve davranışlarında önemli rolü bulunmaktadır. Sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte, etkileşimli, çok sesli ve muhaliflerin de kendini ifade edebildiği bir mecraya dönüşmüştür. Bu dönüşümle birlikte sosyal medya üzerinde paylaşılan içerikler, siyasilerin propagandaları ve sosyal medya üzerinden yayılan birçok haber kamuoyunun fikrini etkilediği görülmektedir.

15 Temmuz 2016’da yaşanan darbe girişiminin önlenmesinde en büyük rolü yine sosyal medya üstlenmiştir. Olayların yaşandığı yerlerde insanların sosyal medya ağları üzerinde canlı yayınlar yaparak halkı bilgilendirmeleri, kitlelerin sosyal medya üzerinde örgütlenmeleri, siyasilerin darbe karşıtı mesajlarının sosyal medyada kitlelere ulaşması ve siyasilerin sosyal medya üzerinden halkı meydanlara davet etmesi kamuoyunu harekete geçirmiştir. Bunun sonucunda halk, darbecilere

karşı büyük bir direniş göstererek darbe girişiminin önlenmesinde önemli bir rol oynamıştır.



KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKTAŞ Celalettin, *Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması*. (E. Gülbuğ, Dü.) İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2007
- Anadolu Ajansı, *Dakika Dakika FETÖ'nün Darbe Girişimi 15-20 Temmuz 2016*. İstanbul: Elma Basım Yayınları, 2016
- Anadolu Üniversitesi, *Gazetecilik İletişim Süreci ve Türleri*. Ankara: T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, 2011
- Cumhurbaşkanlığı Kurumsal İletişim Başkanlığı, *15 Temmuz Darbe Girişimi ve Millet'in Zaferi*. Ankara: Cumhurbaşkanlığı Yayınları, 2016
- BOSTANCI Mustafa, *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Planet Yayınları, 2015
- ÇAĞLAR İsmail, MEMNİ, Mehmet Akif., ve ALTUN Fahrettin. *15 Temmuz'da Medya Darbe ve Direnişin Mecrası* (1. Baskı b.). İstanbul: SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, 2017.
- GÖKSU Vahap, *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2016
- LIANG Wu, MORSTATTER Fred; HU Xia; LIU Huan. Mining Misinformation in Social Media. L. Wu, F. Morstatter, X. Hu, & H. Liu içinde, *Big Data in Complex and Social Networks* (s. 123-152). Florida: CRC Press, 2016.
- NEUMANN Elisabeth Noelle, *Kamuoyu Suskunluk Sarmalı Keşfi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1998
- ÖZUTKU Fatih ve vd. *Sosyal Medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2014.

MAKALELER

- AKINCI Vural ve vd., Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 2010.
- AKYOL Mevlüt, Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 2015.
- ARSLAN, Ali, Medya – Politika İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2016.
- ATABEK Nejat, Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu dergisi* (19), 2002.
- BİLEN, K., ve vd., Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 2014.

- ÇAĞLAR K, VE KÖKLÜ, P. H.Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik bir Araştırma. **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi** (5), 2017.
- ÇAKIR Hamza ve TUFAN , Seda. Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye'de Siyasal Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme. **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (2), 7-28, 2016.
- DEVİRAN Yusuf ve ÖZCAN, Ömer Faruk. 15 Temmuz Darbe Girişimi: Gelenekselden Yeniye Medya Araçlarının Kullanımı. **Online Academic Journal of Information Technology**, 7(25), 2016.
- EID Mahmoud , Media and Politics. **Global Media Journal**, 6(2), 1-3, 2013.
- EREN, Veysel ve AYDIN, Abdullah. Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 16(1), 197-205, 2014.
- EŞİTTİ Şakir, Bilgi Çağında Problemlerli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlerli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2(49), 75-97, 2015.
- GENEL Mehmet Gökhan , Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri "Twitter" Örneği). **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication**, 2(4), 23-31, 2012.
- GÖKÇE Orhan, Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı. **Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi**, 14(14), 211-227, 1996.
- GÖNENÇ E. Özgür. İletişimin Tarihsel Süreci. **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi** (28), 2007.
- GÜL Nurettin ve YANIK Harullah , Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya. **Yeni Medya Akademik E-Dergi**(2), 1-14, 2017.
- KÖSEOĞLU Yakup ve AL Hamza , Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. **Akademik İncelemeler Dergisi**, 8(3), 2013.
- MELEK Gizem ve TOKER, Huriye. Şiddet, Demokrasi ve Terör Bağlamında Ana Akım Medyanın Analizi: 15 Temmuz Darbe Girişimi. **Erciyes İletişim Dergisi Akademia**, 5(1), 222-234, 2017.
- ÖZBENT Sueda, Sınıfta Beden Dili. **Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 27(2), 259-289, 2007.
- ÖZDEMİR Sami Sonat, ÖZDEMİR Meltem , POLAT Eray, ve AKSOY Ramazan. Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. **Electronic Journal of Vocational Colleges**, 2014.
- SEÇİM Mustafa Özgür, Sosyal Medyanın Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanılması: Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. **Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 6(2), 422-434, 2016.

- ŞENER, Gülüm, ÖĞÜN EMRE Perrin ve AKYILDIZ Fatih, Türkiye’de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), 2015.
- ŞENTÜRK Rıdvan. McLuhan'ın Televizyon Teorisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (15), 17-31, 2009.
- TANRIÖVER Oylum ve KIRLI Serdar. Global Köy ve Kültürel Emperyalizm: Küreselleşme Bağlamında Enformasyon Toplumuna Bakış. *E-Journal of Intermedia*, 2(1), 133-142, 2015.
- TERKAN Banu, Basın ve Siyaset İlişkinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (17), 2007.
- UZUN Ruhdan, Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi Süreli Elektronik Dergi* (39), 2015.
- UZUNTAŞ Ayşe, Etkili İletişim: Anlatılabilir ve Anlayabilmek. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(1), 11-30, 2013.
- YILMAZ Mesut, Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu Üzerindeki Etkileri: KKTC Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 2013.
- YURDAKUL Hasan, Medya ve siyaset perspektifinden kamuoyu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 1(2), 81-90, 2016.
- YÜKSEL Erkan, “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 571-584, 2007.

RAPORLAR

- DEMİR, Sertaç Timur, *15 Temmuz Darbe Girişimde Medya*. İstanbul: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), 2016.
- MİŞ, Nebi, GÜLENER Serdar, COŞKUN İpek, DURAN, Hazal ve AYVAZ, M. Aykut *15 Temmuz Darbe Girişimi Toplumsal Algı Araştırması*. Ankara: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, 2016.

KONFERANSLAR

- AKÇAY Ekrem Yaşar, 15 Temmuz Darbe Girişimi Çerçevesinde Dijital Diplomasinin Kullanımı. "27 Mayıs 1960'dan 15 Temmuz 2016'ya Darbeler, Geçmişten Günümüze Darbe Olgusu ve Millet Egemenliği Kültürü" *Uluslararası Sempozyumu*. Aydın: T.C. Adnan Menderes Üniversitesi, 2017.
- ÇILDAN Cihan, ERTEMİZ Mustafa, KÜÇÜK Evren, TİMUÇİN, H. Kaan ve ALBAYRAK Duygu. Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü . A. Bilişim (Dü.), *Uşak Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı 2012* . içinde Uşak, 2012.
- GÜLBAHAR Yasemin ve vd. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. *XV. Türkiye’de İnternet Konferansı*. İstanbul: İNETD Derneği ve T.C. İstanbul Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı.

KARLI İhsan, Medya Kuruluşları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanır? 202-207. (T. M. Üniversitesi, Dü.) ***İstanbul: International Conference of New Media and interactivity Bildiri Kitabı***, 2010.

TEZLER

.ATA Fırat, Yeni Medyada Gerçeğin Yeni İnşacıları: Okurlar. Konya: T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı, 2015, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**.

HÜRYAŞAR Menekşe, Sosyal Medya Kullanıcılarının Sanal Uygulamaları Satın Alma Davranışları: Türkiye ve Almanya Karşılaştırması. İzmir: T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana BiliDalı İşletme Bilim Dalı 2016, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**.

KILIÇ Çetin, Gündem Belirleme Kuralı çerçevesinde Siyasal Karar verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi. İstanbul: T.C. Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Medya ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı, 2015, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**.

SÖNMEZ Fatih , Sosyal Medyanın, Z kuşağı Tüketicilerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. Manisa: T.C. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi ve Pazarlama Programı, 2016, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**.

TAMER GENCER Zekiye, Medyanın Gündem oluşturma Sürecinde Sosyal Entropinin Rolü Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Konya: T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Ataştırma Yöntemleri Bilim Dalı, 2012,ı **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

YAĞMUR Hüseyin , Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü. Konya: T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kamu Yönetimi Bilim Dalı, 2015, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi)**.

İNTERNET

AHI Gökhan, "Darbe girişimini önlemede iletişimin ve teknolojinin rolü". Digitalage Web Sitesi: <http://digitalage.com.tr/makale/darbe-girisimini-onlemede-iletisimin-ve-teknolojinin-rolu/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 16.08.2017)

AKIN YÜKSEL Elif, "Youtube'un Kuruluş Öyküsü ve Kısa Tarihi" <http://www.medyaaakademi.org/2014/11/16/youtubeun-kurulus-oykusu-ve-kisa-tarihi/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10.12.2017).

ALJAZEERA TURK, *Sosyal medya nasıl darbeye direnişin aracı oldu?* Ekim 25, 2017 tarihinde <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu> adresinden alındı. (Erişim tarihi 25.10.2017)

ANADOLU AJANSI Haber. *Sosyal medya darbeye direnişte önemli rol oynadı.* tarihinde Anadolu Ajansı Web Sitesi: <http://aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/sosyal-medya-darbeye-direniste-onemli-rol-oynadi/862113> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 15.08.2017)

- APPLE. *FaceTime Nedir? Nasıl Kullanılır? Ve Apple:*
http://www.veapple.com/Haber-171-facetime_nedir_nasil_kullanilir.html
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 09.12.2017).
- Bağımsız İletişim Ağı. *Siyasi Partilerin Sosyal Medya Performansları.* tarihinde
<http://m.bianet.org/bianet/medya/164800-siyasi-partilerin-sosyal-medya-performanslari>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 05.10.2017)
- BATMAZ Gurbet. *15 Temmuz Girişiminde Sosyal Medyanın Rolü.*
www.umut.org.tr/userfiles/files/Gurbet%20BATMAZ.pdf adresinden alındı.
(Erişim tarihi: 20.01.2018).
- BELİKTAY Ahmet. *Global Köyde Küreselleşme ve Bireyselleşme.*
https://www.academia.edu/8655651/Global_K%C3%B6yde_K%C3%BCreselle%C5%9Fme_ve_Bireyselle%C5%9Fme
adresinden alındı. (Erişim tarihi:13.11.2017).
- Bilgi Topluluğu. *Facebook Profil Fotoğrafına 15 Temmuz Nasıl Eklenir?*
<https://bilgitoplulugu.org/facebook-profil-fotografina-15-temmuz-nasil-eklenir/>,
adresinden alındı. (Erişim tarihi:08.12.2017).
- BT Haber. *Gezi Parkı'nın sosyal medya analizi.*
<http://www.bthaber.com/arastirma/gezi-parki-nin-sosyal-medya-analizi/1/9065>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 27.11.2017).
- CHRON. (2008). *How to Link a Movie on Your Facebook Status.*
<http://smallbusiness.chron.com/movie-facebook-status-30035.html>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 30.09.2017).
- CNN Türk. *Erdoğan: Milletimizi Meydanlara Davet Ediyorum.*
<https://www.cnnturk.com/turkiye/erdogan-milletimizi-meydanlara-davet-ediyorum>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 09.12.2017).
- DERİNÖZLÜ Cenk. *Sosyal Medyanın Siyasi Seçimler Üzerindeki Etkileri.*
<https://www.slideshare.net/CenkDerinozlu/sosyal-medyan-siyasi-seimler-zerindeki-etkileri>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 27.11.2017).
- Dijital Ajanslar. *İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017.* tarihinde
Dijital/Ajanslar web sitesi: <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 26.09.2017).
- ER Seher, ve ÖZTÜRK Nur. (2014). *Marshall McLuhan ve Harold Adams Innis'in Yöntem Karşılaştırılması.* <http://2014hit.blogspot.com.tr/2014/12/marshall-mcluhan-ve-harold-adams.html>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 13.11.2017).
- Facebook. (tarih yok). *TBMM.* <https://www.facebook.com/search/top/?q=TBMM>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.11.2017)
- Facebook ve Twitter . (2017). *Facebook ve Twitter .* <http://www.facebook.com/>
<http://www.twitter.com> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10.10.2017)
- FOÇA Mehmet Atakat (2016, Temmuz 16). *15 Temmuz Darbe Girişimi Sonrası Yayılan Yalan Haberler.* Facebook:
<https://www.facebook.com/notes/mehmet-atakan-fo%C3%A7a/15-temmuz-darbe-giri%C5%9Fimi-sonras%C4%B1-yay%C4%B1lan-yanan-haberler/10153652689390785/>
adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10.12.2017).

- GRZYWINSKA Ilona ve BORDEN Jonathan, (2012). *The Impact of Social Media on Traditional Media Agenda Setting Theory. The Case Study of Occupy Wall Street Movement in USA*. Academia: <https://scholar.google.com/citations?user=2j-Sst4AAAAJ&hl=en> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 21.11.2017).
- Güncel Makaleler. (2017, Ocak 16). *Twitter Nedir? Ne İşe Yarar? Nasıl Kullanılır?* <http://www.guncelmakaleler.com/twitter-nedir-ne-ise-yarar-nasil-kullanilir/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 09.12.017).
- Haberler.com. (2016, Temmuz 18). *Sosyal Medyada Darbe Olacağını 1 Ay Öncesinden Bildiler*. <https://www.haberler.com/sosyal-medyada-darbe-olacagini-1-ay-oncesinden-8620666-haberi/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 17.10.2017).
- Haberler.com. (2017, Temmuz 15). *İşte 15 Temmuz Darbe Girişimi Sırasında Saat Saat Yaşananlar*. <https://www.haberler.com/iste-15-temmuz-darbe-girisimi-sirasinda-saat-saat-9833738-haberi/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 08.12.2017).
- HALICI Ceyhun Yaşar. (2016). *Toplumsal Hareketlere Etkisi Bakımından Sosyal Medya*. <http://www.umut.org.tr/userfiles/files/Ceyhun%20Ya%C5%9Far%20Hal%C4%B1c%C4%B1.pdf> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.01.2018).
- HÜRRİYET, (2016, Temmuz 19). *Devlet Bahçeli darbe girişiminin olduğu gece ne yaptı?* <http://www.hurriyet.com.tr/devlet-bahceli-darbe-girisiminin-oldugu-gece-ne-yapti-40154522> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.01.2018).
- HÜRRİYET, (2016, Ağustos 7). *Yenikapı'daki Mitinge Kaç Milyon Kişi Katıldı?* <http://www.hurriyet.com.tr/buyuk-bulusma-haydi-yenikapi-mitingine-40183980> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.01.2018).
- JAMII Forums. (2016, Temmuz 15). *Turkish Army Announces It Has Taken Over the Authority in Entire Turkey*. <https://twitter.com/jamiiforums/status/754051880062443520/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 07.12.2017).
- KARAÇAY Mesut. (2012). *Sosyal Medyanın Sosyal ve Ekonomik Hayata Etkileri*. <http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/sosyal-medyann-sosyal-ve-ekonomik.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 27.09.2017).
- KARTAL Sıla, (2015). *Kitle İletişime Teknolojik Yaklaşımlar*. <http://slideplayer.biz.tr/slide/2809084/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 14.11.2017).
- KAZAZ Mete ve TÜMEN Elif (2013, Şubat 1). *Tanıtım Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Gençlik ve Spor Bakanlığı Örneği*. KOP Bölgesi Üniversiter Birliği: <http://unikop.org/makale/ks13-2-01.pdf> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.11.2017).
- KILIÇ Şükrü Oktay, (2016, Temmuz 2016). *Sosyal Medya Nasıl Darbeye Direnişin Aracı Oldu?* tarihinde Aljazeera: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-nasil-darbeye-direnisin-araci-oldu> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10.01.2018).

- Kumar, S., West, R., & Leskovec, J. (2016). *Disinformation on the Web: Impact, Characteristics, and Detection of Wikipedia Hoaxes*. Kasım 21, 2017 tarihinde <https://cs.umd.edu/~srijan/pubs/hoax-www16.pdf> adresinden alındı
- KURAĞ İsmail, (2014, Kasım 29). *Sosyal Medya'nın Bireye Etkileri ve Toplumsal Hareketlerdeki Etkinliği*. Akademik Perspektif: <http://akademikperspektif.com/2014/11/29/sosyal-medyanin-bireye-etkileri-ve-toplumsal-hareketlerdeki-etkinligi/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 17.08.2017).
- KUZUOĞLU M. Serdar. (2013, Mart 17). *M. Serdar Kuzuloğlu Blogu*. <http://lh5.ggpht.com/-be1k6y66JB4/UYEBbFuDpdI/AAAAAAAAAIQ0/f44-nvtB9Rk/s1600-h/m-serdar-kuzuloglu8.png> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 28.09.2017).
- KÜSTÜR Sabri, (2016, Temmuz 17). *15 Temmuz darbe girişiminin engellenmesinde teknolojinin büyük katkıları*, <https://www.teknoblog.com/15-temmuz-darbe-engelleme-teknoloji-129206/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 09.12.2017).
- Mobile Gameroid. (2012, Nisan 3). *Instagram on Android Now*. <https://mobilegameroids.wordpress.com/2012/04/03/instagram-on-android-now-photography/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 03.04.2017).
- MUSLU Funda, (2012). *Shannon-Weaver Modeli* Kitle İletişim Teorileri: <http://kitleiletisimteorileri.blogspot.com.tr/2013/04/shannon-weaver-modeli.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 12.11.2017).
- MYNET Haber. (2016, Temmuz 15). *TSK darbe bildirisi TRT 1'de okundu! İşte TRT darbe açıklaması*. <http://www.mynet.com/haber/guncel/tsk-darbe-bildirisi-trt-1de-okundu-iste-trt-darbe-aciklamasi-2541325-1> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 05.12.2017).
- NE Haber Ankara, (2015, Mart 27). *Facebook Hesabınızı Kapatın Uyarısı*. <http://www.nehaberankara.com/haber-arsiv-4253.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 27.09.2017).
- Post Grade Problems. (2014, Şubat 27). *A Completely Honest Match.com Profile*. <https://postgradproblems.com/a-completely-honest-match-com-profile/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 03.10.2017).
- STAR Gazetesi. (2017, Temmuz 17). *Cumhurbaşkanlığı 15 Temmuz Afişlerini Yayınlandı*. <http://www.star.com.tr/guncel/cumhurbaskanligi-15-temmuz-afislerini-yayinlandi-haber-1236902/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 08.12.2017).
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2015). *İletişim Kavramı İletişimde Yer Alan Öğeler İletişim Çeşitleri*. http://veah.saglik.gov.tr/kalite/images/egitim_dosyalari/iletisim.pdf adresinden alındı. (Erişim tarihi: 12.11.2017).
- TAŞ Gizem, (2015, Haziran 30). *Sosyal Medya Tarihçesi*. <http://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 17.12.2017).
- TEKNOBLOG, (2016, Temmuz 17). *15 Temmuz Darbe Girişiminin Engellenmesinde Teknolojinin Büyük Katkıları*. <https://www.teknoblog.com/15-temmuz-darbe-engelleme-teknoloji-129206/> adresinden alındı. 22.10.2017).

- Teyit.org. (2016, Temmuz 16). *15 Temmuz Darbe Girişimi Sırasında İnternette Yayılan 9 Yanlış Haber*. <https://teyit.org/15-temmuz-sonrasi-yayilan-yanlis-haberler/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.10.2017).
- TURKISHNY, (2017, Temmuz 15). *15 Temmuz İhanetinin Anatomisi - O Gece İstanbul'da Ne Oldu?* <http://www.turkishny.com/other-news/4-other-news/247586-15-temmuz-ihanetinin-anatomisi-o-gece-istanbulda-ne-oldu> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 08.12.2017).
- Türk Dil Kurumu. (2006). *İletişim*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5a0da033cedec9.11899958 adresinden alındı. (Erişim tarihi: 11.11.2017).
- TBMM, (2003). *Bilgilendirme Hakkı Kanunu*. <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4982.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.11.2017).
- TWITTER, (2016, Eylül 11). *15 Temmuz Şehitleri*. Temmuz 8, 2017 tarihinde <https://twitter.com/huriyzc/status/775006451681067008> adresinden alındı
- TWITTER, (2016, Temmuz 15). *Kemal Kılıçdaroğlu Resmi Twitter Hesabı*. <https://twitter.com/kilicdaroglu> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 16.01.2018).
- TWITTER, (2016, Temmuz 15). *Recep Tayyip Erdoğan*. https://twitter.com/RT_Erdogan/status/754067631905312768 adresinden alındı. (Erişim tarihi: 17.10.2017).
- TWITTER, (2016, 15 Temmuz). *Recep Tayyip Erdoğan Twitter Resmi Web Sitesi*. https://twitter.com/RT_Erdogan/status/754067631905312768 adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18.10.2017).
- TWITTER, *TBMM*. <https://twitter.com/search?q=TBMM&src=typd&lang=tr> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.11.2017).
- University of Oxford. (2016, Nisan 15). *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <http://www.ox.ac.uk/news/2016-01-15-oxford-internet-institute-marks-15-years-wikipedia> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 28.09.2017).
- VATAN Gazetesi. (2016, Eylül 16). *FETÖ'nün Sivil Darbe Timleri Aranıyor*. <http://www.gazetevatan.com/feto-nun-sivil-darbe-timleri-araniyor-986537-gundem/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 05.12.2017).
- WIKIWAND. (2016). *2016 Türkiye Askeri Darbe Girişimi*. http://www.wikiwand.com/tr/2016_T%C3%BCrkiye_asker%C3%AE_darbe_giri%C5%9Fimi adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10.10.2017).
- YAMAN Ertuğrul. (2013). *Beden Dili*. <http://www.docdatabase.net/more-do231-dr-erturul-yaman-eyamangaziedu-1133962.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 13.11.2017).
- YENİ ŞAFAK Gazetesi, (2017). *15 Temmuz Darbe Girişimi/ Kemal Kılıçdaroğlu*. <https://www.yenisafak.com/15temmuz/kemal-kilicdaroglu-kisi-detay> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 03.01.2018).
- YENİ ŞAFAK Gazetesi, (2017, Temmuz 11). *15 Temmuz Korsan Darbe Bildirisi!* Ekim 13, 2017 tarihinde <http://www.yenisafak.com/15-temmuz-korsan-darbe-bildirisi-h-2753353> adresinden alındı

YILDIRIR Özkan. (2016, Ekim 3). *15 Temmuz Darbe Girişimini Engellemede Sosyal Medyanın Etkisi* T.C. Medeniyet Üniversitesi İlim ve Medeniyet Topluluğu Web Sitesi: <http://www.ilimvemedenyet.com/15-temmuz-darbe-girisimini-engellemede-sosyal-medyanin-etkisi.html#prettyPhoto> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 15.08.2017).

YOUBRANDİC. (2017). *New Pinterest Profile Pages Are Here.* <http://youbrandinc.com/marketing-news/social-media/new-pinterest-profile-pages-are-here/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 29.09.2017).

YOUTUBE. (2016, TEMMUZ 28). *15 Temmuz Darbe Gecesi Boğaziçi Köprüsü Çok Özel Görüntüler!* <https://www.youtube.com/watch?v=llTVKYbNOXg> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 08.12.2017).

YOUTUBE. (2016, Temmuz 15). *Askeri Darbe Türkiye 15 Temmuz 2016* <https://www.youtube.com/watch?v=GAuGiyNHZEK> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 25.10.2017).

YOUTUBE. (2016, Temmuz 15). *Erdoğan FaceTime.* <https://www.youtube.com/watch?v=D4D56etTJJI> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 15.10.2017).

ZİEGLER John. (2016, Nisan 18). *2008 Election-Politics 2.0: An Analysis of Obama's Winning Campaign.* <https://johnzieglerblog.wordpress.com/tag/2008-election/> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 20.10.2017)

DİĞER

TEKBİYİK Saliha Gökçe (2016). *Sosyal Medyanın Toplumsal Olaylardaki Gücü; Türkiye'de 15 Temmuz 2016 Darbe girişimi.* T.C. Ticaret Üniversitesi Dış ticaret Enstitüsü.

EKLER

EK-A



EK-A:15 Temmuz 2016 saat 22.00'de FETÖ mensubu askerlerin İstanbul Boğaziçi Köprüsünü işgal etmeleri¹



EK-A: Darbeci askerlerin İstanbul Boğaziçi köprüsündeki işgali²

¹ Vatan Gazetesi, “ <http://www.gazetevatan.com/feto-nun-sivil-darbe-timleri-araniyor-986537-gundem/2016>, (Erişim Tarihi: 05.12.2017)

² Jamii Forums, “ Turkish Army Announces It Has Taken Over the Authority in Entire Turkey”, <https://twitter.com/JamiiForums/status/754051880062443520>, 2016, (Erişim Tarihi 07.12.2017)



EK-B: Boğaziçi Köprüsü'nde darbecilerin işgaline karşı halkın mücadelesi³



EK-B: Darbeye karşı halkın direnişinden bir kare- Halkın mücadelesiyle darbeci askerlerden bir tankı alması⁴

³ Youtube, "15 Temmuz Darbe Gecesi Boğaziçi Köprüsü Çok Özel Görüntüler!", <https://www.youtube.com/watch?v=IITVKYbNOXg>, 2016, (Erişim tarihi: 08.12.2017)

⁴ Bilgi Topluluğu, "Facebook Profil Fotoğrafına 15 Temmuz Nasıl Eklenir?", <https://bilgitopluluqu.org/facebook-profil-fotografina-15-temmuz-nasil-eklenir/>, 2017, (Erişim tarihi: 08.12.2017)



EK-C: Halkın Atatürk Havalimanı'nda toplanması⁵



EK-C: Darbe girişiminde şehit olan insanlarımız⁶

⁵ Turkishny, "15 Temmuz İhanetinin Anatomisi- O Gece İstanbul'da Ne Oldu?", <http://www.turkishny.com/other-news/4-other-news/247586-15-temmuz-ihanetinin-anatomisi-o-gece-istanbulda-ne-oldu>, 2017, (Erişim tarihi: 08.12.2017)

⁶ Twitter, "15 Temmuz Şehitleri", <https://twitter.com/huriyzc/status/775006451681067008>, 2016, (Erişim tarihi: 08.12.2017)



EK-D: 15 Temmuz Darbe girişiminde şehit olan Askerlerimiz⁷

Şehitlerimizi Rahmetle Anıyoruz!

⁷ Star Gazetesi, "Cumhurbaşkanlığı 15 Temmuz Afişlerini Yayınlandı", <http://www.star.com.tr/guncel/cumhurbaskanligi-15-temmuz-afislerini-yayinlandi-haber-1236902/>, 2017, (Erişim tarihi: 08.12.2017)