T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETŞİM FAKÜLTESİ ANA BİLİM DALI

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SOSYAL MEDYA VE KUTUPLAŞMA

Yüksek Lisans Tezi

Abdurrahman ERZURUM

OKUL NO: 1250Y21105

İstanbul, 2016

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ ANA BİLİM DALI

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SOSYAL MEDYA VE KUTUPLAŞMA

Yüksek Lisans Tezi

Abdurrahman ERZURUM

OKUL NO:1250Y21105

Danışman:Prof.Dr. Celalettin AKTAŞ

İstanbul, 2016

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi Abdurrahman Erzurum'un "Sosyal Medya ve Kutuplaşma" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak **(oybirliği** ☑ **/ oyçokluğu** ☐ **)** ile başarılı bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Celalettin Aydar	
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Oğuzhan Aydın	
Jüri Üyesi	: Yrd. Doç. Dr. Yusuf Özkul	

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

ETİK SAYFASI

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

ÖZET

Günümüzde sosyal medya siteleri geniş bir kitle tarafından kullanılmakta ve modern çağın medya modeli olarak değerlendirilmektedir. İnternet tabanlı bu web siteleri birçok kişinin görsel ve işitsel medya araçlarını, bilgi ve fikir paylaşımını kolay ve etkili sunumlarla paylaşmasını sağlamış, sınırsız bir iletişim ağı kurulmuştur. Bu iletişim ağı hızlı ve yoğun olması açısından büyük bir güç durumuna gelmiş, büyük toplumsal hareketlerin oluşumda etkili olmuştur. Sosyal medyanın gücünü kötüye kullanan terör örgütleri de bulunmuş son günlerde özellikle IŞİD örgütü katılımcı sayısını arttırmayı sosyal medya konusunda uzmanlaşarak sağlamıştır. Çalışmada IŞİD üyesi bir gencin bu mecrada fikirlerinin değişme süreci ve algı yönetimi ve sosyal medya konusunda deneyimli şahıslar tarafından ikna edilmesindeki etkenler ortaya konulmuştur.

Tezin amacı toplumsal kutuplaşma ve sosyal medya arasındaki bağı farklı yönlerden araştırıp oluşan olumsuz etkilere dikkat çekmektir. Bu açıdan araştırma temelinde gerekli literatür taraması yapılmış, çalışmaya katkı sağlayacak bilgiler sağlanmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda faydalı olabilecek sonuçlar elde edilmiştir. Sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmada negatif etkiler yarattığı saptanmış olup gerekli önlemler sıralanmıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, sosyal kutuplaşma, toplumsal hareketler, sosyal medyanın negatif etkileri, sosyal medya ve toplumsal kutuplaşmanın ilişkisi.

ABSTRACT

Nowadays, the webs sites on the web are used by a large group of people and it is seen as the media model of the modern age. These web sites which are based in the internet provides that all these people to share their audio-visual media tools, their information about a topic and their ideas with the presentations which are practical and efficient and a limitless communication network is established. It has became a big power in the aspect of the being of this communication network is fast and intense so it had been efficient in the formation of the great social movements. Also, there have been some terrorist organizations which use the power of the social media especially the organization of IŞİD has provided to increase their participant with specializing in the issue of the social media. In this study, there is an interview with a member of the organization of IŞİD which includes the process of the changes of his ideas about IŞİD in social media and the factors in the case of the persuasion by the experts in the fields of the perception management and the social media.

The aim of this investigation is that researching the relation between the social polarization and the topic of social media in the different approaches and pointing out the negative effects of it. Thus, the required literature review is scanned and the information which can be contributed to the investigation is supplied. Therefore, the useful results are achieved with this knowledge. Finally, it is stated that the social media has many negative effects on the social polarization and the necessary precautions are ordered in the end of the study.

Key words: social media, social polarization, social movements, the negative effects of social media, the relation of social media and social polarization.

ÖZET ii
ABSTRACT iii
TABLOLAR LİSTESİ vi
KISALTMALAR LİSTESİ vii
BİRİNCİ BÖLÜM 4
SOSYAL KUTUPLAŞMA 4
1.1.Sosyal Kutuplaşma 4
1.2. Sosyal Kutuplaşmanın Nedenleri 6
1.2.1. Gelir Dağılımı Eşitsizliği 6
1.2.2. Ekonomik Yapıdaki Dönüşüm 8
1.2.3. İstihdam Koşullarının Yeniden Yapılanması 8
1.2.4.Mesleki Yapıdaki Dönüşüm 9
1.2.5.Küreselleşme ve Uluslararası Göçlerin Artışı 10
1.2.6.Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmeler 11
1.3. Sosyal Kutuplaşmanın Sonuçları 12
1.3.1.İşsizlik 12
1.3.2.Yoksulluk 13
1.3.3. Suç Oranlarının Artması 16
1.3.4. Kentsel Yapının Değişmesi 18
1.4.Türkiye'de sosyal kutuplaşma 20
İKİNCİ BÖLÜM 49
SOSYAL MEDYA VE SOSYAL KUTUPLAŞMA 49
2.1. Sosyal medya kavramı 49
2.1.1. Sosyal Medyanın tanımı 49
2.2.Sosyal Medya ve Toplum 62
2.2.1.Bilgi Toplumu 62
2.2.2. Sosyal Medya Ve Gözetim Toplumu 65
2.2.3. Ağ Toplumu 66
2.2.4.Sosyal medya ve ağlarda grup oluşumu 70
2.3.Sosyal medya ve toplumsal hareketler 71
2.3.2.Sosyal medya ve Arap Baharı 73
2.3.2.1.Sosyal Medyanın Arap Baharındaki Toplumsal Kutuplaşmadaki Rolü 83
2.3.2.2.Sosyal medya ve Suriye 85
2.3.3.Sosyal Medya ve Gezi Olayları 87
2.3.3.1.Gezi olaylarının gelişimi 89

2.3.3.3.Gezi Olaylarında Toplumsal Kutuplaşmanın Oluşumunda Sosyal Medyanın rolü 95
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 100
SOSYAL MEDYA VE SOSYAL KUTUPLAŞMA İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA 100
3.1.Araştırmanın Amacı: 100
3.2.Araştırmanın Önemi 100
3.3.Verilerin Toplanması: 100
3.4 Veri Toplama Aracı 100
3.5.Veri Toplama Aracının Uygulanması : 101
3.6.Bulgular ve Tartışma 101
SONUÇ VE ÖNERİLER 107
KAYNAKÇA 110

TABLOLAR LİSTESİ

Şekil 1.Dışlanan Kimlikler 20
Şekil 2.Siyasi Parti Taraftarları ve Dışlanma (Kötü Muamele Gördüğünü Söyleyenlerin Oranı) 21
Şekil 3. Grup Aidiyeti ve Dışlanma(Kötü Davranıldığını Hissedenlerin oranı) 22
Şekil 4. En Uzak Hissedilen Siyasi Parti 23
Şekil 5. Siyasi Parti Taraftarlarının Uzak Gördükleri Siyasi Parti 24
Şekil 6.Uzak Hissedilen Siyasi Parti Taraftarlarıyla Sosyal Mesafe("İstemem" Yanıtını Verenlerin Oranı) 25
Şekil 7. Uzak Hissedilen Parti Taraftarına Sosyal Mesafe ("İstemiyorum" Yanıtlarının Oranı) 26
Şekil 8. Sıfatlar ve Kime Daha Uygun Olduğu? 27
Şekil 9. Uzak Hissedilen Siyasi Parti Taraftarlarına Yakıştırılan Olumsuz Sıfatlar 28
Şekil 10. Siz Gençken (15-25 yaş arasındayken), (Katılanların Oranı) 29
Şekil 11. Siz Gençken (15-25 yaş arasındayken), (Katılanların Oranı) 30
Şekil 12. Gençliğinizle Kıyasladığınızda Ayrılıklar Arttı mı?, (Arttı Yanıtı Verenlerin Oranı) 31
Şekil 13. Gençliğinizle Karşılaştırdığınızda Ülkede Ayrılıklar Arttı mı? 32
Şekil 14. Gelecek On Yılda Ülkede Siyasi Ayrılıklar Artacak mı? 33
Şekil 15. Gelecek On Yılda Ülkede Siyasi Ayrılıklar Artacak mı? 34
Şekil 16. Ülkede en Fazla Ayrılığa Yol Açan Konular 35
Şekil 17. Ülkede en Fazla Ayrılığa Yol Açan Konular 36
Şekil 18. Siyasi Liderlerin Beğenilme Derecesi 37
Şekil 19. Siyasi Liderlerin Beğenilme Derecesi 38
Şekil 20. 1 Kasım Seçimlerinde Hissedilen Duygular 39
Şekil 21. 1 Kasım Seçimlerinde Hissedilen Duygular 40
Şekil 22. İktidar Partisi-Muhalefet İlişkisi 41
Şekil 23. Siyasi Konulardaki Görüşler 42
Şekil 24. İktidar Partisi-Muhalefet İlişkisi 43
Şekil 25. Siyasi Parti Taraftarları ve Kuruma Güven 44
Şekil 26. Ülkeyi Terk Etmek Konusunda Görüşler 45
Şekil 27. Gazeteler Taraflı mı? (Taraflı Yanıtlarının Oranı) 45
Şekil 28. Gazeteler Taraflı mı? 46
Şekil 29. Takip Edilen Televizyon Haberleri 47
Şekil 30. En Fazla Haber Alınan Televizyon Kanalları 47

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e.	: Adı geçen eser
a.g.m.	: Adı geçen makale

GİRİŞ

Bu çalışmada sosyal kutuplaşma ve sosyal medya kavramlarının tanımları türleri nedenleri ve özellikleri ortaya konmuş olup birbirleri arasındaki güçlü etkileşime dikkat çekilmiştir. Örneklerle ve uygulama anlamında IŞİD üyesi bir şahısla yapılan röportajla konu desteklenmiş ve açıklanmıştır. Sosyal medyanın toplumsal açıdan modernleşme ve gelişme bağlamlarında birçok pozitif yönü olmasına karşın sosyal kutuplaşma bakımında negatif etkilerinin olduğu belirlenmiş ve bir takım öneriler oluşturulmuştur.

Birinci bölümde sosyal kutuplaşmanın tanımı yapılmış ve nedenleri tespit edilmiş ve sonuçlarına dikkat çekilmiş. 2. Bölümde ise sosyal medyanın tanımı, türleri, gelişimi, etkileri ve bazı toplumsal hareketlerdeki rolü değerlendirilmiştir. 3.Bölüme geçildiğinde IŞİD üyesi kişiyle yapılan araştırmanın yöntemi, sonucu ve çıkarılabilecek fikirler belirlenmiştir. Sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmaya etkileri ve toplumsal kutuplaşmanın oluşumundaki faktörler incelenmiştir. Bu araştırma sonucunda sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmayı bazı durumlarda arttırdığı gözlenmiştir. Bu konuda çözümler geliştirilmiş ve öneri planı oluşturulmuştur. Böylece bu iki konu birbiriyle karşılaştırmalı ve ilişkileri göz önünde bulundurularak birçok açıdan değerlendirilip rasyonel bir düşünce planı ile sonuca varılmıştır. Gerekli litaratür incelenmiş ve toplumsal kutuplaşma ve sosyal medya ilişkisi ve birbirine etkileri bağlamındaki araştırmalar ve değerli fikirler göz önünde bulundurulmuştur.

Sosyal kutuplaşmanın tanımı sosyoekonomik farklılaşmanın, meslekler arasındaki kutuplaşmanın, gelir seviyelerindeki adaletsizliğin, şahısların en temel gereksinimlerinin giderilmesi hususunda sosyal ve ekonomik seviye bazında birbirinden büyük oranda farklı hayat süren grupların oluşması, normal gelir düzeyinde sahip insanlarınsa yok olmasıdır.

Sosyal medya ise Web 2.0 yazılım temelli, güçlü bir toplumsal iletişime, grup oluşumuna ve ortak planları gerçekleştirmeye imkan tanıyan web tabanlı sosyal ortamdır biçiminde tanımını yapmak olanaklıdır. Bu web tabanlı web sitelerinin sosyal iletişim yönü büyük önem taşımakla beraber yeni medya türü olarak da görülmektedir.

Özellikle Toplumsal olaylar çerçevesinde sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmadaki rolü dikkat çekmektedir. Gezi olayları ve Arap baharı gibi örneklerde görebileceğimiz gibi sosyal medya toplumsal hareketler yön vermekte ve bir iletişim, paylaşım zemini oluşturmaktadır. Bu bağlam hareketlerin planlanması, ihtiyaçların karşılanması, küreselleşip daha fazla ses getirmesi, destek alması sosyal medya mecraları sayesinde daha etkili ve hızlı bir biçimde gerçekleşmiştir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya yeni tür bir toplumsal hareket çeşidi oluşturmuş toplumdaki kutuplaşmalara da bazı yönleriyle neden olmuştur. Sosyal medya sayesinde toplumsal kutuplaşmalar daha şeffaf hale gelmiş ayrıca eylem alanına girmesi de kolaylaşmıştır. Toplumsal kutuplaşmada büyük rol oynayan ekonomik problemler ve gelir dağılımındaki eşitsizliğe değinilmiş bu sorunun toplumsal hareketlerin altında yatan asıl etken olduğu ortaya ifade edilmiştir.

Ayrıca IŞİD gibi terör oluşumları da bu gücün imkânlarını negatif yönde kullanıp etki alanlarını her geçen gün geliştirmektedir. Geliştirdikleri algı yönetimi teknikleriyle bireylerin kararlarını değiştirebilmekte ve üye sayılarını küresel anlamda arttırmaktadırlar. Bu zeminde incelendiğimde sosyal medya ve toplumsal kutuplaşma arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı sosyal medyanın sosyal kutuplaşmaya etkisini araştırmaktır. Günümüzde sosyal kutuplaşma ve sosyal medya kullanımı artmıştır. Sosyal medya insanların cemaatleşmesinde ve belli bir amaç etrafında birleşmesinde önemli rol oynamaktadır. Sosyal medya üzerinden terör örgütleri dünyanın farklı yerlerinden sempazitanlar bulabilmekte ve bunları örgütlerine kazandırabilmektedir. Bu çalışma sosyal medyanın sosyal kutuplaşmadaki ve toplumları harekete geçirmesindeki rolünü ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

Sosyal medya ile taraftar bulan terör örgütleri ve gelişen toplumsal ayaklanmalar dünyanın geleceği açısından büyük bir önem taşımaktadır. Yapılan bu çalışma sosyal medyanın farklı yönlerinin gözler önüne serilmesini sağlamaktadır. Kullanılan toplumsal hareket örnekleri, Gezi Parkı Eylemleri ve Arap Baharı gibi, bu bağı daha yakından anlamak açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın literatür kısmında tarama yöntemi kullanılarak konuyla ilgili kaynaklardan verilerek toplanarak derlenmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde

kutuplaşma kavramı, sosyal kutuplaşma ve Türkiye'de sosyal kutuplaşma üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde sosyal medya kavramı, sosyal medya ve toplumsal hareketler sosyal medya ve sosyal kutuplaşma üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölümde nitel araştırma yöntemlerinden mülakat yöntemi kullanılarak İŞİD'e katılan bir kişiyle yapılan röportaja ilişkin değerlendirme ve tartışmalar yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL KUTUPLAŞMA

1.1.Sosyal Kutuplaşma

Sosyal kutuplaşma ile ilgili iki büyük sorunumuz bulunmaktadır. Bunlar; sosyal kutuplaşmanın tanımlanması ve sosyal kutuplaşmanın ölçülmesidir. Ancak yine de şu tanım yapılabilir. Sosyal kutuplaşma, ekonomik yapıdaki değişimin, mesleki kutuplaşmanın, gelir düzeyinde eşitsizliğin, bireylerin en temel ihtiyaçlarının karşılanması konusunda sosyal ve ekonomik statünü bakımından birbirinden çok farklı uç noktalarda yaşayan iki grubun ortaya çıkması, orta sınıfın ise azalarak yok olmasıdır.

Sosyal kutuplaşma dünya kenti tezinin en tartışmalı yönlerinden biridir. Bu teze göre küresel kentler çift sosyal katmana bölünme eğilimindedir. Küresel rekabet kent ekonomisini değiştirmekte ve bu değişiklikler, istihdam yapılarındaki ve sosyo ekonomik yapılardaki değişimi yani, kutuplaşmayı ya da adaletsizliği içermektedir[1].

Ancak toplumsal kutuplaşma tezinin tüm şehirler üzerinde uygulanabilirliği küresel çapta tartışılmaktadır. Dünyanın önde gelen bazı şehirleri üzerinde yapılan deneysel çalışmalar alt ve üst tabakalar için bölünme eğilimi gösterdiği görülürken, Avrupa ve Asya kentlerinde yapılan bir takım çalışmalar farklı bir sosyal dönüşümün yaşandığını göstermekteler. Bazı bilim insanları böyle bir kavrama inanmamakla birlikte tanımının açıklayıcılığını eleştirirken bazı diğer bilim insanları ise kavramın sosyal eşitsizliği sembolize ettiğini düşünmekteler. Bu kavramı deneysel olarak açıklamaya çalışanlar ise bu kavramın dünyanın farklı şehirlerinde denenip doğruluğunun araştırılması gereken bir tez olduğunu düşünmektedirler[2].

1980'lerden bu yana gelir dağılımının eşitsizliği üzerine yapılan tartışmalarda orta sınıfın yok olması sorunu da yer almaya başlamıştır. Bu durum artan sosyal

[1]Anders Lund Hansen, Hans Andersen, Thor ve Eric, Clark. "Creative Copenhagen Globalization, Urban Governance and Social Change". **European Planning Studies**, 9(7), 2001,s.864.
[2] Po-Fen Tai, "Beyond 'Social Polarization'? A Test for Asian World Cities in Developmental **States"**. **International Journal of Urban and Regional Research,** Vol.34.4, 2010, s.743.

kutuplaşmanın sonucu olarak görülmektedir. Sosyal kutuplaşma sadece gelir dağılımı eşitsizliğinden oluşan bir kavram değildir ve toplumun sosyal dinamiklerinin uğradığı değişimin etkisiyle ortaya çıkmıştır ancak gelir dağılımındaki adaletsizlik sosyal kutuplaşmanın iktisadi boyutunu göstermektedir. Bu konuyla ilgili en sık karşılaştığımız soru şudur: Uzmanlaşma mı Kutuplaşma mı? Sosyal kutuplaşmanın var olma sebeplerinden birisinin de profesyonelleşme olduğu iddia edilmektedir. Bir yanda yöneticiler, seçkinler ve profesyonel hizmet verenler çalışanlar varken diğer tarafta büroda çalışanlar, düşük maaşla çalışan işçiler ve düşük maaşla çalışan göçmen işçiler vardır[3].

Günümüzde kentler ulusal ve küresel ölçekte bütünleşme yoluna giderken yerel ekonomilerinin rekabet gücünü arttırmak için uyguladıkları stratejilerin bazı olumsuz sonuçları ile de baş etmek zorundadır. Kent yönetimleri, küreselleşmeye yönelik çabalarında çoğunlukla kentte sosyal kutuplaşmaya, gelir adaletsizliğine ve kentsel gerilime yönelik problemlerle karşılaştılar[4].

Birçok yazar, başta küreselleşme olmak üzere, sosyal devlet anlayışındaki azalma ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak eşitsizliklerin belirginleştiğine, sosyal kutuplaşmanın arttığına ve kent içi farklılaşmanın günden güne arttığına dikkat çekmektedir[5].

II. Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda batılı ülkeler tarafından şekillenen fordist endüstriyel ekonominin yerini son yıllarda post fordist bilgiye dayalı endüstriyel ekonominin aldığı görüşü yaygınlaşmaktadır. Post fordist üretim sistemi orta gelir sınıfında azalmaya yol açarak gelir dağılımının uç gruplarda ağırlıklaşmasına sebep olmuştur. Post fordist üretim çalışma koşullarını olumsuz etkilemesinden dolayı sosyal kutuplaşmaya neden olmaktadır[6]. Fakat pek çok yazar kabul etmiştir ki gittikçe büyüyen

[3] Tai, a.g.e., s.745.
[4] Evren, Yiğit "İstanbul Merkez Bölge'de Bütünleşme ve Ayrışma". **YTÜ Mim Fak. E-Dergisi**, 2(1), 2007, s.14.
[55]Evren, a.g.m., s.14.
[6] Johnatan. Pratschke ve Enrica Morlicchio, **"Social Polarisation, The Labour Market And Economic Restructuring In Europe: An Urban Perspective".** *Understanding Social Science Working Paper*, No.02, 2008, s.15.

gelir farklılıkları yalnız başına kutuplaşmanın meydana geldiğinin kanıtı olamaz. Geleneksel açıklamalara göre kutuplaşmanın dört unsura bağlıdır[7].

1. Çoğunlukla kabul edilen teknolojideki gelişmelerin yarı vasıflı mavi yakalıların yerini aldığıdır.
2. İşletmelerde verilen finans hizmeti ve bilgi temelli aktiviteler yeni zenginleri oluşturacak yeni bir sınıfın genişlemesine neden olmaktadır.
3. Kamu harcamalarının kısıtlanması ve özelleştirmeler kamuda çalışanların ve mavi yakalıların sayısını düşük seviyelere çekmiştir.
4. Bu yönelimler profesyoneller ve teknik işlerde çalışan yüksek gelirli işçilerin sayısının artmasına yol açmıştır[8].

Amerika'daki büyük eyaletler sosyal kutuplaşmanın en fazla görüldüğü yerlerdir. Bu sebeple orta sınıfın küçülmesi bir endişeye neden olmaktadır. İstihdam ve gelir dağılımında ki hiç çalışanı olmayan ve birden çok çalışanı olan hane halkından kaynaklanan eşitsizlik sosyal kutuplaşmaya neden olmaktadır

1.2. Sosyal Kutuplaşmanın Nedenleri

Sosyal kutuplaşmanın pek çok nedeni bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri; gelir dağılımının adaletsizliği, Ekonomik Yapıdaki Dönüşüm, İstihdam Koşullarının Yeniden Yapılanması, Mesleki Yapıdaki Dönüşüm, Küreselleşme ve Uluslararası Göçlerin Artışıdır.

1.2.1. Gelir Dağılımı Eşitsizliği

Sosyal kutuplaşmanın temel sebeplerinden biri gelir dağılımındaki adaletsizliktir. Sosyal kutuplaşma, yüksek ya da düşük ücretle çalışan insan sayısında artışın olması yani gelirin iki uç noktada yoğunlaşması olarak da tanımlanabilmektedir[9].

---

[7] Proinnsias Breathnach, "Social Polarisation In The Post-Fordist Informational Economy: Ireland In International Context"**. Irish Journal of Sociology**, Vol.11, No.1, (2002),s.3.

[8] Breathnach, a.g.e., s.3.

[9] Johann Pratschke, Enrica Morlicchio, **Social Polarisation, The Labour Market And Economic Restructuring In Europe: An Urban Perspective**. Understanding Social Science Working Paper, No.02, (2008),s.3; Po-Fen. Tai, "Beyond 'Social Polarization'? A Test for Asian World Cities in Developmental States". **International Journal of Urban and Regional Research, Vol.34.4**, 2010, s.744.

Yapılan deneysel çalışmalar 1980'lerden bu yana Avrupa'da gelir kutuplaşmasında artış olduğunu göstermektedir. Yoksul işçilerin sayısında artış olmakta ve toplumsal sınıflarda kutuplaşmanın arttığı görülmektedir [10].

Uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar göstermektedir ki gelir dağılımındaki adaletsizlik birçok OECD ülkesinde 1985-1995 tarihleri arasında artış göze çarpmaktadır. Büyük Britanya bu adaletsiz artışın yaşandığı ülkeler içinde ilk sıradadır. Diğer taraftan eşitlik ya da eşitsizlik durumunda değişim olmayan ülkelerde bulunmaktadır. Ülkeler arasındaki eşitsizliğin farklı olmasının sebebi vergi şekli-düzeyi ve transfer ödemelerinin aynı olmamasıdır. Mesela bir AB ülkesi olan İrlanda'da 1991-1996 tarihlerinde sosyal kutuplaşma konusunda dikkate değer farklılıklar olmuştur. İrlanda da vasıfsız işçilerin ve profesyonellerin olduğu grupta bir artış yaşanırken mavi yakalıların bulunduğu gruptaki büyüme çok düşük seviyede gerçekleşmiştir. 1991 ve 1996 tarihlerinde profesyoneller ve vasıfsız kadın işçilerde artış gözlenmiştir. 1980'ten sonra İrlanda'da mesleki kutuplaşmayla bağlı olarak OECD Ülkeleri arasındaki en adaletsiz ülkelerdendir[11].

Sosyal kutuplaşma hem gelir kutuplaşmasıyla hem sosyal sınıflar arasındaki farklılıklarla ilişkilendirilmektedir[12]. Bu iki yaklaşımın ortak noktası her ikisinin de ortaya çıkmasının temel nedeninin gelir dağılımı eşitsizliği olmasıdır.

Bir toplumda gelir dağılımı eşitsizliği var ise Gini Katsayısı yüksek olacaktır. Esteban ve Ray kutuplaşmanın olduğu durumda zenginler ve fakirler olmak üzere iki sınıfın olacağını orta sınıfın ise olmayacağını belirtmişlerdir[13].

Türkiye'deki durum incelendiğinde gelirin büyük bir bölümünün belli bir kesimde toplandığı görülmektedir. Türkiye'de de orta sınıf kalmamış, zengin ve fakir kesimler oluşmuştur.

[10] Pratschke ve Morlicchio, a.g.m., s.4.
[11] Breathnach,a.g.m., s.22.
[12] Pratschke, a.g.m., s.5.
[13] Joan Esteban, Debraj Ray, "On The Measurement Of Polarization**". Econometrica**, 62(4), 1994, s.825.

1.2.2. Ekonomik Yapıdaki Dönüşüm

Sosyal kutuplaşmanın bir sebebi de ekonomik yapıdaki dönüşümdür. Sosyal kutuplaşmayla ilgili yapılan çalışmalarda ekonomik yapıdaki değişim sonucu işgücündeki sosyal ve mekânsal bölünmenin ekonomik yapının ve küresel şehirlerdeki dönüşümün dramatik sonuçları olduğunu vurgulamıştır. Bu durum özellikle finans ve hizmet sektöründeki büyüme ve üretim sektöründeki azalmayla yakından ilgilidir. Hizmet sektöründeki mesleklerin ve kazanç dağılımlarının yüksek ücretli işlere sahip kişiler ve vasıfsız düşük ücretli kişiler arasında yaşanan kutuplaşmayı arttırdığı savunulmaktadır[14].

Küreselleşme ulusal engellemelerin kademeli olarak ekonomik aktiviteler üzerindeki etkisiyle ortaya çıkmaktadır. Bu durum dışarıdan gelen rekabetçilerin ulusal tekel piyasaları ortadan kaldırmasına sebep olmaktadır. Küreselleşeme aynı zamanda işgücü piyasasını da etkilemektedir. İşgücünün esnek olmasına yönelik talepler artmaktadır. İşgücünün esnekliğine ve nitelikli olmasına yönelik talepler işgücü piyasası ve işçiler arasındaki ilişkinin marjinalleşmesine sebep olmaktadır. Marjinalleşme sosyal kutuplaşmanın ardındaki temel nedendir ve ekonominin yeniden yapılanmasının bir sonucudur. Sosyal kutuplaşma yüksek gelire sahip çalışanların sayısının artmasının, düşük gelire sahip çalışanların sayısının ise daha hızlı artmasının bir sonucudur. Düşük geliri olan çalışanların durumu yeni yoksullaşma ya da ileri derecede marjinalleşme olarak değerlendirilmektedir. Bu durum özellikle ileri derecede sanayileşmiş ülkelerde görülmektedir[15].

1.2.3. İstihdam Koşullarının Yeniden Yapılanması

İstihdamın yapısının ve istihdam koşullarının yeniden yapılandırılması da sosyal kutuplaşmaya neden olmaktadır. 1990'lardaki ekonomik büyümeyle birlikte işsizlik oranlarının da büyümesi, sosyal kutuplaşma tartışmalarına yol açmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle ekonominin yeniden yapılanması nitelikli işgücü talebini

[14] Chris Hamnett, D. Cross, **Social Change**, **Social Polarisation and Income Inequality in London**, 1979-1993. Kluwer Academic Publishers, 1998, pp.39.
[15] Hans Andersen, Thor. Spatial-Not Social Polarisation Social Change And Segretion In Copenhagen". **The Greek Review Of Social Research**, 2004,s.147.

artırırken ücret ve çalışma koşullarında da kutuplaşmaya yol açmıştır[16]. Küresel istihdam içerisinde hizmet sektörünün payının artması, tarım ve imalat sektörünün payında ise azalma olması sosyal kutuplaşmayı ortaya çıkaran nedenlerden biri olarak değerlendirilmektedir[17]. Küreselleşmenin etkisiyle ekonominin yeniden yapılanması nitelikli işgücü talebini artırırken ücret ve çalışma koşullarında da uç noktalara kaymaya yol açmıştır. Ve işsizliğin, yaşlılar, gençler, vasıfsız işçiler ve göçmenler arasında sık karşılaşılan bir sorun olduğu görülmektedir[18].

Toplumda yaşanan sosyal kutuplaşmayı kum saati şekline benzetmek mümkündür. Alt ve üst Gruplarda yığılma varken orta sınıf çok küçüktür. Sosyal kutuplaşma dünya kentlerinde karşılaşılan bir durumdur ve üç yüzü bulunmaktadır. Bunlar; ulus ötesi seçkinler ve düşük gelir grupları arasındaki büyük gelir farklılığı, kırsal kesimden veya yurtdışından gelen göç ve mesleki yapıda meydana gelen değişikliklerdir. Literatürde sosyal kutuplaşma gelir dağılımı eşitsizliğinin bir uzantısı olması ile birlikte yeniden yapılanan ekonomi ve sanayileşme sürecinin çöküşü ile birlikte ortaya çıkan değişimi ifade etmek için kullanılmaktadır.

1.2.4.Mesleki Yapıdaki Dönüşüm

Küreselleşme ve bilgi çağı ile birlikte mesleki bir dönüşüm de yaşanmış bilginin önem kazandığı meslekler ortaya çıkmıştır.

Avrupa Birliği'ndeki sosyal kutuplaşma Avrupa Birliğinin vizyonunun Bilgi Ekonomisine dayalı olması mesleklerin özel bilgi ve yetenek gerektiren işlerin ön planda olmasıyla yakında ilgilidir. Bilgi Ekonomisine dayalı bir iş gücü piyasasında vasıflı bir işçinin iş bulması, yarı vasıflı işçilere kıyasla nispeten daha kolaydır. Böylece yetenek ve nitelik gerektiren işlerin gelişim süreci devam etmekte ve bu süreç eğitim gerektiren ya da ayrıcalıklı olan sektörler tarafından desteklenmektedir. Bu durum yarı

[16] Anders Hansen, Lund Andersen, Hans Thor. ve Eric Clark, "Creative Copenhagen Globalization, Urban Governance and Social Change". **European Planning Studies**, 9(7), 2001,s.859.
[17] Tai, a.g.e., s.745.
[18] Hansen vd., a.g.e., s.859.

vasıflı işçilerin iş gücü piyasasında gerekli rolü alamamasına sebep olarak sosyal kutuplaşmayı yaratmaktadır[19].

Soysal kutuplaşma aynı grup üyelerinin birbirlerine aşırı benzerlik göstermesi, farklı gruplardaki üyelerin ise birbirinden aşırı farklı olduğu durumlarda ortaya çıkar. Mesleki yapıdaki değişimin karmaşık yapısı kazançlarda çok büyük farklılıklar yaratmaktadır. Ve sosyal kutuplaşmanın oluşması için grup sayısının az olması gerekmektedir. Eğer bir toplulukta nüfus iki farklı sınıfa bölünmüşse örneğin zengin fakir gibi yani birbirlerine çok uzaklarsa gruplar arasındaki sosyal kutuplaşma yüksektir[20].

1.2.5.Küreselleşme ve Uluslararası Göçlerin Artışı

Küreselleşme kavramı, sosyal kutuplaşma bağlamında değerlendirildiğinde genellikle toplumun küçük parçalara bölünmesine veya ekonomik ve sosyal olarak ikili bir yapıya sahip olmasına neden olduğu ileri sürülmektedir[21].

Küreselleşme ile ilgili en yaygın görüş ülkeler arasında büyük bir eşitsizliğe sebep olduğu ve bunun sonucunda sosyal ve politik ayrılıklara yol açtığıdır[22]. Kutuplaşmanın derecesini açıklayacak çok sayıda ekonomik ve sosyal olgu bulunmaktadır. Gelir dağılımının yanında, ikili ekonomik yapı, servet dağılımı, işgücü piyasasındaki katmanlaşma da sosyal kutuplaşma kavramını açıklayacak olgular arasında bulunmaktadır. Toplumdaki sosyal sınıfların en belirgin problemleri ırk ve din kaynaklı olabileceği gibi milliyetçi akımlarda olabilmektedir. Bu problemler toplumdaki çatışmanın kaynağı olarak görülmektedir. Bu sorunlarla birlikte toplumdaki eşitsizliğin nüfus üzerindeki dağılışı kutuplaşmayı daha belirgin hale getirmektedir. Bunun sebebi kutuplaşmanın nüfusu geniş kümelere bölmesidir. Her bir kümenin üyelerinin özellikleri (gelir, hak, servet, meslek) bakımından birbirine benzerdir. Fakat farklı kümelere dahil olan üyeler birbirinden oldukça farklıdır. Büyük grupların ya da

[19] Gallie Duncan. Skill Trends, **Job Quality and Social Polarization**., Equalsoc Network, Sep 2005- Dec 2010, ,s.1.
[20] Esteban ve Ray, a.g.e., s.820.
[21] Andersen, a.g.m., s.146.
[22] David Dollar, **Globalization, poverty and inequality since 1980**. World Bank, Working Papers, No. 3333, 2005,s.159.

sınıfların kendi içinde oldukça homojen olduğu, fakat farklı grupların ilişkilerinin oldukça heterojen olduğu durumlarda sosyal kutuplaşma ile karşı karşıya kalırız[23] .

Daha çok küresel kentlerde karşılaşılan ve sosyal kutuplaşmaya yol açan önemli sorunlardan biri göçmen işçi sayılarındaki artıştır. Göçmen işçi tabakası, işgücü piyasalarında göz ardı edilmesi olası olan önemli faktörlerden biridir. Bu sorunu yaşayan ülkelere örnek olarak Avrupa Birliği Ülkeleri verilebileceği gibi 1980 öncesinden beri hızla büyüyen Asya kaplanları da verilebilir. Avrupa Birliğinde yaşanan göçler yasal ve yasal olmayan yollarla gerçekleşebilmektedir. Her iki durumda da gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerden gelen göçmenler geldikleri yeni ülkeye sosyal ve ekonomik olarak uyum sağlamakta zorlanmaktadır ve sosyal yapıyı değiştirmektedir. Asya'daki büyük şehirlere yüksek oranda göçmen işgücü akımı olmuştur ve bu durum kentlerdeki işgücü piyasasının ve sosyal yapının değişmesine neden olmuştur. Bir tarafta Çin ve Güney Asya'dan gelen özel yetenek gerektirmeyen işlerde çalışmak isteyen göçmenler diğer tarafta Asya ekonomilerinde fırsat arayan ve göçmen olan Asyalı uzman göçmenler bulunmaktadır[24] .

Son yıllarda Avrupa Kentlerinde meydana gelen sosyal ayrımcılık, sosyal kutuplaşmanın en belirgin kanıtı olarak kabul edilmektedir[25] .

1.2.6.Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmeler

İletişim ve ulaşım teknolojisindeki ilerlemeler ve düsen maliyetler finansal küreselleşmenin hız kazanmasını etkileyen bir diğer unsur olmuştur. Ulaşım, enformasyon, mikro-elektronik ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmeler, dünyayı küçülterek ülkeleri hızla birbirlerine yakınlaştırmıştır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu ulaşım ve iletişim maliyetleri aşırı derecede düşmüş ve ülkeleri, insanları ve piyasaları birbirinden ayıran zaman ve mekan gibi doğal engeller büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. 1930'larda yaklaşık 0.70 Dolar olan mil başına ortalama ulaşım maliyeti, teknolojik gelişmeler sayesinde hızlı bir düşüş trendi göstermiş ve günümüzde 0.10 Doların altına kadar düşmüştür. Benzer şekilde 1930

[23] Esteban ve Ray, a.g.e., s.822.
[24] Tai, a.g.m., s.753.
[25] Pratschke ve Morlicchio, a.g.m., s.17.

yılında 245 Dolar olan New York ile Londra arasındaki üç dakikalık bir telefon görüşmesinin maliyeti dakikası 1 dolara kadar düşmüştür; bilgisayar maliyetleri son 40 yıl içinde 125 kat düşerek günümüzde 1000 Dolara kadar gerilemiştir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sosyal kutuplaşma üzerinde etkili olmuştur. İnternet ve sosyal medyanın yaygınlaşması farklı görüşlere sahip cemaatlerin oluşmasını hızlandırmıştır[26].

1.3. Sosyal Kutuplaşmanın Sonuçları

1.3.1.İşsizlik

İnsanlığın ihtiyacını gidermek üzere mal ve hizmet üreten girişimci, diğer tüm üretim faktörleri ile beraber emeği de bir üretim faktörü olarak kullanıp, yaratılan değerden emeğe bir pay vermektedir. Bu pay ücret yani emeğin fiyatıdır. Fakat var olan işgücünün tümü üretimde kullanılamamaktadır. İstihdam seviyesini, emek piyasasına emeğini arz edip, cari ücret düzeyinden iş bulup çalışanlar oluşturmaktadır. İşgücü seviyesi ile istihdam seviyesi arasındaki fark ise işsizliği göstermektedir[27]. İşsizlik hem gelişmekte olan ülkeler için hem de gelişmiş ülkeler için önemli ve öncelikli çözüm gerektiren bir sorundur. İşsizlik probleminin bu derece ciddi bir sorun teşkil etmesi aslında ekonominin yanı sıra birey ve ailesine de çeşitli maddi maliyetler yüklemesidir. İşsizlik bireyleri ekonomik olarak olumsuz etkilemesi ile birlikte psikolojisini de olumsuz etkiler. İnsan psikolojisinin olumsuz etkilenmesi ise suç oranlarının artış ve toplumsal huzurun bozulmasına neden olur. Çalışmak birey için sadece fiziksel ihtiyaçlarını gidermenin bir yolu değildir aynı zamanda toplumun bireye saygı duymasının da bir yoludur.

Buradan yola çıkarak işsizliğin yalnızca ekonomik bir problem olmadığını aynı zamanda sosyal ve psikolojik bir problem düşünülmektedir. Bir bireyin uzun süre işsiz kalması zaman içinde mesleki becerilerini yitirmesine ve verimliliğinin kaybolmasına neden olduğu bilinmektedir. İnsan kaynağının verimli, doğru kullanılamaması ulusal

---

[26] Esra Vona. Kurt, ,(çevrimiçi) http://www.toplumvedemokrasi.org.tr/index.php/tdd/article/viewFile/189/298 (Erişim Tarihi: 07.02.2016)

[27] Süleyman Özdemir, Yunus Halis Ersöz, İbrahim. Sarıoğlu, **İşsizlik Sorununun Çözümünde Kobi'lerin Desteklenmesi**. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No: 2006-45, 2006, s.74.

ekonomiler için ciddi bir problemdir. Dünya üzerinde çok sayıda gelişmiş ülke, sürekli ve yüksek oranda işsizlik, düşük ücretler ve niteliksiz işgücüne istihdam yaratılamaması gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bunun en önemli nedeni niteliksiz işgücünün değişen teknolojik ve finansal yapıyla bütünleşememesi teknolojinin insan kaynağı yerine kullanılması ve bireyin bu durumun bir sonucu olarak istese de işgücü piyasasında kendine yer bulamamasıdır. 1980'li yıllardan itibaren işgücü arzındaki artışa rağmen, işgücü arzını karşılayabilecek düzeyde yeni iş olanakları yaratılamamıştır. Buna bağlı olarak işsizlik oranları artmış ve istihdam koşulları bozulmuştur[28].

Küresel ekonomik yapıdaki değişime bakıldığında hemen hemen bütün sektör ve endüstrilerde makineleşmenin insan gücünün önüne geçtiğini görmekteyiz. Yüksek teknolojili otomasyon ile yapılan üretim sonucunda küresel ticaretin canlanacağı düşünülse de bu canlanma işgücü piyasası üzerinde beklenen etkiyi yaratmamaktadır. Bunun bir sonucu olarak milyonlarca insan geleceğiyle ilgili olarak endişelenmektedir. Bu teknolojik değişimin geçmişteki en belirgin örneği, traktörün ortaya çıkmasıyla hayvanların tarımdan uzaklaşması ve verimliliğin artmasıdır[29].

Bilgi ve hizmet odaklı işler ve bu nitelikteki işlerde istihdam edilecek, beyaz yakalı işçilerin önemi ise artmıştır. Kalifiye işgücünün istihdamı ile üretimde yükselen kalite ve standartlar sayesinde yeni ufuklar, yeni sektörler, yeni iş imkânları ve yeni pazarlar yaratılmış ve bu gelişmeler etkisini hem ekonomik, hem de sosyal alanlarda göstermiştir. Sonuç olarak değişen istihdam koşullarının ve küreselleşmenin işgücü piyasasında yarattığı değişimlerin sosyal kutuplaşmanın hem nedeni hem de sonucu olduğu söylenebilmektedir.

1.3.2.Yoksulluk

Yoksulluk kavramı her ne kadar Dünya Bankası ve benzeri kuruluşlar için aritmetik bir olgu olsa da aslında toplumu derinden etkileyen ekonomik ve sosyal bir sorundur Yoksulluk tüm dünyada işsizliğin artması ve işsizliğin kalıcı hale gelmesi devletin sosyal devlet olmaktan uzaklaşması ve sosyal transferlerin azaltılması sebebiyle ortaya çıkmıştır. Yoksulluk dar anlamda geçinmek için yeterli paraya sahip olmamak anlamında kullanılsa da geniş anlamda yoksulluk, kişi başına düşen milli

[28] Özdemir vd., a.g.e., s.76.
[29] Ray Marshall, **Internationalization: Implications for Workers. Journal of International Affairs**, 48(1), 1994, s.72.

gelirin azlığı, ortalama ömrün kısalması, okuma-yazma oranının düşük olması, temiz içme suyu, beslenme ve sağlık hizmetlerinden yararlanamama, sağlıklı konut ortamında yaşama hakkından mahrum olma anlamına gelmektedir[30]. Küreselleşme süreci, yoksulluk üzerinde farklı, önemli etkiler yaratmaktadır. Bu etkilerin, sermayenin hareketliliğinden kaynaklanmanın yanında üretimin, işgücünün, hammaddenin ucuz olduğu ya da vergi avantajının olduğu yerlere kaymasından, işgücü piyasasının esnekleşmesinden, Kamu İktisadi Teşebbüslerinin özelleştirilmesinden kaynaklandığı ileri sürülmektedir [31].

Yoksulluğun artması ise toplumun büyük bir kısmının sosyal kutuplaşmanın bir sonucu sayılabilecek olan sosyal dışlanma ile karşı karşıya kalmalarına sebep olmuştur. Sosyal dışlanma yoksulluğun ortaya çıkardığı bir sonuç olarak tanımlanmaktadır. İşsizliğin sürekli hale gelmesi bunun yanında istihdam koşullarının esneklik kazanması ve geniş biçimde kabul görmesi, sosyal korumanın ve sosyal hizmetlerin azalması, hem mutlak hem de göreceli anlamda yoksulluğun artması ve demokratik katılımın zayıflamasıyla belirgin biçimde ortaya çıkan sosyal dışlanma aynı zamanda küresel bir olgudur[32]. Özetle, yoksulluk sorunuyla birlikte toplumun dışına itilme sorunu da ortaya çıkmaktadır.

İşsizliğin artması yoksullaşmaya yol açarken diğer taraftan da sosyal kutuplaşmaya ve sosyal dışlanmaya yol açmaktadır. Sosyal dışlanma toplumsal dışlanma olarak da ifade edilmektedir. Toplumsal dışlanma kavramı refah devletinin işlevlerini yerine getiremediğini vurgulamak ve toplumsal bütünleşmenin sağlanmasına yardımcı olmak amacıyla sıklıkla kullanılan bir kavramdır. Uzun süreli işsizlik ve ekonominin yeniden yapılanmasına paralel olarak ortaya çıkan ekonomik istikrarsızlık "yeni yoksullar" diye adlandırılan yeni bir grup yaratmıştır ve bu yeni grup ekonomik dönüşümün ve ekonomik istikrarsızlığın etkisiyle orta sınıftan ayrılan gruptur[33].

[30] Durmuş Aydın. "Küreselleşme ve Yoksulluk İlişkisinin Sosyolojik Analizi". (Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), Elazığ, 2007, s.16.
[31] Aydın, a.g.e., s.21.
[32] Seyhan Erdoğdu, "Sosyal Politikada "Avrupalı" Bir Kavram: Sosyal Dışlanma", **Çalışma Ortamı Dergisi**, Temmuz-Ağustos (75), 2004, (çevrimiçi) http://calismaortami.fisek.org.tr/wp-content/uploads/calisma_ortami75.pdf (erişim tarihi: 04.01.2016),
[33] Erdoğdu, a.g.m.

İstihdamın yapısındaki değişimler olmadan önce formel sektörlerdeki iş imkanlarıyla ilgili ithal ikameci dönemde KİT'lerdeki (Kamu İktisadi Teşebbüsü) ve iç pazara dönük üretim yapan büyük özel imalat sanayi şirketlerindeki istihdam olanakları geçmişte önemli cazibe unsuru olarak görülmekteydi. Geçmişte bu işlerde çalışan işçilerin aldıkları ücretler nispeten yüksekti ve emeklilik, sağlık sigortası gibi sosyal garantilere sahiptiler. Oysa günümüzde kamu ve özel sektörde eskisi gibi bir istihdam yapısı genişlememektedir. Bunun tersine özelleştirme, küreselleşme ve artan rekabet ortamı formel ilişkiler içindeki sosyal güvenceye sahip işçilerin sayısını azaltmıştır[34] .

Küreselleşmenin kaybedenleri olarak tanımladığımız, sürekli genişleyen yeni yoksullar grubu küresel sistem içerisinde ne üretici ne de tüketici olarak kendilerine yer bulamamaktadırlar. Sosyal dışlanma, hem küreselleşmenin hem de yeni liberalizmin "normal" ve "zorunlu" olarak algılanan bir öğesidir. Bu olguların ortaya çıkmasını esnek üretim sistemleri ve esnek çalışma koşulları tetiklemiş ve bu olguların ortaya çıkmasını neredeyse zorunlu kılmıştır[35].

Yeni yoksulluk olgusu toplumsal bütünleşmeyi tehdit etmektedir. Yeni yoksulluk sorununun bir parçası olan insanlar köylülükten, küçük üreticilikten veya enformellikten uzaklaşıp kent ekonomisinin daha büyük bir parçası olmaya geçiş sürecini tamamlayamamaktadırlar[36].

Kentsel yoksulluk küreselleşmenin etkisiyle ekonominin yeniden yapılanmasının ve planlı ekonomiden serbest ekonomiye geçişin bir sonucu olarak yorumlanmaktadır. Kentsel yoksulluk, sosyal hizmetlerin (eğitim, sağlık, güvenlik), konut hizmetlerinin (su sistemi, kanalizasyon, elektrik, vb.), alt yapı hizmetlerinin (yollar, toplu taşıma, üst geçit) yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Kentin bir tarafında çeşitli yetersizlikler görülmekteyken diğer tarafında sosyo-ekonomik açıdan iyi pozisyonda olan kent sakinleri için özel bölgeler inşa edilmektedir[37].

[34] www.undp.org
[35] Erdoğdu, a.g.m.,s.3.
[36] (erişim tarihi: 01.03.2016), www.undp.org
[37] Milica Kostres ve Darko Reba, **Housing For The New Socio-Economic Elite- A Case Study Of Novi Sad**. Architecture and Civil Engineering, 8(3), 2010,s.331.

Genellikle geçici işlerde çalışan bireylerin yaptıkları işler, ailelerini, sosyal hayatlarını, mutluluklarını ve yaptıkları işten tatmin olma düzeylerini negatif yönde etkilemektedir [38].Yapılan çalışmalar gösteriyor ki yarı vasıflı olmak ve düşük ücret almak arasında güçlü bir bağlantı vardır. Düşük ücretle geçinen insanların maddi anlamda belirli alanlarda kendilerini yetersiz gördükleri, yoksulluk riskiyle karşılaştıkları ileri sürülmektedir [39].

1.3.3. Suç Oranlarının Artması

Sosyal kutuplaşmanın sonuçlarından biri de artan suç oranlarıdır. Sosyal kutuplaşma sonucundan toplumda yaşanan çatışmalar suçlarda artışlara neden olmaktadır. Türkiye'de küreselleşme ve liberal ekonomiye geçiş sürecinin yaşandığı 1970 yıllarından toplumda kutuplaşma eğilimi artmış, toplum farklı gruplara ayrılmıştır. Bu gruplar arasında can kayıplarına varan olaylar yaşanmıştır.
Aşağıdaki tabloda 1970-2015 yılları arasındaki suçlu sayılarının değişimi görülmektedir.

Tablo 1.1970-2015 yılları arasındaki suçlu sayılarının değişimi

YILLAR	HÜKÜMLÜ				TUTUKLU				GENEL TOPLAM
	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	
1970	*	*	*	30.119	*	*	*	26.392	56.511
1971	*	*	*	33.416	*	*	*	28.047	61.463
1972	*	*	*	36.140	*	*	*	28.749	64.889
1973	*	*	*	33.722	*	*	*	27.246	60.968
1974	*	*	*	5.442	*	*	*	19.418	24.860
1975	*	*	*	14.276	*	*	*	23.340	37.616
1976	*	*	*	19.881	*	*	*	24.450	44.331
1977	*	*	*	22.632	*	*	*	27.752	50.384
1978	*	*	*	25.212	*	*	*	29.430	54.642

[38] Duncan Gallie,. Skill Trends, **Job Quality and Social Polarization**. (Der.)., Equalsoc Network, Sep 2005- Dec 2010, Stockholm, 2010, s.13.
[39] Gallie, s.15.

YILLAR	HÜKÜMLÜ				TUTUKLU				GENEL TOPLAM
	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	
1979	*	*	*	22.417	*	*	*	30.236	52.653
1980	*	*	*	31.241	*	*	*	38.931	70.172
1981	*	*	*	42.446	*	*	*	37.340	79.786
1982	*	*	*	44.650	*	*	*	33.551	78.201
1983	*	*	*	45.144	*	*	*	31.114	76.258
1984	*	*	*	46.370	*	*	*	26.694	73.064
1985	*	*	*	45.388	*	*	*	25.842	71.230
1986	*	*	*	30.786	*	*	*	21.364	52.150
1987	*	*	*	31.315	*	*	*	19.484	50.799
1988	*	*	*	33.078	*	*	*	18.592	51.670
1989	*	*	*	29.407	*	*	*	17.697	47.104
1990	*	*	*	29.373	*	*	*	16.233	45.606
1991	*	*	*	11.047	*	*	*	15.804	26.851
1992	*	*	*	12.823	*	*	*	18.659	31.482
1993	*	*	*	15.147	*	*	*	19.658	34.805
1994	*	*	*	16.881	*	*	*	22.050	38.931
1995	*	*	*	22.008	*	*	*	24.083	46.091
1996	*	*	*	26.979	*	*	*	23.904	50.883
1997	*	*	*	36.334	*	*	*	24.272	60.606
1998	*	*	*	41.240	*	*	*	24.925	66.165
1999	*	*	*	44.131	*	*	*	23.450	67.581
31/12/2000	23.708	894	253	24.855	22.595	921	1.141	24.657	49.512
31/12/2001	26.286	903	352	27.541	25.267	1.136	1.665	28.068	55.609
31/12/2002	33.079	1.181	548	34.808	22.197	927	1.497	24.621	59.429
31/12/2003	35.297	1.207	552	37.056	24.613	970	1.657	27.240	64.296
31/12/2004	29.074	925	366	30.365	24.914	1.023	1.628	27.565	57.930
31/12/2005	28.420	882	143	29.445	24.089	930	1.406	26.425	55.870
31/12/2006	34.458	1.086	321	35.865	31.303	1.315	1.794	34.412	70.277
31/12/2007	50.650	1.620	539	52.809	34.353	1.527	2.148	38.028	90.837
31/12/2008	60.444	1.948	671	63.063	36.446	1.651	2.075	40.172	103.235
31/12/2009	73.063	2.305	632	76.000	36.585	1.708	2.047	40.340	116.340
31/12/2010	83.289	2.748	529	86.566	31.262	1.402	1.584	34.248	120.814

YILLAR	HÜKÜMLÜ				TUTUKLU				GENEL TOPLAM
	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	ERKEK	KADIN	ÇOCUK	TOPLAM	
31/12/2011	89.252	2.955	410	92.617	32.479	1.584	1.924	35.987	128.604
31/12/2012	100.617	3.278	418	104.313	28.564	1.560	1.583	31.707	136.020
31/12/2013	113.378	3.956	451	117.785	24.966	1.200	1.527	27.693	145.478
31/12/2014	131.136	4.855	540	136.531	19.915	1.522	869	22.306	158.837
31/01/2015	133.770	4.901	538	139.209	19.890	861	1.562	22.313	161.522
28/02/2015	136.289	5.002	560	141.851	20.144	869	1.597	22.610	164.461
31/03/2015	138.811	5.048	576	144.435	20.540	912	1.661	23.113	167.548
30/04/2015	140.321	5.121	606	146.048	20.538	918	1.657	23.113	169.161
31/05/2015	141.205	5.185	628	147.018	20.475	906	1.532	22.913	169.931
30/06/2015	142.238	5.220	659	148.117	20.017	871	1.493	22.381	170.498
31/07/2015	142.593	5.255	665	148.513	19.644	873	1.473	21.990	170.503
31/08/2015	142.720	5.248	653	148.621	22.350	1.053	1.782	25.185	173.806
30/09/2015	140.749	5.211	641	146.601	23.029	1.091	1.703	25.823	172.424
31/10/2015	141.601	5.203	642	147.446	23.730	1.133	1.703	26.566	174.012
30/11/2015	144.248	5.226	661	150.135	23.190	1.150	1.641	25.981	176.116

Kaynak: Adalet Bakanlığı İstatistikleri 2016

1970 yılında 56.511 olan suçlu toplamı, 30.11.2015 itibarı ile 176.116'ya yükselmiştir. Suçlu sayısından yaklaşık 3 kat artış söz konusudur.

1.3.4. Kentsel Yapının Değişmesi

Sosyal kutuplaşmanın sonuçlarından biri de kentsel yapının farklılaşmasıdır. Göç Sosyal kutuplaşma sonucunda kentlerde farklı yapılar oluşmaktadır.

Göç olayı, mekan olarak yer değiştirme değil, aynı zamanda bireysel, kitlesel ya da toplumsal hareketlilik olarak da ifade edilmektedir. Farklı bölgelerden kente göç edenler, kentte yaşayabilmek için, kentte mevcut toplumsal hareketlilik kanallarını kullanmak durumundadırlar[40].

[40] Sema Erder, **İstanbul'a Bir Kent Kondu: Ümraniye**, 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011, s.15.

Kırsal bölgelerden kente göç edenler, genellikle belirli mahallelerde toplanarak eski gelenek görenek ve kültürel özelliklerini yaşatmaya çalışmaktadırlar. Kentlere göç edenlerin oluşturduğu bu şekilde topluluklar, göç edenler arasındaki işbirliği ve yardımı kolaylaştırmasına rağmen, kentleşme olgusunu yavaşlatarak ve ileride farklı toplumsal sorunlara sebep olmaktadır. İnsanlar göç ettikleri yere kendi kültürel gelenek, görenek ve yaşam biçimleri de götürmekte, bu sayede göç edilen mekândaki sosyokültürel yapı, göç edenlerin beraberinde getirdikleri sosyokültürel yapı sayesinde genişlemektedir[41].

Göç olgusu, iş olanakları açısından incelediğinde önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Göçle birlikte var olan olanaklardan daha fazla faydalanılabileceği gibi bazı sorunlar da giderilebilir. Mesela iş imkânın az veya olmadığı bir yerden iş imkânlarının çok ve eleman bulma konusunda zorluk çekilen başka bir yere doğru yer değiştirme ile var olan olanaklardan daha çok kişinin faydalanması sağlanacak, ayrıca eleman bulma sorunu yaşanan yerin bu konudaki derdine çözüm bulunmuş olacaktır. Göç hareketleri ile işsizlik oranı arasındaki ilişki gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin de önemli bir problemi olarak hem teori ve uygulamada bir tartışma konusu olmaktadır. Gelişmiş ülkeler, göç ve göçle birlikte oluşan sorunlara çözüm bulabilmek için büyük aşamalar gösterse de işsizlik ve bölgelerarası işsizlik sorunu konusunda sorun boyut değiştirerek devam etmektedir[42].

21'inci yüzyıl, milyonlarca kişinin göç ve iltica hareketlerinde bulunduğu bir yüzyıl olmaktadır. Yaşanan koşuların gelecekte de değişmemesi durumunda geleceğe yönelik olarak hızlanarak göçün süreceği öngörülmektedir. Dünyada oluşan ekonomik siyasi, sosyal ve doğal felaketlerin sonucu ortaya çıkan göç olayı, geçmişte olduğu gibi en önemli problemlerden biri olarak, gündemdeki yerini korumaktadır. 1980'li yıllarda başlayan küreselleşmenin etkisi ile oluşan sosyoekonomik, siyasi ve çevresel faktörlerin etkisi insanları bulunduğu yeri terk etmek zorunda bırakmıştır. Bu kapsamda, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik ve siyasi krizler, iç savaşlar, milyonlarca insanı yaşadıkları bölgeleri yasal ya da yasal olmayan yöntemlerle terk

[41] Mehmet. Gürbüz, **"**Yüreğir'e Göç Eden Nüfusun Sosyo-Ekonomik Özellikleri ve Şehirleşme Sürecindeki Değişimi", **İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi**, Sayı.15, 2007, s.2.

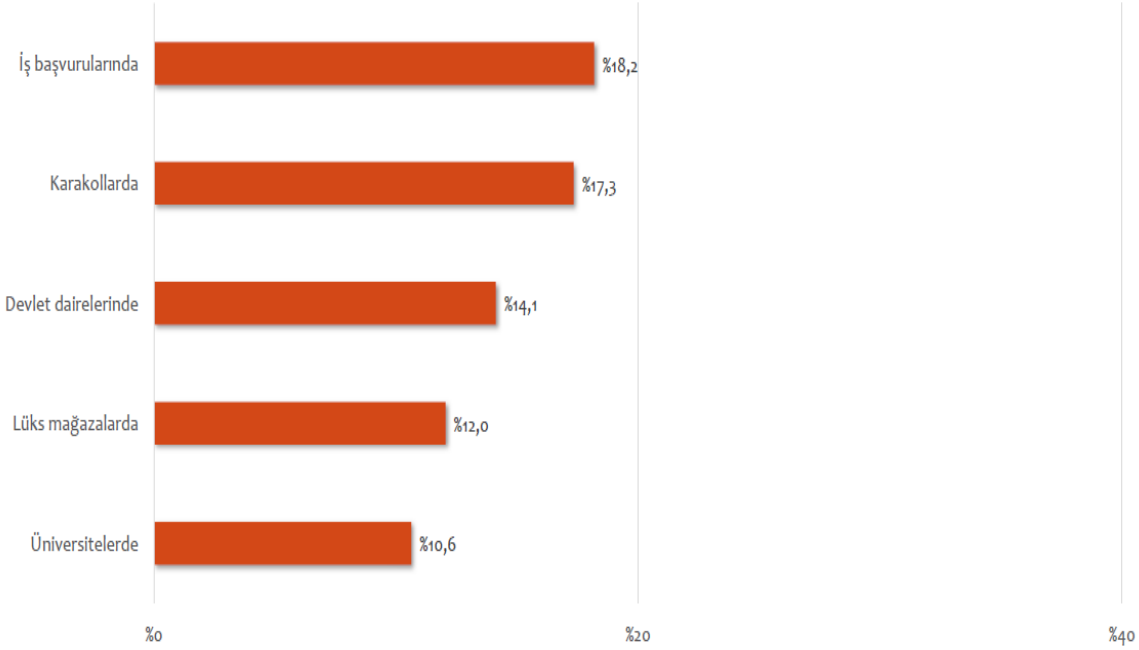
[42] Hüseyin Mualla Yüceol, "Türkiye'de İller Arası İşsizlik Oranı Farklılıkları, Göç ve Ekonomik Kalkınma", **Sosyo Ekonomi Dergisi,** Özel Sayı, 2011, s.32.

etmeye zorlamıştır. Bütün bunların sonucunda oluşan, bölgesel göçler, milyonlarca insanı ilgilendiren kentsel sorunlara neden olmaktadır[43].

Suriye'de yaşanan sosyal kutuplaşma sonucunda yaşanan iç savaş sonrasında çok sayıda kişi Türkiye'ye göç etmek zorunda kalmıştır. Bu kişilerin göç ettikleri kentlerde kentsel yapıyı derinden etkileyen sorunlar halen yaşanmaktadır.

1.4.Türkiye'de sosyal kutuplaşma

Türkiye'de sosyal kutuplaşma ile ilgili 2016 yılında yapılan bir araştırma sosyal kutuplaşmanın boyutlarını gözler önüne sermektedir[44].



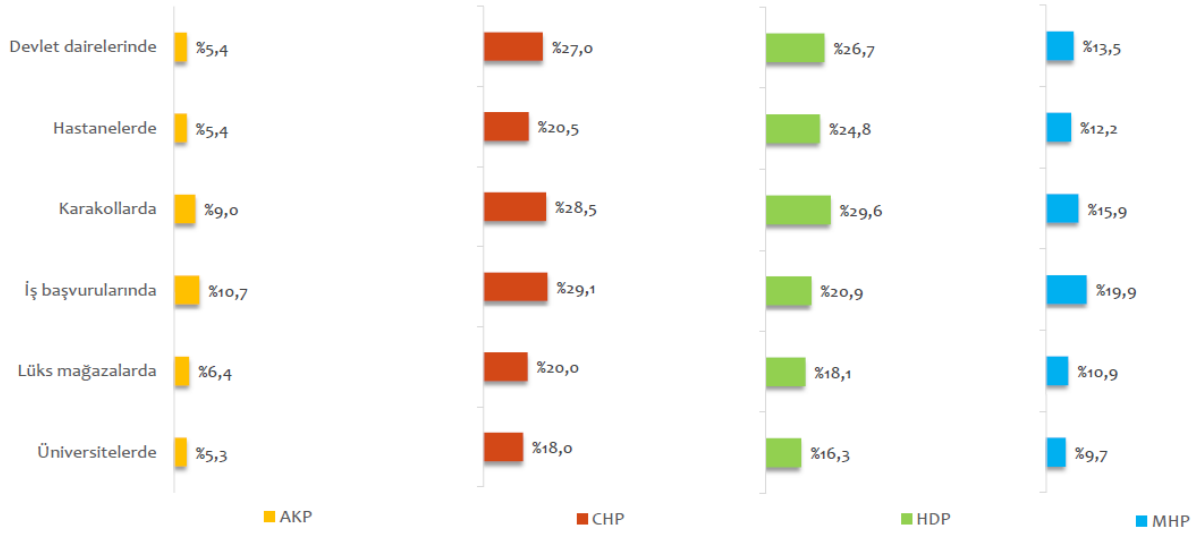
Şekil 1.Dışlanan Kimlikler

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte dışlanan kimliklerin oranı belirtilmiştir. Buna göre iş başvurularında %18.2, karakollarda %17.3, devlet dairelerinde %14.1, lüks mağazalarda

[43] Mehmet Zeki Bodur, "Ege'de Denizden Yapılan Yasa Dışı Göç Ve Göçmen Profilleri, Göçmenlerin Geleceğe Yönelik Beklentileri ve Öngörüler", **Güvenlik Stratejileri Dergisi**, Cilt.6, Sayı.12, Aralık 2010, s.103.
[44] BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması**, Şubat 2016.

%12, üniversitelerde %10.6 oranında bir dışlanma söz konusudur. Grafikten yola çıkarak %18.2 oranla en çok dışlanmanın iş başvurularında olduğu, %10.2 oranla en az üniversitelerde görüldüğü söylenebilmektedir.



Şekil 2.Siyasi Parti Taraftarları ve Dışlanma (Kötü Muamele Gördüğünü Söyleyenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

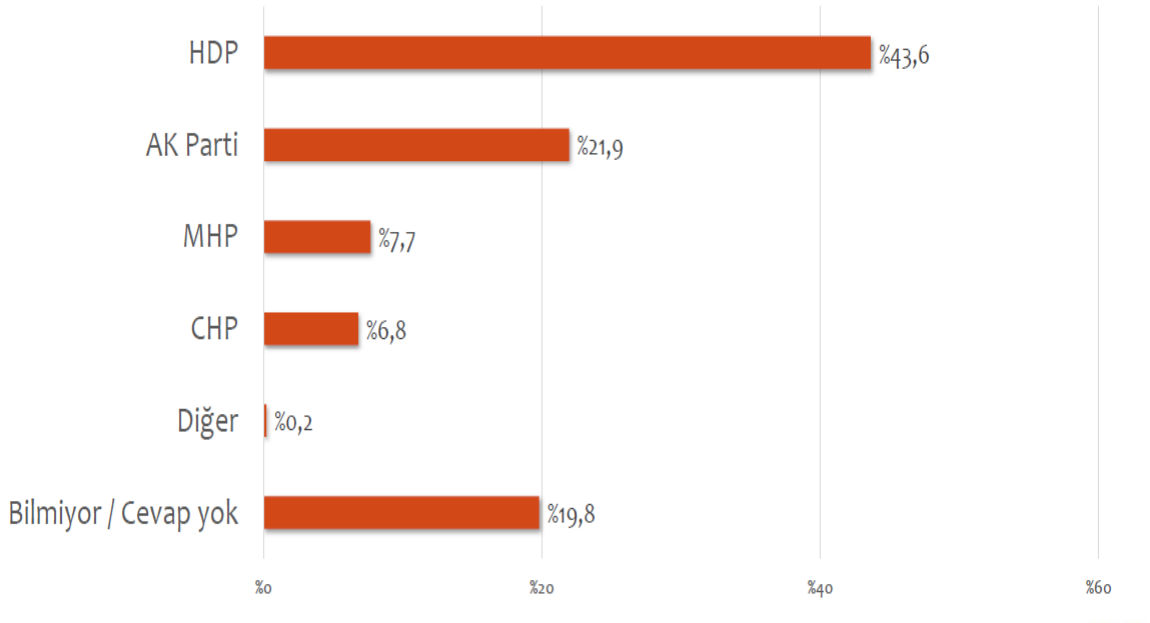
Yukarıdaki grafikte siyasi parti taraftarlarının dışlanmayla karşılaştığı yerler ve oranları belirtilmiştir. Veriler göz önünde bulundurularak en çok dışlanmayla karşı karşıya kalan parti taraftarları CHP ve HDP' yi destekleyenler olurken en az dışlanmaya maruz kalan kesim AKP taraftarı olan kişilerdir**.**

	Türkler	Atatürkçüler	Modern insanlar	Eğitimli insanlar	Dindar insanlar	Muhafazakârlar	Kürtler
Devlet dairelerinde	%7.9	%6.2	%11.3	%23.8	%9.2	%11.9	%23.7
Hastanelerde	%5.9	%7.1	%8.2	%17.8	%8.0	%13.7	%23.9
Karakollarda	%7.2	%7.3	%9.7	%29.8	%8.7	%15.2	%16.9
İş başvurularında	%9.8	%2.5	%12.7	%27.4	%8.9	%16.0	%22.3
Lüks mağazalarda	%8.1	%5.3	%14.3	%28.0	%10.6	%8.8	%15.4
Üniversitelerde	%7.0	%2.4	%15.5	%35.1	%8.1	%11.8	%14.3

Şekil 3. Grup Aidiyeti ve Dışlanma(Kötü Davranıldığını Hissedenlerin oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

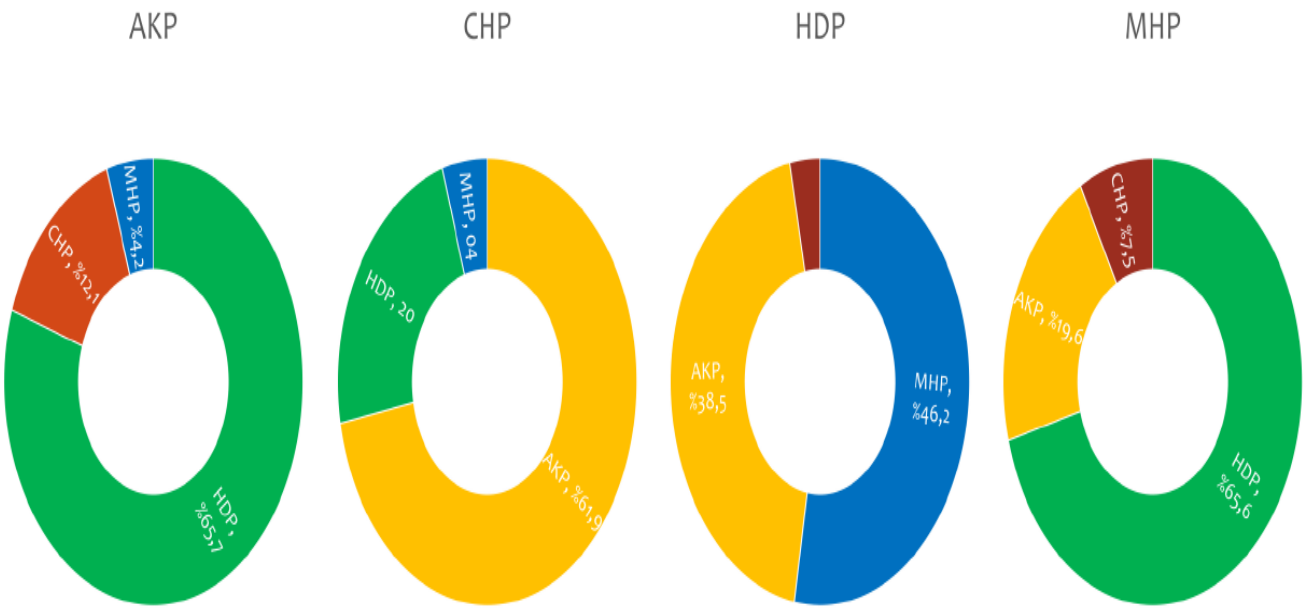
Yukarıdaki grafikte farklı görüşlerden ve kesimlerden insanlar arasındaki kutuplaşma ve ayrımcılık üzerine bir anket düzenlenmiştir. Veriler ele alındığında kendilerine kötü davranıldığını en çok düşünen insan oranı eğitimli insanlar olurken ayrımcılığı en az hisseden kesim Türklerdir. Hastanelerde en çok Kürt kökenli insanlar ayrımcılığa uğradıklarını, en az ayrımcılığa üniversitelerde maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Kürtler, modern insanlar, eğitimli insanlar ve muhafazakârların genel oranların dağılımlarına bakıldığında kendilerine daha kötü davranıldığını hissettikleri görülmektedir.



Şekil 4. En Uzak Hissedilen Siyasi Parti

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

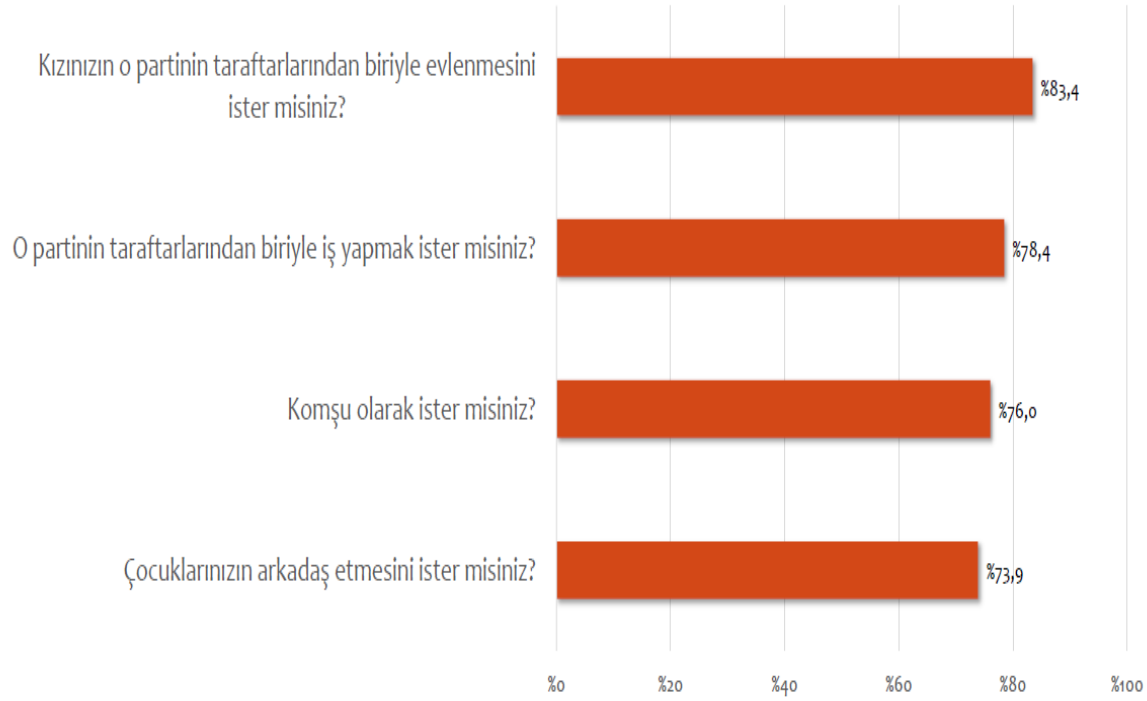
Grafik incelendiğinde en uzak hissedilen siyasi parti %43.6 oranı ile HDP'dir. İkinci sırada %21.9 ile AK Parti yer alırken en az uzak hissedilen siyasi parti CHP'dir.



Şekil 5. Siyasi Parti Taraftarlarının Uzak Gördükleri Siyasi Parti

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Grafikte parti taraftarlarının uzak gördüğü diğer siyasi partilerin oranı verilmiştir. Buna göre HDP'yi en uzak gören parti taraftarları sadece %0.01 oran farkla AKP ve MHP'yi destekleyen insanlar olurken AKP'yi en uzak görenler %23.4 oran farkla CHP ve HDP taraftarlarıdır.



Şekil 6.Uzak Hissedilen Siyasi Parti Taraftarlarıyla Sosyal Mesafe("İstemem" Yanıtını Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

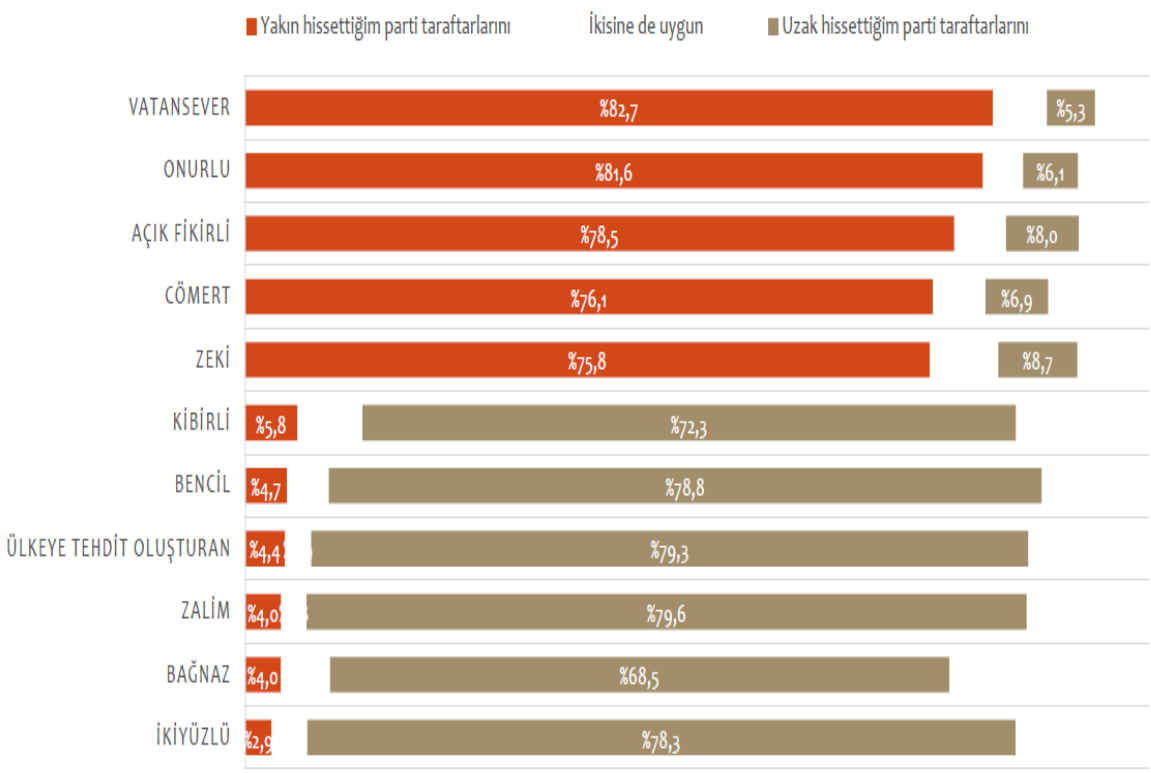
Grafik incelendiğinde kızının karşıt görüşlü biriyle evlenmesini istemeyen kişilerin oranı %83.4 ile en fazladır. Kendi çocuklarının karşıt görüşten insanlarla arkadaş edinmelerini onaylamayan kişilerin oranı %73.9 ile en alt sıradadır. Genel olarak bakıldığında, Türkiye'deki insanların kutuplaşma oranının ne kadar fazla olduğu açıkça anlaşılmaktadır.

	AKP	CHP	HDP	MHP
Çocuklarımın çocuklarıyla arkadaşlık etmesini...	%66.1	%61.4	%81.9	%62.3
Komşu olarak...	%68.6	%70.0	%82.1	%68.9
O partinin taraftarlarından biriyle iş yapmak...	%78.9	%69.1	%81.5	%68.9
Kızımın o partinin taraftarlarından biriyle evlenmesini...	%80.5	%80.0	%87.1	%73.5

Şekil 7. Uzak Hissedilen Parti Taraftarına Sosyal Mesafe ("İstemiyorum" Yanıtlarının Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte uzak hissedilen parti taraftarlarına olan sosyal mesafeyi daha detaylı olarak görüyoruz. En onaylanmayan düşünce kızlarının karşıt parti görüşünde olan biriyle evlenmesi olurken en az olumsuz karşılanan durum kendi çocuklarının karşıt parti görüşündeki kişilerin çocuklarıyla arkadaş olmasıdır. Fakat bu tabloda da aynı şekilde insanlar arasındaki siyasi kutuplaşmanın ne oranda büyük olduğunu görmek mümkündür.



Şekil 8. Sıfatlar ve Kime Daha Uygun Olduğu?

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

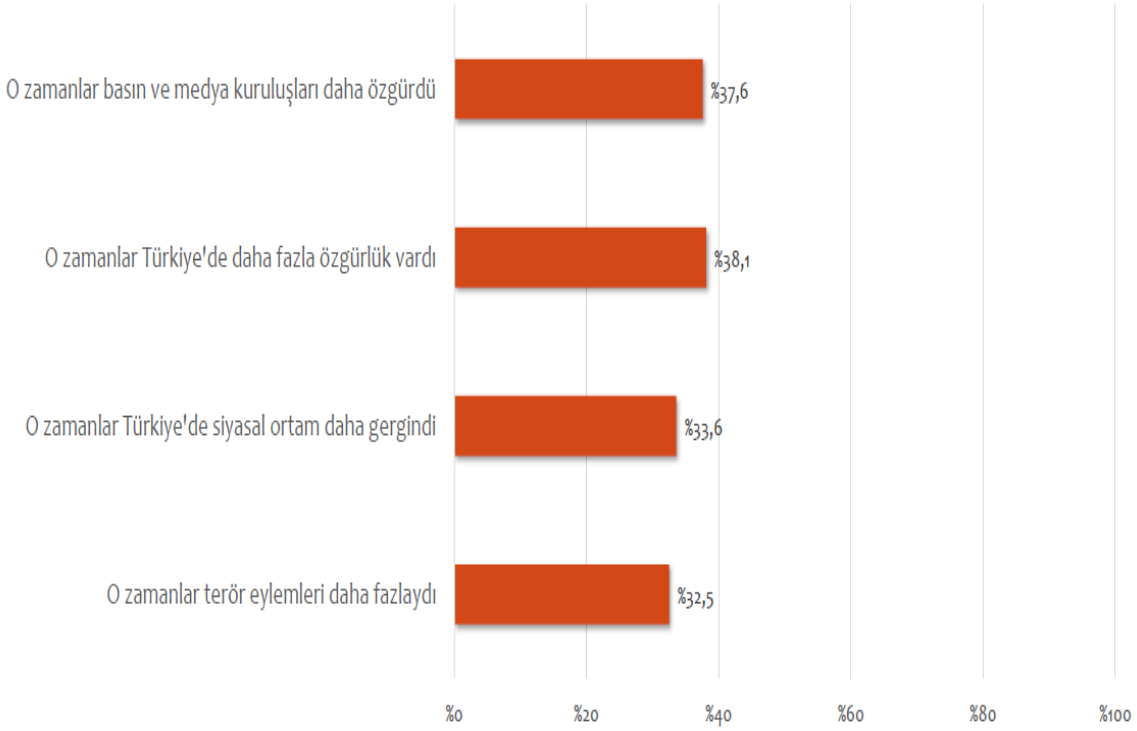
Yukarıdaki grafikte parti taraftarlarının kendine yakın hissettiği ve uzak hissettiği parti taraflarından duymayı bekledikleri incelenmiştir. Veriler incelendiğinde, kişiler kendilerine yakın hissettiği parti taraftarlarından genelde daha olumlu sıfatlar duyma beklentisinde iken, karşıt siyasi parti taraftarları tarafından genelde daha olumsuz sıfatlar öngörülmüştür.

	AKP	CHP	HDP	MHP
İkiyüzlü	%83.4	%84.9	%77.5	%64.5
Zalim	%82.5	%73.2	%80.7	%72.0
Bencil	%82.4	%88.0	%76.9	%72.2
Ülkeye tehdit oluşturan	%80.9	%70.1	%83.0	%61.9
Kibirli	%78.7	%89.3	%67.5	%65.9
Bağnaz	%77.6	%67.3	%66.7	%55.6

Şekil 9. Uzak Hissedilen Siyasi Parti Taraftarlarına Yakıştırılan Olumsuz Sıfatlar
Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Verilen grafikte kişilerin kendilerine uzak hissettiği siyasi parti taraftarlarına yakıştırdığı olumsuz sıfatlar incelenmiştir. 'İkiyüzlü' sıfatı %84.9 oranında CHP taraftarlarına yakıştırılırken, %64.5 oranla en az MPH taraftarları için düşünülmektedir. 'Ülkeye tehidit oluşturan' sıfatı %83 oranında HDP taraftarları için düşünülmektedir. Öte yandan en çok 'kibirli' olarak sıfatlandırılan parti taraftarları ise %89.3 oranla CHP'yi destekleyenlerdir. AKP taraftarları ise %82.5 oranla en zalim olanlar olarak görülmektedir. AKP %77,6 oranıyla en bağnaz olarak görülmektedir.

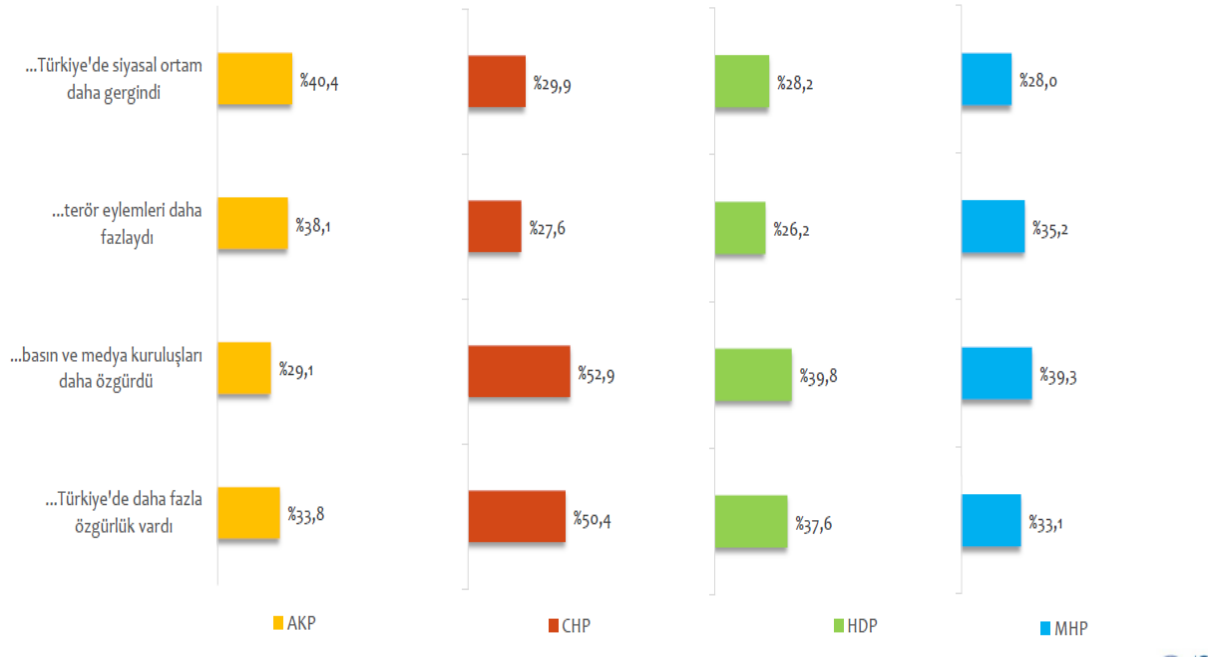
Yukarıdaki grafiklerden anlaşıldığı üzere geçmişe dönük ayrılıkların ve sosyal kutuplaşmaların arttığı görülmektedir.



Şekil 10. Siz Gençken (15-25 yaş arasındayken), (Katılanların Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

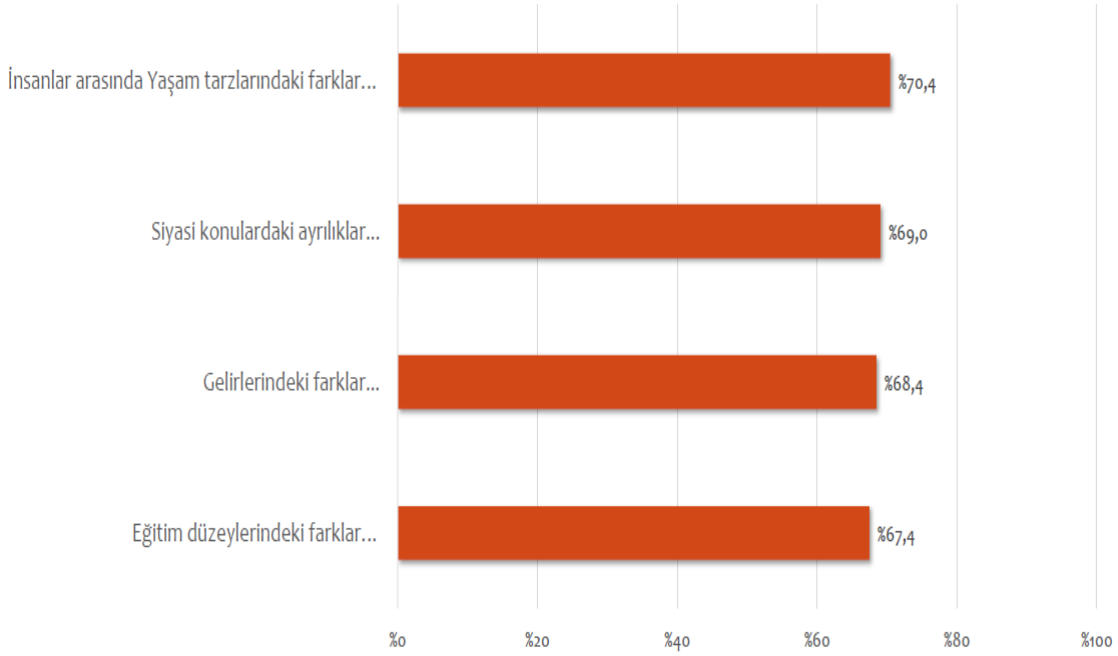
Yukarıdaki grafikte kişilere gençken Türkiye'de nelerin farklı olduğu incelenmiştir. %38.1 oran ile en çok 'daha fazla özgürlük vardı' düşüncesi göze çarpmaktadır. En az katılım oranına sahip olan ifade %32.5 ile 'terör eylemleri daha fazlaydı' ifadesidir.



Şekil 11. Siz Gençken (15-25 yaş arasındayken), (Katılanların Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıda verilen grafikte farklı siyasi görüşteki insanların katıldığı anket sonucunda alınan cevapların oranı belirtilmiştir. Bu grafiğe dayanarak CHP taraftarları %50.4 gibi büyük bir çoğunlukla 'Türkiye'de daha fazla özgürlük vardı' düşüncesindeyken, %29.9 gibi az bir oranla siyasal ortamın önceden daha gergin olduğunu düşünmektedir. CHP, HDP ve MHP taraftarlarının aksine AKP taraftarları %40.4 oranla eskiden siyasal ortamın daha gergin olduğu kanısındadır.



Şekil 12. Gençliğinizle Kıyasladığınızda Ayrılıklar Arttı mı?, (Arttı Yanıtı Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

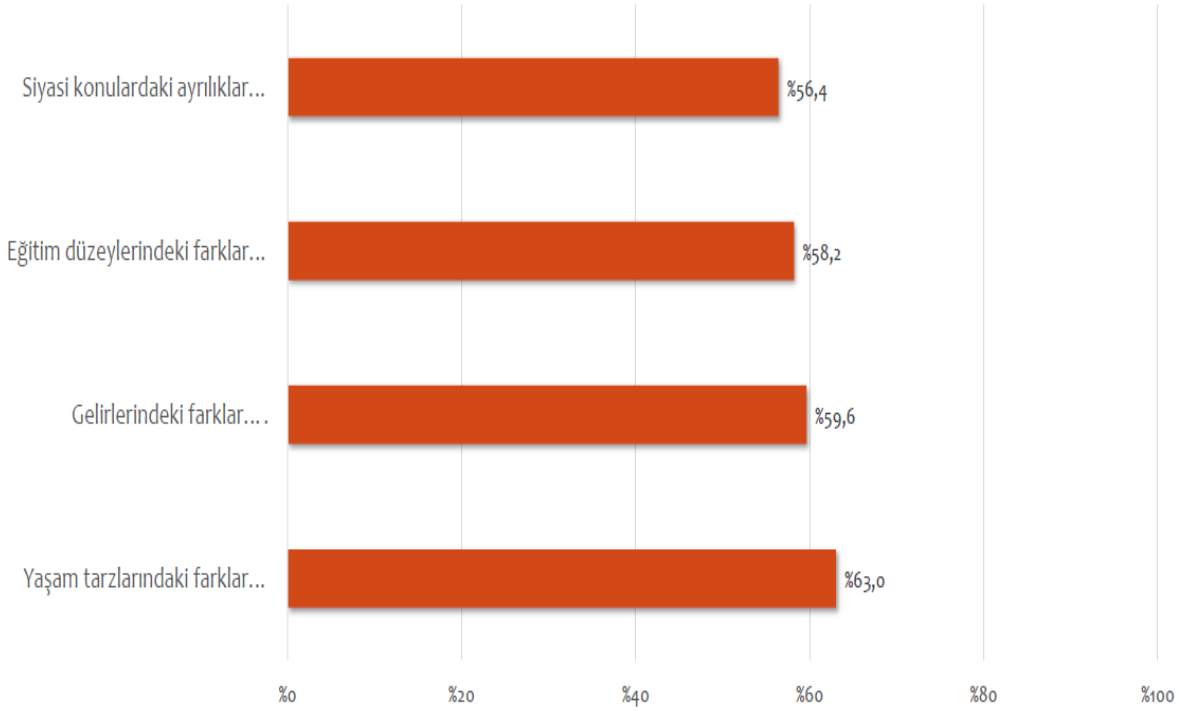
Yukarıdaki grafikte, kişilerin günümüzde ülkedeki hangi ayrılıkların kendi gençliklerine oranla arttığı incelenmiştir. %70.4 oranla kişilerin en çok katıldıkları ifade insanlar arasındaki yaşam tarzı farklılıkları olmuştur. En az katıldıkları ifade ise %67.4 oranla eğitim düzeyindeki farklar ifadesidir.



Şekil 13. Gençliğinizle Karşılaştırdığınızda Ülkede Ayrılıklar Arttı mı? (Arttı Yanıtı Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki tabloda farklı siyasi parti taraftarlarına kendi gençliklerine oranla ülkedeki hangi ayrılıkların arttığını düşündükleri sorulmuştur. HDP taraftarları %82.3 oranla yaşam tarzındaki farklılıklar derken, CHP taraftarları %81.8 oran ile siyasi konudaki ayrılıkların arttığı kanısında iken AKP taraftarları %59.5 oranında bu ifadeye katılmıştır.



Şekil 14. Gelecek On Yılda Ülkede Siyasi Ayrılıklar Artacak mı?
(Artacak Yanıtını Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Grafikte, gelecek 10 yıl içinde ülkede ayrılıklar artacak mı sorusuna artacak cevabını veren kişilerin oranını görülmektedir. En çok %63 oranla kişiler yaşam tarzındaki farklılıkların artacağı kanısındadır. Siyasi konulardaki ayrılıkların artacağı cevabı ise %56.4 ile en az katılım oranına sahip cevap olmuştur.

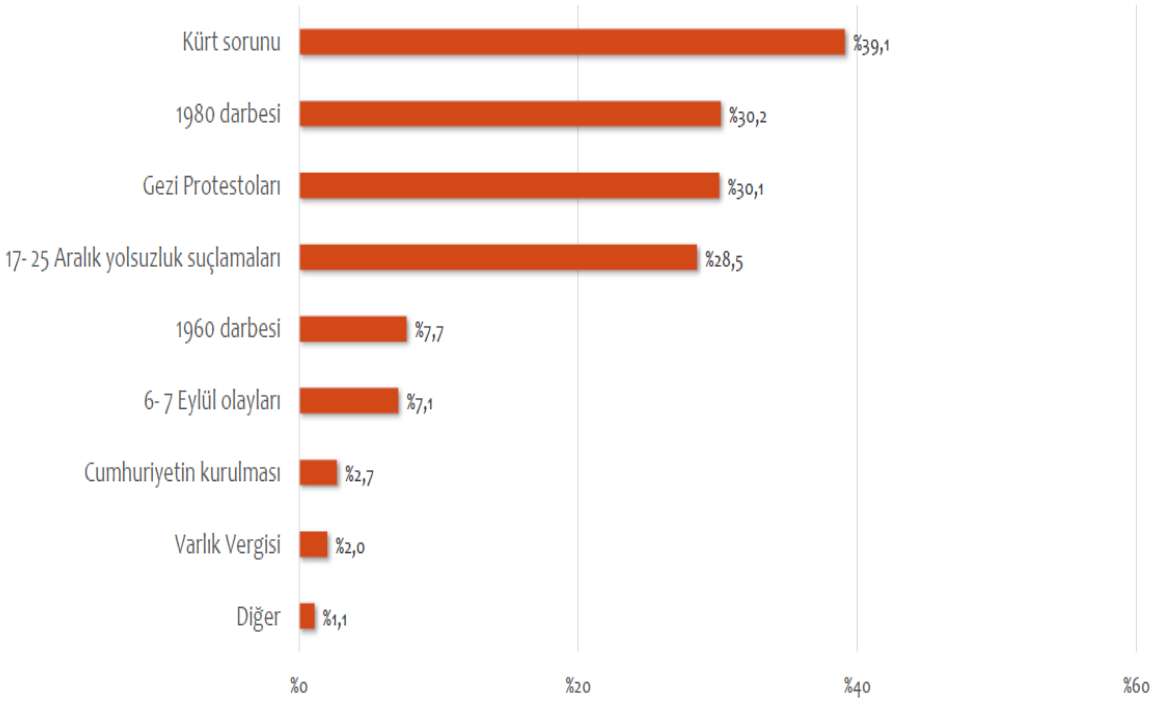


Şekil 15. Gelecek On Yılda Ülkede Siyasi Ayrılıklar Artacak mı?

(Artacak Yanıtını Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte farklı parti taraftarlarının gelecek 10 yılda ülkedeki hangi ayrılıkların artacağı sorusuna cevapları görülmektedir. Siyasi konulardaki ayrılıkların artacağı %42.3 oranla en az AKP taraftarları tarafından öngörülmektedir. AKP taraftarlarının tersine siyasi ayrılıkların artacağını en çok düşünenler %76.5 oranla CHP taraftarları olmuştur.



Şekil 16. Ülkede en Fazla Ayrılığa Yol Açan Konular

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

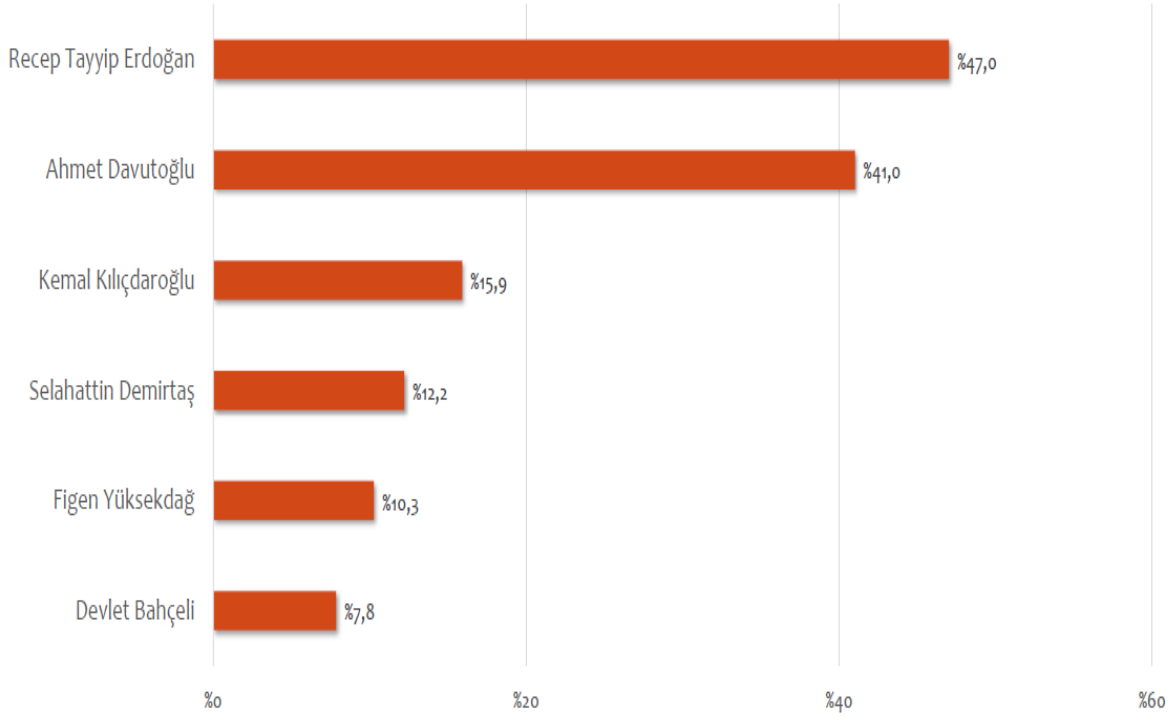
Grafikte kişilere Türkiye'de en fazla ayrımcılığa yol açan konulara ilişkin görüşleri yer almaktadır. Verilere göre %39.1 oranla kişiler en çok Kürt sorununun en fazla ayrımcılığa yol açtığını düşünürken, %2 oranla en az varlık vergisi cevabını vermişlerdir.



Şekil 17. Ülkede en Fazla Ayrılığa Yol Açan Konular

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

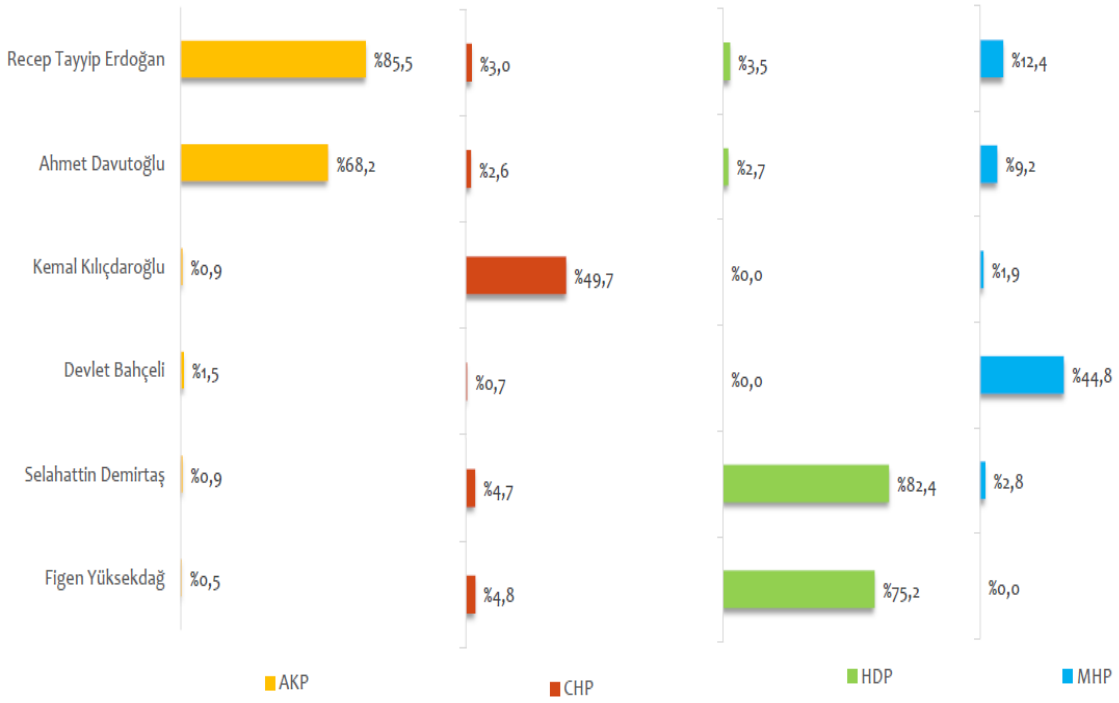
Yukarıdaki grafikte farklı siyasi parti taraftarlarının en fazla ayrılığa yol açan konularla ilgili görüşlere katılım oranları görülmektedir. Buna göre, gezi protestoları AKP taraftarları tarafından %38.3 oranıyla en çok ayrılığa yol açan konu olarak görülmektedir. CHP taraftarları ise en fazla ayrılığa yol açan konuyu %50.5 oranıyla 17-25 Aralık yolsuzluk suçlamaları olduğu kanısındadır. HDP' liler en fazla ayrılığa yol açan konu olarak 1980 darbesi ve Kürt sorununu görmektedir.



Şekil 18. Siyasi Liderlerin Beğenilme Derecesi
(Beğeniyorum Yanıtının Oranları)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıda verilen grafikte siyasi liderlerin beğenilme dereceleri yer almaktadır. Bu grafiğe göre en çok beğenilen siyasi lider %47 oranla Recep Tayyip Erdoğan'dır. Onu %41 oranla Ahmet Davutoğlu takip etmektedir. En az beğenilen siyasi lider %7.8 oranla Devlet Bahçeli'dir.

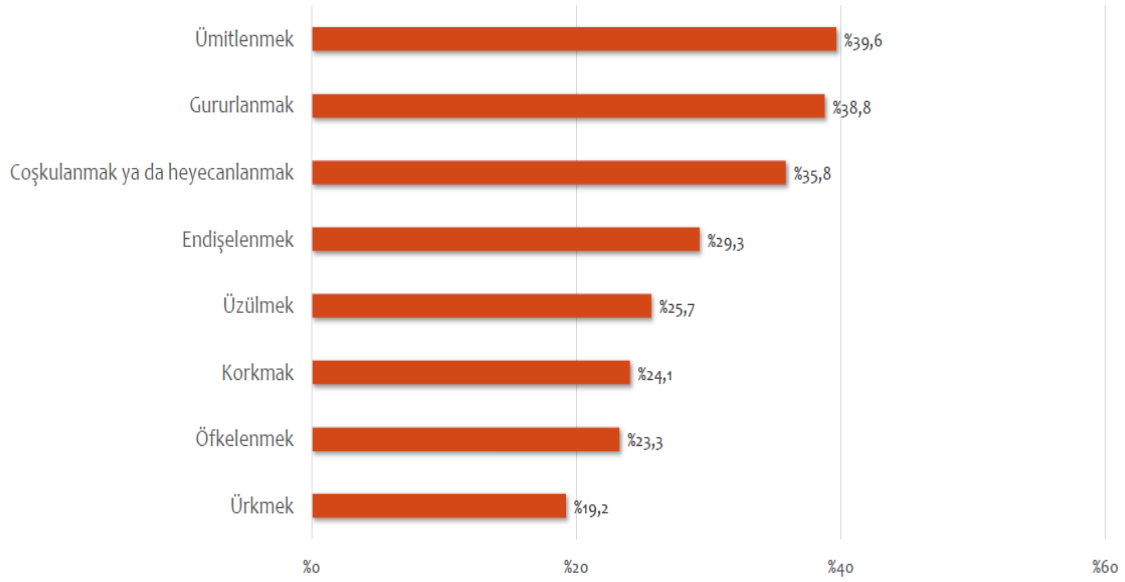


Şekil 19. Siyasi Liderlerin Beğenilme Derecesi

(Beğeniyorum Yanıtının Oranları)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte farklı siyasi parti taraftarlarının hangi siyasi liderleri beğendiğini incelenmektedir. Grafiğe göre AKP taraftarları %85.5 oranla Recep Tayyip Erdoğan' beğenmektedir. CHP taraftarları ise %49.7 ile Kemal Kılıçdaroğlu cevabını verirken, Selahattin Demirtaş %4.7, Recep Tayyip Erdoğan için %3 gibi bir oranları görülmektedir.



Şekil 20. 1 Kasım Seçimlerinde Hissedilen Duygular

(Sık Sık Hissettim Yanıtı Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıda verilen grafikte kişilerin 1 Kasım seçimlerinde hissettiği duygular incelenmiştir. %39.6 oranla kişiler en çok ümitlendiklerini belirtirken, %19.2 oranında ürktüklerini dile getirmişlerdir.

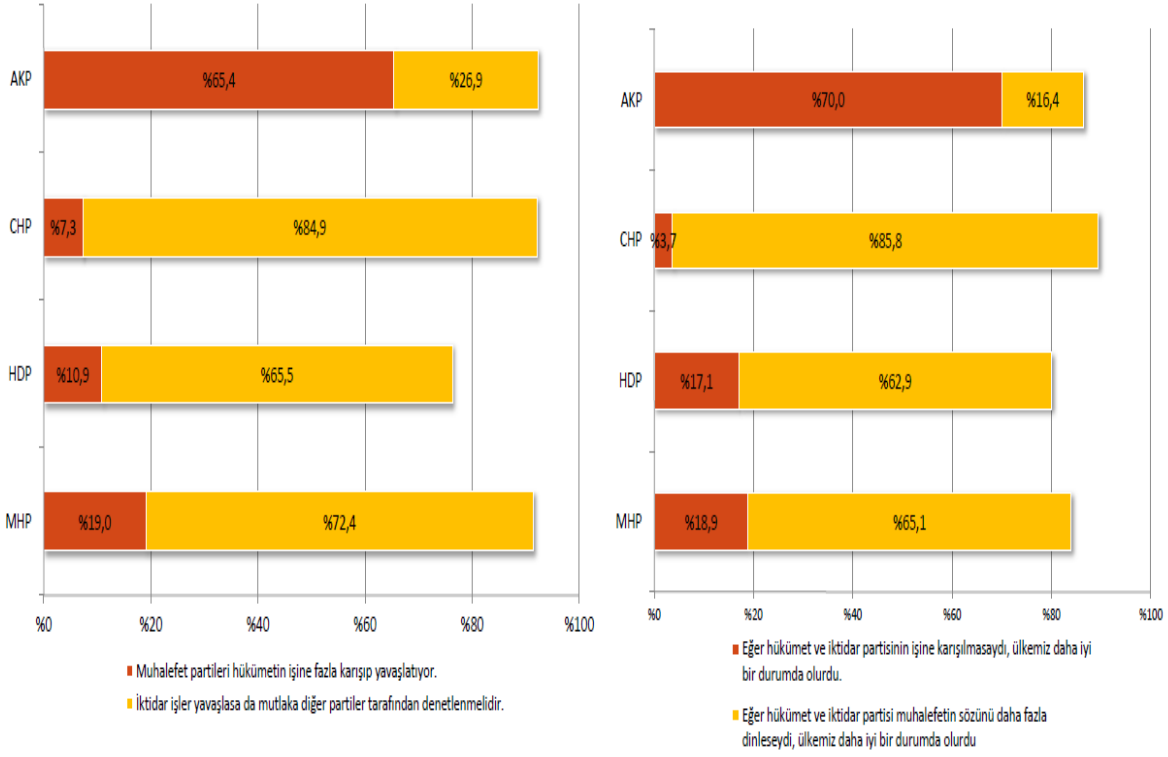


Şekil 21. 1 Kasım Seçimlerinde Hissedilen Duygular

(Sık Sık Hissettim Yanıtı Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Grafikte farklı siyasi parti taraftarlarına 1 Kasım seçimlerinde neler hissettikleri incelenmiştir. Gururlanmak ve ümitlenmek cevabını %69 oranında AKP taraftarları verirken, öfkelenmek cevabı %36.4 ile CHP taraftarları ve %39.3 oranında MHP taraftarları tarafından verilmiştir. En çok endişelenenler ise %37.7 oranında HDP taraftarlarıdır.



Şekil 22. İktidar Partisi-Muhalefet İlişkisi

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Verilen tabloda iktidar partisi- muhalefet ilişkisi ele alınmıştır. Muhalefet partilerinin hükümetin işini yavaşlattığı görüşünde olanlar en çok %65.4 oranla AKP taraftarları olmuştur. Hükümet ve iktidar partisinin muhalefetin sözünü dinleseydi ülke daha iyi bir durumda olurdu cevabını veren kişiler %85.8 oranla CHP taraftarları olmuştur.

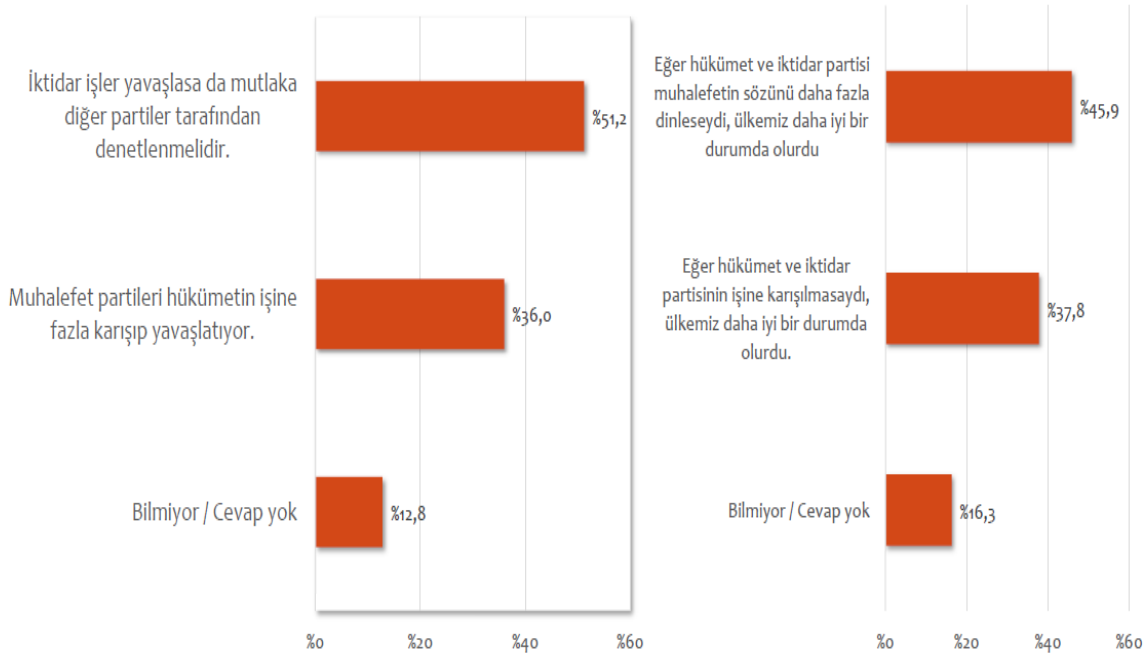


Şekil 23. Siyasi Konulardaki Görüşler

(Katılıyorum Yanıtı Verenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

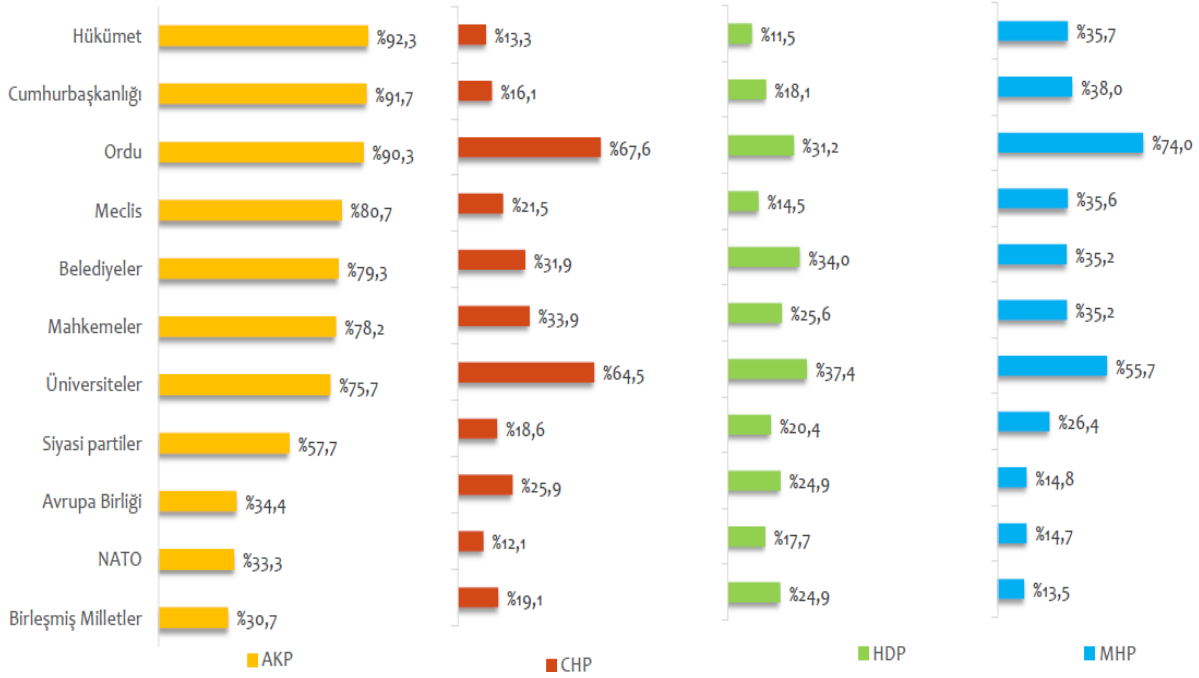
Tabloda kişilere siyasi konulardaki görüşleri sorulmuştur. En çok %83.1 oranında 'ülkemizin Suriye'de izlediği dış politika göçmen akımına yol açmıştır.' cevabı verilmiştir. %28.8 oran ile en az Kürt sorununun en iyi çözümü bölgeye özerklik verilmesidir görüşü belirtilmiştir.



Şekil 24. İktidar Partisi-Muhalefet İlişkisi

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

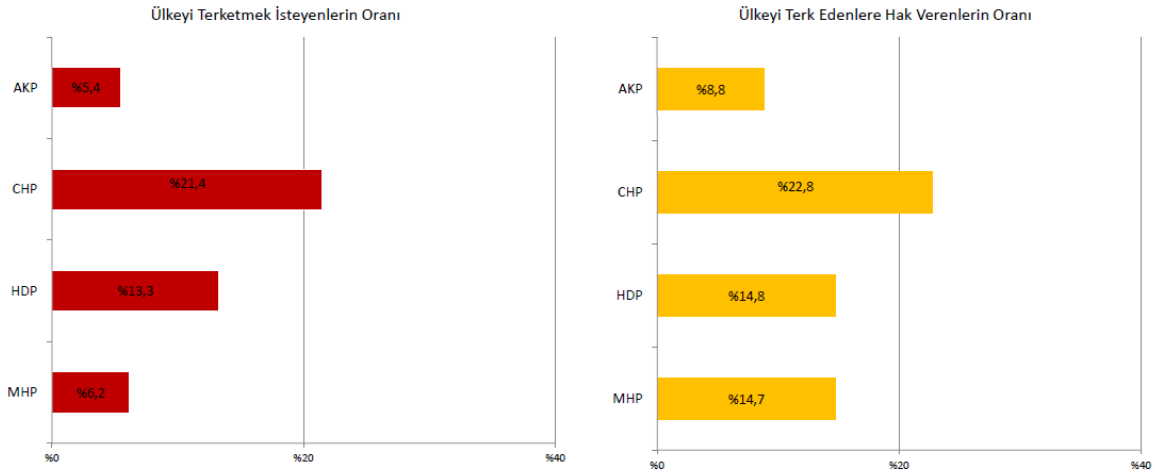
Verilen grafikte iktidar partisi- muhalefet ilişkisi incelenmiştir. Kişiler en çok %51.2 oranında 'iktidar, işler yavaşlasa da mutlaka diğer partiler tarafından denetlenmelidir' cevabını vermiştir. Diğer en yüksek oranı alan cevap %45.9 ile iktidarın ve hükümetin, muhalefetin sözünü dinleseydi ülkenin şu an daha iyi olacağı yönündedir.



Şekil 25. Siyasi Parti Taraftarları ve Kuruma Güven (Güvenenlerin Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte farklı parti taraftarlarının kurumlara güven oranları bulunmaktadır. Bu tabloya göre AKP taraftarları %92.3 oran ile hükümete güven duyarken CHP ve HDP taraftarları için bu durumun %13.3 ile %11.5 arasında değiştiği görülmektedir. Öte yandan AKP, CHP ve MHP taraftarlarının aksine HDP taraftarlarının orduya duyduğu güven %31.2 oranında olarak ölçülmüştür.

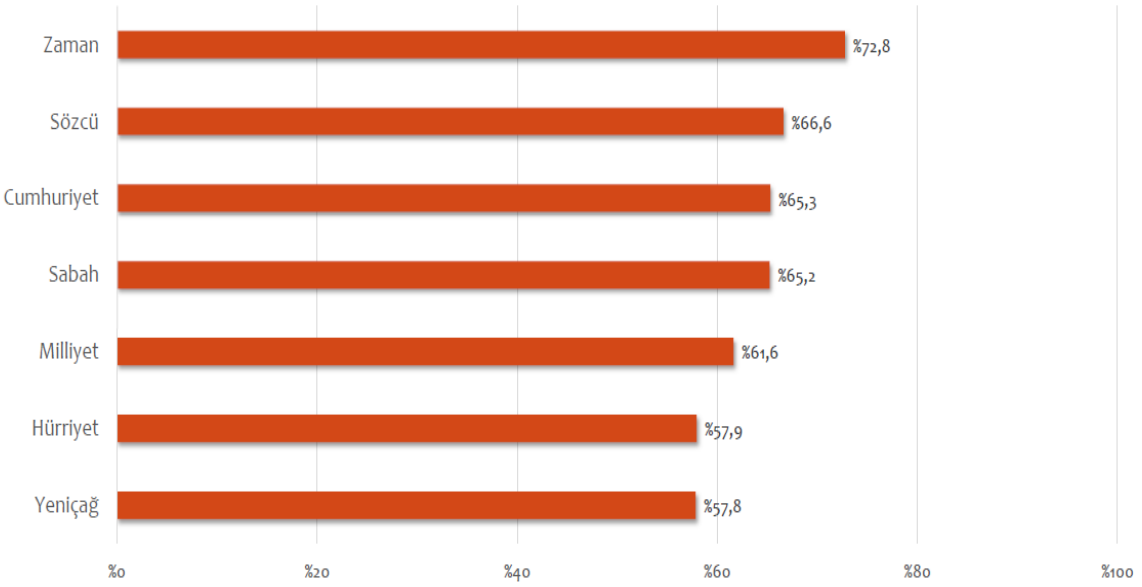


Şekil 26. Ülkeyi Terk Etmek Konusunda Görüşler

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Verilen grafikte farklı siyasi parti taraftarlarına ülkeyi terk etmek konusundaki görüşleri bulunmaktadır. Bu verilere göre ülkeyi terk etmek isteyenlerin oranı en yüksek %21.4 ile CHP taraftarı iken, %5.4 oranı ile en az AKP taraftarlarıdır. Yine aynı şekilde ülkeyi terk etmek isteyenlere hak verenlerin oranı en çok %22.8 ile CHP taraftarlarıdır.

SOSYAL KUTUPLAŞMADA MEDYANIN ETKİSİ



Şekil 27. Gazeteler Taraflı mı? (Taraflı Yanıtlarının Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Yukarıdaki grafikte gazetelerden hangilerinin taraflı olduğuna ilişkin görüşleri yer almaktadır. Verilen cevaplar doğrultusunda %72.8 oranıyla en taraflı gazete Zaman Gazetesi olarak görülürken, bu oran en az %57.8 ile Yeniçağ Gazetesi olarak saptanmıştır.

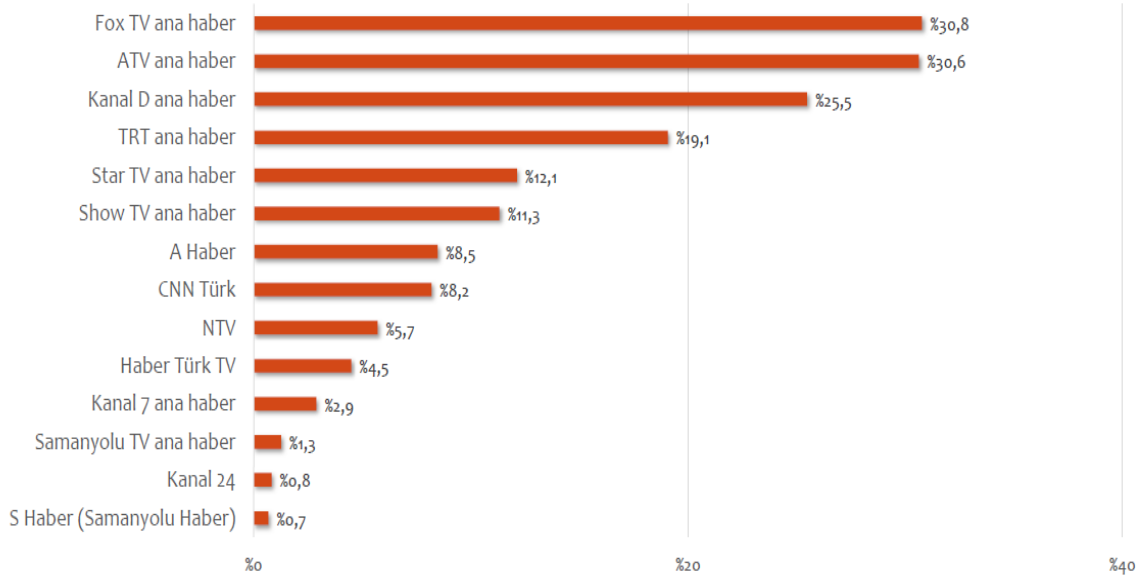


Şekil 28. Gazeteler Taraflı mı?

(Taraflı Yanıtlarının Oranı)

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

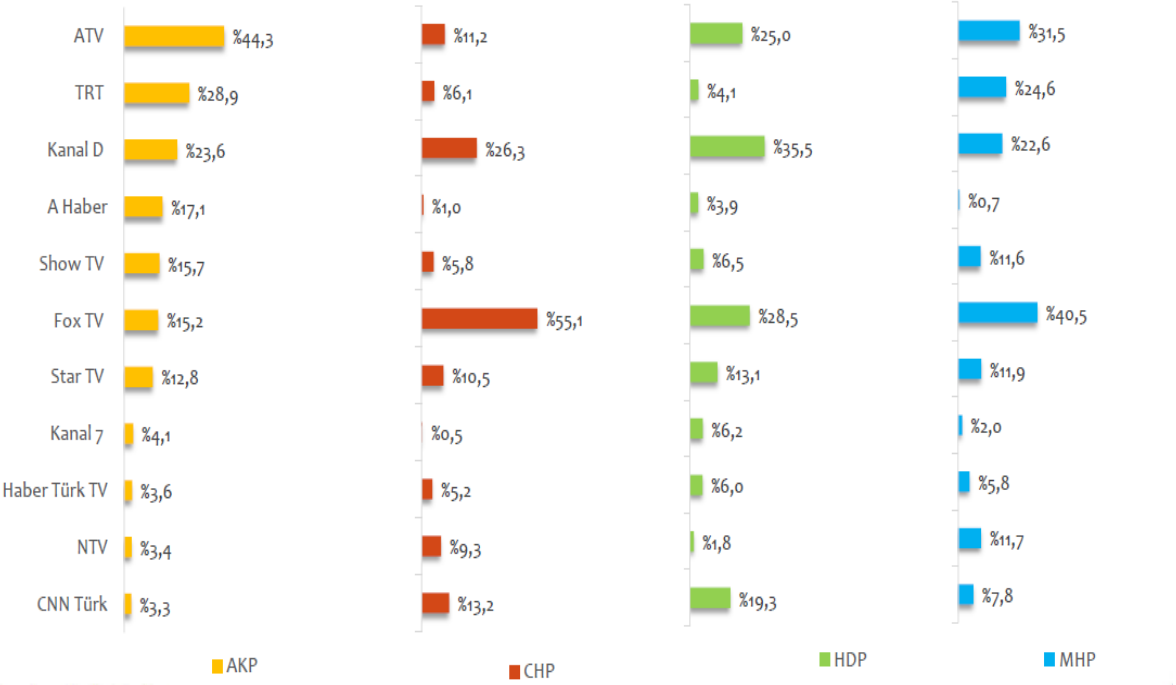
Yukarıda verilen grafikte farklı siyasi görüşte olan kişilere hangi gazetelerin taraflı olduğu sorusu yöneltilmiştir. Zaman gazetesi HDP taraftarları hariç en taraflı gazete olarak görülmüştür. HDP taraftarları en taraflı gazeteyi %58.9 oranında Sabah Gazetesi olarak görürken en az taraflı gazete %49.9 oranında Hürriyet gazetesi olmuştur.



Şekil 29. Takip Edilen Televizyon Haberleri

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Verilen grafikte takip edilen televizyon haberleri bulunmaktadır. Grafiğe göre en çok takip edilen televizyon haberleri %30 oranla FoxTv Ana Haber ve ATV Ana Haber olmuştur. En az takip edilen televizyon haberleri ise %1'in altında olan kanal 24 ve Samanyolu Haber olarak belirtilmiştir.



Şekil 30. En Fazla Haber Alınan Televizyon Kanalları

Kaynak: BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması,** Şubat 2016

Verilen tabloda farklı siyasi görüşteki kişilerin en fazla haber aldığı televizyon kanalları karşılaştırılmıştır. Tabloya göre FoxTv en çok CHP ve MHP taraftarları tarafından haber almak için izlenirken ATV daha çok AKP taraftarları tarafından takip ediliyor. HDP taraftarları ise en çok Kanal D'de haber takip etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE SOSYAL KUTUPLAŞMA

2.1. Sosyal medya kavramı

Sosyal medya bireylerin ve kurumların kendilerini belli amaçlar doğrultusunda diğer kullanıcılara tanıtabilecekleri ve yine bu amaçlar doğrultusunda paylaşım yapabilecekleri bir camiadır. Bu kuralları belirlenmemiş özgür alanda kullanıcılar web siteleri, bloglar, mesaj panoları, içerik paylaşım siteleri ve yaygın kullanıma sahip sosyal ağ siteleri ile seslerini diğer kullanıcılara duyurabilmektedir. Sosyal medya büyük bir güçtür ve bu gücü kullanıcılarının üzerinde yarattığı etkiden almaktadır. Bireyler ve kurumlar sosyal medyayı iyi kullanırsa çok geniş kitlelere hitap edebilmektedirler ve bu sayede seçtikleri hedef doğrultusunda kayda değer başarılara imza atma şansına erişebilmek mümkündür. Kısaca sosyal medya yalnızlıktan kurtulmaktan, eğlenmeye; değişik bir bakış açısı sunmaktan, kendini dışa vurmaya kadar birçok isteğe hizmet eden bir platformdur[45].

2.1.1. Sosyal Medyanın tanımı

Sosyal medya web 1,0'dan web 2,0 teknolojisine geçilmesi sonucu hayatımıza girmiştir. Web 2,0 teknolojisinin bünyesinde bulunan avantajlar sayesinde içerik paylaşımı ve çevrimiçi etkileşim ve uygulamalar sosyal medya adını alır. Kullanıcı merkezli ağ konumu olarak nitelendirilen Web 2,0 sürümü kullanıcıya her uygulamaya katılarak görüşünü bildirebilme olanağı sunmaktadır. Web 2,0'de ki temel özelliğin kontrolün kullanıcı da olması olduğu belirtilir. Karşılıklı konuşma ve tartışmaları esas

[45] Yeliz Kuşay, **Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, İkinci Medya Çağında İnternet**, İstanbul: Alfa Yayınları, 2010, s.23.

alan bir ortam olarak nitelendirilen sosyal medya ortamında geleneksel medya ortamında yer almayan muhalif ve alternatif söylemlerin özgürce yer alabilmekte olduğu, izleyici ve destekçilerin de gücüyle geleneksel medyaya da taşınabildiğine dikkat çekilmektedir. İnternet tabanlı mobil teknolojilerin interaktif etkileşime dönüşmesiyle son 10 yılda büyük bir ivme kazanan Web 2,0 mecrasıyla toplumda kolektif eylemlerin önündeki engellerin de kalktığı söylenmektedir. Bu nedenle 2000'li yılların başından beri sosyal medyanın kolektif eylemler de nasıl ve ne amaçla kullanıldığı ve sosyal medyanın işlevselliği son yıllarda iletişim dünyasın da ve sosyal bilimler çevrelerinde en fazla tartışılan konulardan biri olmuştur [46].

Günümüzde aktivistlerin seslerini duyurmasında etkin bir araç ve ortam olarak nitelendirilen sosyal medya mecraları (Facebook, Twitter, Youtube, Bloglar) gün geçtikçe üzerinde daha fazla konuşulması gereken ortamlar haline gelmişlerdir. Sosyal medyanın politik olaylarda, eylemleri daha görünür kılmada rolünün olduğu kabul gören bir yaklaşımdır. Bu bağlamda öncelikle sosyal medyanın nasıl bir alt yapıya sahip olduğuna bakmak gerekmektedir.

Temel olarak sosyal medya tanımı; Web 2.0 teknolojileri tabanlı, etkin bir sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya olanak sağlayan web siteleri şeklinde yapmak mümkündür. Sosyal medya tanımı kapsamında, Web 2.0, teknolojik boyutu vurgulanarak sosyal boyutu ve kullanımı öne çıkmaktadır[47].

Sosyal medyanın gelişim sürecine bakıldığında teknolojinin çıkış noktalarından en büyük önemi Use-Net'in taşıdığı görülmektedir. Use-Net 1979 senesinde Duke Üniversitesinden Tom Truscott ve Jim Ellis tarafından internet kullanıcılarına, kamuya açık mesajlarını yayınlamasına izin veren ve dünya çapında tartışma sistemi özelliği taşıyan bir uygulama olarak oluşturulmuştur[48].

[46] Nur Özgen Erbay, **Sosyal Medyada Arap Baharı**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde İstanbul: Alfa Yayınları. 2012, s. 150-151.
[47]Erkan Akar, **Sosyal medya pazarlaması**, Ankara: Efil Yayınevi, 2010, s.17.
[48]Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein, Users of The World, Unite!", **The Challenges and The Opportunities of Social Media**, Business Horizons, 53(1), 2010, s.60.

2.1.2. Sosyal Medyanın Türleri

Birçok sosyal medya türü bulunmakta ve bu durum çok sayıda kullanıcıya hitap etmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu mecranın bu kadar geniş çeşitliliğe sahip olması tüm ihtiyaçlara karşılık vermesini sağlamaktadır.

2.1.2.1. Sosyal ağlar

En temel anlamıyla sosyal ağlar kullanıcıların kişisel web sayfası oluşturmasını sağlayan, başka kullanıcılarla iletişim kurabildiği, görsel ve işitsel içerik ve dosya paylaşabildikleri web tabanlı uygulamalardır[49]. Sosyal ağlar gün geçtikçe daha büyük topluluklara hitap ederek, kullanım oranını yükseltmiş ve daha geniş ihtiyaçları karşılamayı başarmıştır[50]. Bu durum iletişim ve bilgi paylaşımı başlıklarının alt metinlerini geniş bir perspektifte değiştirmiş ve günümüzde sosyalleşmenin yeni ve pratik halini oluşturmuştur. Global bir iletişim modelini mümkün kılan bu ağlar sosyal medyayı bir güç haline getirmiştir. Ayrıca sistemde bulunan kullanıcıların oluşturdukları profillerle tanıdığı kullanıcıların profillerinin diğer kullanıcıların ağına da eklenebilmesi sağlanmış böylece kayıtlı her kullanıcının bir diğeriyle erişimi mümkün hale gelmiştir[51].

Sosyal ağlar, katılımcıların kişisel profillerini oluşturabileceği ve arkadaşları ile içerik ve bilgi paylaşımında bulunabileceği ortamlar yaratmaktadır. En fazla katılımcıya sahip olan ve en yaygın kullanılan sosyal ağlar MySpace, Facebook, Twitter'dır. Bir başka tanıma göre sosyal ağlar; kullanıcılara kişisel web sayfası oluşturmayı sağlayan ve katılımcıların arkadaşlarının web sayfalarına ulaşabilmesine olanak sağlayan, anlık ileti gönderimine izin veren uygulamalar olarak tanımlanmıştır.

Sosyal ağ akımının ilk öncüleri 1995 yılında açılan ve halen kendi niş marketlerinde başarılı sayılan Classmates.com ve Match.com'dur. 1999 yılında hedef gruplar halinde seçilen kitlelere yönelik niş ağlar kurulmaya başlansa da modern çağın ilk sosyal ağ örneği olan Friendster 2002 yılında kullanıma açılmıştır. Friendster'ı 2003

[49]Keskin, F." Kamusal Alan ve Yalın Yaşam", **Doğu Batı Dergisi**, 1998, s.95-101.
[50]Andreas Kaplan, Michael Haenlein, **Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media**. Business Horizons, 53(1), 2010, s.60, s.63.
[51] Gonca Telli Yamato, Özgür Karamanlı Şekeroğlu,,**Sosyal Medya ve Blog**, İstanbul: Kriter Yayınevi, 2014

yılında, 1998 yılında kurulan internet tabanlı pazarlama şirketi Intermix Media tarafından kurulan MySpace izlemiştir. MySpace genel olarak Friendster'ın ana faaliyetlerini kopyalarak hayata geçirmiştir. Fakat site, IntermixMedia'nın zengin email ağını kullanarak kısa zamanda diğer sosyal ağlar arasında lider olmayı başarmıştır[52].

Bu gelişen ve durmaksızın ilerleyen mecrada 200'ü aşkın sosyal ağ sitesi modeli olduğu saptanmıştır[53].

2.1.2.2. Bloglar

Bloglar web tabanlı kişisel gazetelerdir[54]. 1993 yılında ortaya çıkan bloglar ilk zamanlarında, şuan ki anlamından farklı bir anlama sahipti. 1997'de Robert Wisdom isimli bloğun editörü John Barger, webloga isim babalığı yaptı[55]. Blog sözcüğü Web-log sözcüklerinden türemiş olup kısa makalelerden oluşan içerikleri ile herkesin ilgisine ve algısına hitap eden bir çeşit internet sitesi ve içerik yönetim sistemi türüdür[56]. Bloglar bu bakımdan "Web'de oluşturulan günlük" olarak da adlandırılmaktadır[57]. Kişisel fikirlerin beyan edildiği bu günlük alanları kullanıcıların özgürce fotoğraf, video ve dosya paylaşarak okuyucularının dikkatlerini çekebilmelerine yorum gönderme ve almalarına imkân vermektedir. Böylece yazar ve okuyucu diyalog kurarak fikir alışverişi yapabilmektedirler. Birçok insan kendi yaşamları ve deneyimleri hakkında daha çok güncel olayları bazı alarak kişisel günlükler tutmaktadır ve bu bloglar samimiyetlerine, bakış açılarına ya da kullandıkları üslup ve dile göre bazen popüler

---

[52]Saravanakumar, M ve Suganthalakshmi, T.," Social media marketing", **Life Science Journal**, 9, 2012 s.4

[53]Beril Durmuş, Serra Yurtkoru, Yeşim Ulusu, Bülent Kılıç, "Facebook'tayız Sosyal paylaşım ağlarının bireylere ve işletmelere yönelik incelenmesi: Facebook üzerine bir araştırma", İstanbul: Beta, 2010,s.

[54]Mayfield,A.,:"*WhatisSocialMedia*", (çevrimiçi) http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insigsht_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, (erişim tarihi: 06.03.2016), yayınevi: ICrossing, s. 5 ,14, 15.

[55]Canan Seçkin, "Bir Halka İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Üç Alana Yönelik Bir İnceleme", (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halka İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2013, s.

[56]Dan Zarella, **The Social Media Marketing Book**, 5. b, O'reilly Media Inc.,Canada. 2010

[57]Karcıoğlu, Fatih, Kurt, Esat, "Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar Ve Birkaç Kurumsal Bloğun İncelenmesi", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2009, s. 2- 51.

olmaktadır[58]. Oyra Labs'ın ortaya koymasından bir süre sonra Google'ın satın alarak Blogger.com olarak hizmete sunduğu blog sitesi internetteki ilk blog servisi vericisidir[59]. Dünyada bir ilk olan bu bu site 2013 yılı verilerine göre 41 ayrı dilde hizmet vermeyi başarmış dünyanın en büyük blog servis sağlayıcılarından biridir. Basit kurulumu ve açık kaynak kodlu yapısı ve kullanıcılarının konu ve eklenti üretmesine verdiği destek sayesinde yaygınlaşan Wordpress dünyadaki en popüler içerik üretim sistemlerinden birisi olma özelliğini göstermektedir. Blog yazmak isteyen kullanıcılar Blogger, Typepad, Blogspot ve WordPress gibi ödeme gerektiren ya da gerektirmeyen sitelere yönelmektedir. Böylece hiçbir tasarım ya da kodlama eğitimi almalarına gerek kalmadan kendi içeriklerini üretebilmekte hatta diğer kullanıcıların içeriklerini de düzeltebilme olanağına erişebilmektedirler. Bu sitelerde anında yazma işlemine başlayabilen yazarlara "bloger" ya da "blog yazarı", yaptığı işe ise "blogging" ya da "blog yazmak" denilmektedir. Kişisel blog yazarlarının diğer kullanıcılarla iletişim içerisinde olmaya ve onlar tarafından kabul görmeye ihtiyaçları vardır, bu bakımdan kurdukları iletişim ağı bir hayli önem taşımaktadır[60]. Sanal ortamda oluşturulan tüm bloglar ise genel bir tabir olarak "blogosfer (blogosphere)" şeklinde ifade edilmektedir.

Her yapılan gönderinin sonunda mesajın gönderildiği tarih, saat ve gönderenin adı ya da kullanıcı adı belirtilir. Paylaşılan fikirlere katkı sağlayabilmesi açısından mesajı gönderen kullanıcının da onayı gerekmektedir[61]. Blog siteleri değişik ihtiyaç alanlarına hitap etmesi bakımından birçok ayrı dala ayrılmıştır. Bunların başlıcalarını şu şekilde sıralayabiliriz; eğitim blogları, medya blogları, haber blogları, teknoloji blogları, kişisel hobi blogları, kurumsal tanıtım blogları, politik kampanya ve sivil toplum kampanyaları için kullanılan bloglardır[62]. Bloglar bu yaygın kullanım alanlarıyla insan hayatının her yönüne hitap etseler de bir takım eleştirilere de maruz kalmaktadırlar.

[58]Zafarmand Nafiseh."Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR2.0", (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi Ankara), 2010, s. 24, 26, 28, 31.

[59] Mustafa, Bostancı, **"**Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", (Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi) Kayseri, 2010, s.50.

[60] Askeroğlu, O.,): "Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medya Rolü", (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, s. 47, 2010, 61.

[61] Şakir Özüdoğru, "Bir Web 2.0 Uygualaması Olarak Bloglar: Blogların Dinamikleri Ve Blog Alemi", **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC**, Volume 4 Issue 1, s. 2014, 36- 50.

[62] Tolga Kara, "Sosyal Medya Ağlarının Sosyal Ticaret Ağına Dönüşümü: Facebook Örneği", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** cilt: 11, sayı: 4 , 2012, s. 1419- 1439.

Bunlardan en önemlisi bilginin doğruluğu konusuna yöneliktir. Bu tür blog siteleri her ne kadar demokratik bilgi paylaşımına şans tanısa da yanlış bilgi ve amatörlük kültürüne de zemin hazırlamaktadır[63].

2.1.2.3. Wikiler

Polinezya dilinde hemen ya da hızlı anlamına gelen wiki sözcüğü insanların yaşamında kolay bilgi anlamını da taşımaktadır. Çünkü kişiler bu sayfalara girip oluşturulmuş makaleleri okuyup zaman kaybetmeden istedikleri bilgiye ulaşabilmektedirler. Bu web siteleri sayesinde arzu eden herkes kendi bilgilerini de paylaşabilmektedir.

Diğer bir bakış açısına göre ise what ı know is wiki kelimesinin açılımıdır yani Türkçe'ye bildiğim kadarıyla şeklinde çevrilebilir. Vikiler bu bakımdan toplumun bilgi birikimini kaydetmeye yönelik çok basit ama etkili içerik siteleridir. Bu ekili sistem diğer kullanıcıların oluşturulan içerikteki hataları düzeltebilmesine imkan vermekte ve aynı zamanda eklemeler yapılmasını a mümkün kılmaktadır[64].

Vikiler gönüllü yazarlara da kayıtlı üyelere de özgürce içerik oluşturabilmeleri için olanaka tanımaktadır. Böylece ansiklopedik niteliklere sahip bir bilgi havuzu oluşturulmuştur. Vikipedia bunların en popüleri ve yaygın kullanıma sahip olanıdır. Web2,0 uygulamalarından olan bu site 12 milyonu aşkın konu başlığı ile kullanıcılarına hizmet vermektedir. Bu ansiklopedik sistem her türlü bilgiye ve içeriğe açık olmasına rağmen bir çok insanı etkileyebilecek gücü olması bakımından bazı konularda hassaslık göstermektedir. Her hangi bir içerik sebebiyle siyasi bir kriz çıkmaması açısından raporlama mekanizmasıyla çalışır ve birçok referans vermektedir. Küçük topluluklar halinde belge oluşturmak mümkün olduğu için ve sürekli yeni eklentiler olduğu için

[63]Çiğdem Aytekin, "Wiki Uygulamalarında İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi", **Bilişim Teknolojileri Akademik Dergisi**, cilt. 2, sayı. 5, 2011, s. 7- 17.
[64]Askeroğlu, O., "Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medya Rolü", (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2010, s. 47, 61.

sürüm farklılıkları olabilmekle beraber, bu sayfalar arasında kurulan otomatik bağlantılar her konuya kolayca erişimi sağlamaktadır [65].

Böylece wikiler sayesinde şirketler hakkında bile araştırmalar yapma şansı bulunup, değişen koşuları takip etmek ve alakalı tüm konular hakkında sayfa geçişi sağlayıp bilgiyi genişletmek hatta bu kaynakları düzenlemek olanaklıdır[66].

2.1.2.4. Podcastlar

Dijital medya dosyalarının her türlü taşınabilir medya oynatıcıları ve bilgisayarlarda oynatılması için internet üzerinden dağıtılmasına podcasting denir. Podcastlerin en önemli özellik ve avantajlarından biri, RSS Feed'ler ile takip edilen kanallara yüklenilen yeni bölüm ve içeriklerin otomatik olarak kullanıcıyı bilgilendirmesi ve dilediği zaman, dilediği yerde izleyebilmesini sağlamasıdır. İnternet üzerinde geçirilen süre artarken, herkese internet üzerinde televizyon veya radyo kanalı kurmayı sağlayan bir teknoloji, RSS protokolü sayesinde düzenli takibi kolaylaştırırken, takipçilerin yeni yayınları kaçırmamasını da yol açmaktadır[67].

Podcast terimi, ilk kez The Guardian gazetesi teknoloji yazarı Ben Hammersley tarafından Şubat 2004'te üretilmiştir. Podcast, İpod'daki "pod" ve yayımlamadaki "cast"in birleşimidir. Podcasting, bir MP3 blogu ya da MP3 haber bültenidir. Okuma yerine dinlenmektedir. Dinlenebilen ya da podcastların çevrimiçi olarak görülebildiği internet radyosuna benzemektedirler.

Podcasting, kurumlardaki iletişiminin önemli bir parçası haline gelmektedir. Podcastlar, hem ses hem video yeteneğiyle mesaj ile ilgili daha fazla ayrıntı verme fırsatı sunmaktadır. Kurumlar için ses podcastleri de izleyicilerle yazışmak yerine onlarla doğrudan konuşmaya olanak tanırken, video podcastleri de izleyicilerle hem ürünle ilgili konuşma hem ürünleri onlara gösterme olanağı sağlamaktadır[68].

Bir halkla ilişkiler ve pazarlama aracı olarak Podcast, sadece medya ilişkilerinde değil, tüketici ilişkilerinde de geniş bir kulanım alanına sahip olmaktadır. Şirketler

[65] Murat, Ying, "Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler", (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), İşletme M.B.A , İstanbul. 2012.
[66]Çiğdem Aytekin, **"**Wiki Uygulamalarında İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi" , **Bilişim Teknolojileri Akademik Dergisi**, cilt. 2, sayı. 5, 2011, s. 7- 17.
[67] Özkaşıkçı, **a.g.e**, s.120, 121.
[68]Akar, **a.g.e**, s.106, 107, 110.

Podcast kullanarak, kendi ürün, teknoloji, yöntem ve hizmetlerini doğrudan tüketicilerine, medyaya ve blog dünyasına ulaştırabilmekte ve böylece ucuz yolla tanıtım yapabilmektedirler. Podcast, ortak bir ilgi konusunun yuvarlak röportaj şeklinde tartışılmasına da olanak vermektedir. Genellikle şirketler kendi iş alanlarıyla ilgili öncelikli bir konuyu ele alarak Podcast görüşmesi organize etmekte ve bu görüşmeye bir tüketici, bir analist ya da bir gazeteci uzman davet edebilmektedirler[69].

2.1.2.5. Forumlar

İnternet üzerinde oluşturulan tartışma platformları olan forumlar, her türlü konu hakkında, herkesin özgürce bilgi ve görüş paylaştığı sosyal ağ ortamıdır. Herhangi bir konu hakkında bir sorusu olan kişi, ilgili forumlara üye olarak sorusunu sorabilmekte, konu hakkında bilgisi veya çözüm önerileri olan forum üyeleri de yanıtlarını iletebilmektedirler. Forum üyelikleri çoğu zaman ücretsiz olup, yeni bir konu başlığı açmak ve bu konu başlığının altına o konuyla ilgili bilgiler yazmak tamamen üyenin önceliğindedir. Bilgisayar, futbol veya oyunlar gibi farklı konularda oluşturulan kamusal forumlar üzerinden internet diyaloğunun en kolay formatı yakalanabileceği gibi; kurumsal forumlar kurularak marka, ürün, kurum ile ilgili sorulara da cevap verilebilmektedir.

Genel forumlarda her türlü kurum, marka veya ürüne ilişkin bilgi bulunurken, kurumsal forumlar müşteri hizmetleri için alternatif bir kanal oluşturabilmektedir. Kullanıcıların şirketlere ulaşması ve yorum yapmasını sağlayacak en özgür araç olan forumlar, dikkatle takip edilmesi ve kullanıma açıldığı takdirde gelen içeriğin tümünün izlenmesi gereken bir platformdur[70].

Forumlar, oldukça güçlü bir ağızdan ağza iletişim etkisi yaratmaktadırlar. Forumlarda, içerikler yüz yüze değil de yazılı içerikler şeklinde kurulsalar da, forumlardaki tartışmalarda kullanıcıların geribildirimde bulunabilmesi kullanıcının bilgiyi detaylı bir şekilde edinebilmesini mümkün kılmaktadır. Ayrıca ağızdan ağza

[69] Sayımer, **a.g.e**, s. 154.
[70] Özkaşıkçı, **a.g.e**, s. 124, 125.

iletişimde oldukça önemli olan güvenilirlik ve konuyla bağlantı da forumları etkili araçlar haline getirmektedir[71].

2.1.2.6. İçerik toplulukları ve Advergaming

İçerik paylaşımına olanak sağlayan web siteleri, kullanıcılarının değişik görsel ve işitsel iletişim dosyalarını birbirlerinin erişimine sunduğu bir mecradır. Bu sitelerin içerikleri farklılık göstermekle beraber video, fotoğraf, sunum, metin, yer imli linkler gibi çeşitli medya türleri kullanıcılarının hizmetindedir. İçerik topluluklarına örnek olarak Youtube, Powerpoint, Bookcroosing, Delicious ve Flickr verilebilmektedir. Bu tür sitelerde kişisel profil zorunlu olmamakla birlikte eğer böyle bir girişimde bulunulursa bazı üyelik bilgileri vermek gerekmektedir. Kişisel bilgilerini ve siteye katkılarını içeren bu kısa açıklama kendilerini diğer kullanıcılara tanıtmaları açısından önemlidir[72].

İnternet teknolojisinin günlük hayatımızın bir parçası konumuna geldiği günümüzde sanal ortamda farklı reklam uygulamaları ile sıkça karşılaşmak ve vaktimizi eğlenerek geçirebileceğimiz ortamlar bulmak ulaşımı kolay duruma gelmiştir[73] .

Oyun ve reklamın karışımı niteliğindeki advergameler ticari aktivite methotlarının en tercih edilenlerindendir. Bunun sebebi ise günümüzde asıl hedef kitle olarak görülen genç ve çocuklara hitap etmesidir. Viral pazarlama yönetimini mümkün kılan advergaming kullanımında büyük artış gözlemlenen internet ve mobil telefon sayesinde ticari faaliyetini genişletmeyi amaçlamaktadır. Oyun reklamlar her geçen gün daha geniş bir kullanıcı profiline ulaşmaktadır[74].

---

[71] Gizem Nafize Koçak, "Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışları ve Motivasyonlarının Kullanımları ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama", (Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı), Eskişehir, 2012, s. 77.

[72] Kaplan ve Haenlein, 2010,s.65.

[73] Müjdat Soytürk, Türkiye'nin en popüler haber siteleri. MediaCat, 16 (164), 2008, 75-78.

[74] Müberra Yüksel, (2007). **Küreselleşme Sürecinde Yeni Bir İletişim Ortamı**, Öneri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(28), 317-326.

2.1.2.7. Mikro bloglama

Mikrobloglar tür olarak kendinden önce gelen blogların ilerleyip, kolay kullanılabilir hale gelmesi ile oluşmuştur. Bloglardaki kadar uzun metinlerin tercih edilmeyip daha kısa görsel medya araçlarının daha fazla kullanıldığı platformlar olması bu türün ön plana çıkmasında etkilidir. Alışılmış bloglara oranla daha sade ve kısa içeriklerden oluşması git gide blogların yerini mikroblogların almasına imkan vermiştir[75].

Mikrobloglar belirli sayıda sözcük kotasına sahip (genellikle 140-200 arası) mobil telefonlarla da erişimi mümkün olan web tabanlı platformlar olarak tanımlanmaktadır. İletişim aracı olarak kısa zamanda birçok kullanıcıya ulaşabilmek ve anlık geri bildirimler almak mümkündür. bu bakımdan bir vakayı en kısa zamanda en çok insanla paylaşmak mikrobloglarla olanaklıdır[76].

Sosyal medya türlerinin diğerleri gibi mikrobloglar da Web 2,0 uygulamalarındandır fakat farklı olarak bu tür son dönemin en yenilerindendir. Anlık ileti paylaşımı özelliği pratik ve etkilidir[77].

Bu türün en popüler örnekleri Twitter ve FriendFeed 'dir. Bu iki mikroblog rekabet halinde olmakla beraber bilgisayar ve telefon ile erişime her ikisi de imkan vermektedir[78].

Mikrobloglar sadece kişisel paylaşıma yönelik değil aynı zamanda kurumsal bilgi dağıtımı, hizmet ve tanıtım amaçlı da kullanılmaktadır. Markaların tüketicileri ile iletişimini sağlama ve kurumsal bir profile sahip olmalarında mikrobloglar büyük katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca firmaların etkinlik ve organizasyon gibi haberleri de bu mikrobloglarla daha patrik bir yolla duyurulmaktadır [79].

---

[75] Koçak, a.g.e., s. 37, 48, 49
[76] Askeroğlu, a.g.e., s. 47, 61.
[77] Koçak, a.g.e., s. 37, 48, 49.
[78] David Phillips, Philip, Young, **Online Public Relations, A Practical Guide toDeveloping and Online Strategy in the World of Social Media**, Kogan Pages,Second Edition, London, 2009, s. 17
[79] Nafiseh, a.g.e., s. 24, 26, 28, 31.

Bu bakış açısıyla baktığımızda mikroblogların kısa, sade ve samimi dili dolayısıyla bu türe internet günlüğü; detaylı ve uzun yapısıyla bloglara da internet gazetesi demek mümkündür[80].

Çok sayıda kullanıcıya sahip olan mikroblog sitesi Twitter, 2006 senesinde internet yaşamına başlamıştır. Bu web tabanlı uygulama kısa mesaj hizmeti ile birlikte kullanılabilmekte böylece ileti paylaşımını daha etkin ve kolay hale getirmektedir.140 kelime sayısını aşmayan "tweet" adı verilen iletilerle anı yaşamak ve paylaşmak ideolojisine dayalı bu site kullanıcılarının popüleritesini takipçilerinin (follower) niteliği ve niceliği doğrultusunda da belirlemektedir[81].

2.1.3. Sosyal Medyanın Tarihçesi

Sosyal Medyanın tarihçesinin infografisine bakıldığında kullanıcı temelli sosyal medyanın tarihçesini 1979 yılında TomTruscott ve JimEllis tarafından kurulan, makalelerin haber gruplarına gönderildiği Usenet'e kadar götürülebilir. Daha sonra 1988 yılında dosya ve link paylaşımını geliştiren IRC (Internet Relay Chat) kurulur. Ancak kullanıcının daha fazla etkili olabildiği modern sosyal medyanın tarihçesi ise 1997 yılında SixDegrees ile başlar. SixDegrees ile kullanıcılar profil oluşturmaya başlamışlar ve arkadaşlıklar oluşturmuşlardır. Uygulama kısa sürede popülerleşmiş ve 2000 yılında 125 milyon dolara satılmıştır.

İlk sosyal ağ örneğini Ward Christensen ve Randy Suess arkadaşlarıyla bilgi alışverişinde bulunmak, onlarla iletişimde kalmak amacıyla 1978 yılında Bulletin Board Services (BBS) adlı bir yazılımla hayata geçirmişlerdir. Kişilerin "giriş yapmak" ve bu sayede diğer insanlarla iletişim kurabildikleri bu sistem ilk sosyal ağ örneği olmuştur. BBS, kullanıcılara mesaj bırakma, mesaj okuma, dosya transferi yapmak ve oyun oynamak gibi aktivitileri oturum açma yoluyla birbirleri ile iletişime geçerek yapmalarına imkan sağlayan bir sistemdir. Günümüzdeki forumların temelini ise 1979 yılında Duke Üniversitesi'nden Tom Turscott ve Jim Ellis herkese açık ve kullanıcıların mesajlarını yayınlayabileceği internet tabanlı bir sistem olan "User's Network (Usenet)"

---

[80] Aslı Yağmurlu, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya", **Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi,** cilt. 7, sayı. 1, 2011, s. 5- 15

[81] Jin, Seung, A Annie, Joe, Phua "Following Celebrities' Tweets About Brands: The Impact of Twitter-Based Electronic Word-of-Mouth on Consumers' Source Credibility Perception, Buying Intention, and Social Identification With Celebrities", **Journal of Advertising, American Academy of Advertising**,2014,

adlı bir sistem geliştirerek atmışlardır. Hala bazı forum siteleri tarafından "Usenet" internet tabanlı iletişim Arpanet, Listserve ve BBS sistemleri ile desteklenmiştir.

Sosyal medya temeli iletişime dayanmaktadır. Ancak iletişim odaklı oluşu itibari ile rağmen, telefon, telgraf ve cep telefonu icatlarını sosyal medyanın başlangıç noktası olarak nitelendirmek doğru değildir. Bunu sebebi; sosyal medyanın temelinde iletişim olsa dahi, sosyal medya bireysel iletişimi değil, kitlesel iletişimi esas almakta ve farklı düşünceleri bir araya toplayan bir rol oynamaktadır. İnternetin icadı iletişimin kitlelere ulaşması başlamış ve ardından Microsoft'un kişisel bilgisayarları piyasaya sürerek yaygınlaştırması ile daha fazla insan internete yönelmiştir.

2003 yılından sonra sosyal medyaya ilginin artması sonucunda önemli sayıda uygulama ağda kullanılmaya başlamıştır. Bunlar arasında 2003 yılında Couchsurfing, Myspace, LastFm, Tribe.net, Plaxo, Linkedln, HI5, Photobucket, Second Life, DeLicio.us, 2004 yılında Flickr, Orkut, Dogster, Multiply, Mixi, Dodgeball, Piczo, Care2, Ning, Catster, Digg, BiggerPockets, Hyves, ASmallWorld, 2005 yılında Yahoo!360, Youtube, Cyworld, Xang, Bebo, Reddit, 2006 yılında Mychurch, Twitter, Stylehive, Fabulously40 dikkati çekmektedir. Günümüzde en fazla kullanılan sosyal sosyal ağ olan Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve oda arkadaşlarınca Harvard Üniversitesi bünyesinde kurulmuştur. Üniversite camiasında kalan bu uygulama 2006 yılında geniş kitlelerin kullandığı şimdiki haline gelmiştir. Fcaebook'u diğerlerinden farklı kılan özellikler, basit grafiklerin kullanılması, okunması kolay ve hızlı teknolojik özelliklere bir site olmasıdır (Strauss, El-Ansary, ve Frost, 2003: 1). Yine aynı dönemde ortaya çıkan uygulamalardan olan Twitter ise, daha kısa cümlelerle iletişimin kurulduğu (Twit'ler), daha çok gençlere, sinema ve müzik camiasının ünlülerine hitap etmesi dolayısıyla ün kazanmıştır. Bu tarihten sonra 2007'de FriendFeed, GlobalGrind, Tumblr, Osmosus, 2008'de Ping.Fm, Kontain, 2009'da NetLog, Posterous, 2010'da ise Google Buzz ile Sportpost popüler uygulamalar olmuşlardır.

2.1.5. Türkiye'de Sosyal Medya

İnternete bağlanılabilirlik, 2014 yılına kıyasla 2015 yılında 525 milyon artış göstererek yaklaşık olarak 3 milyar kişi internete bağlanabilir duruma gelmiştir. Türkiye genelinde ise 37,7 milyon aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır. Buna göre 76.7 milyonluk nüfusun olduğu Türkiye'de aktif internet kullanıcı oranının %49 olduğu görülmektedir.40 milyon aktif sosyal medya hesabı bulunan Türkiye'de sosyal medya hesaplarının oranının ise %52 olduğu görülmektedir[82].

Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının en çok kullandığı mobil uygulamalar incelendiğinde; Facebook %58, Google Maps %51, Youtube %48, Whatsapp %46, Messenger %42, Twitter %36, Google %33, Instagram %32, Flipboard %26 ve Skype %26 oranında kullanılmaktadır. Türkiye'de sosyal medya kullanım amaçları kapsamında 16 yaş ve üzeri kişiler baz alınarak elde edilen verilere göre tüm sosyal medya kullanıcılarının %81'i gerçek hayatta tanıdığı kişileri takip etmek amacı ile, %52'si beğendikleri markaları takip etmek amacı ile, %35'i oyuncuları takip etmek amacı ile, %30'u spor yıldızlarını takip etmek amacı ile ve %45'i ise satın almayı düşündükleri markaları takip etmek amacı ile sosyal medya kullanmaktadır.Sosyal medya kullanıcılarının mobil alışveriş aktiviteleri incelendiğinde ise, kullanıcıların %36'sı çevrimiçi ürün satın almak, %33'ü online hizmet satın almak, %28'i fırsat sitelerinden alışveriş yapmak ve %22'si ürün satmak amacı ile sosyal medya kullanmaktadır[83].

Türkiye'de sosyal medya kullanıcı profili incelendiğinde; sosyal medya kullanıcılarının %58'ini erkekler oluştururken, %42'sini kadınlar oluşturmaktadır. Ayrıca sosyal kullanıcıların %40'ını 15 ve 24 yaşları arasında, %29'unu 25 ve 30 yaşları arasında, %15'ini 35 ve 40 yaşları arasında, %10'unu 45 ve 54 yaşları arasında ve %6'sını ise 55 ve üzeri yaşlarda kişiler oluşturmaktadır. Marka sadakatinde sosyal medyanın rolü incelendiğinde; marka tercihinde markanın sosyal medya sayfalarını ziyaret etme oranının %31 seviyesinde olduğu görülmektedir. Marka sadakatinde

[82] WeAreSocial – Digital, Social & Mobile in 2015.
[83] WeAreSocial – Digital, Social & Mobile in 2015.

internetteki diğer mecralar içerisinde en etkili araçlardan birinin sosyal medya olduğu söylenebilir[84].

2.2.Sosyal Medya ve Toplum

2.2.1.Bilgi Toplumu

Bilgi toplumu, döneme adını veren bilginin her alanda belirleyici olmasıdır. Bilgi toplumu, toplumun örgütlenmesi, üretim ve diğer yapısal süreçlerde bilginin yer almasıdır. Bazı çalışmalarda bilgi toplumu yerine enformasyon toplumu ifadesi kullanılmaktadır. Başka bazı çalışmalarda ise bu iki kavram birbiri yerine kullanılarak dönemselleştirme yapılmaktadır. İlk gruptakilerin enformasyon ifadesini kullanmalarında, dönemin bilgi yerine enforme edilen toplumdan oluşmasına vurgu yapılmaktadır.

Bilgi ve enformasyon birbirinden farklı kavramlardır. Bilgi, temel gerçeklerle bütünleşen, organize olabilen ve çerçevelenerek hayatla yoğun bir şekilde ilişki içinde olmayı gerektiren bir etkinliktir. Bu iki kavramın farklı olmasına dair şu örnek yeterli olabilir, eski telefon rehberleri data ile doludur, ancak tek bir düşünce içermezler. Bu yüzden bilgi ile enformasyon farklıdır. Çünkü ilişkiler ve fikirler olmadan bilginin yapılanmasından bahsedilemez[85].

Endüstri toplumunun üretim biçimini, işçi ve diğer sınıfın emeği ve bunlara karşı sermayedarların üretim araçlarından oluşmaktadır. Yer altı ve yer üstü kaynakların işlenmesi temel enerji kaynağıdır. Seri üretim, stoklama ve sonrasında pazarlama ile endüstri döneminin ekonomisi kapitalizmdir. Bilgi toplumunda ekonomi kapitalizm ötesi ile bilgi kaynağına doğru dönüşmektedir. Zenginliği oluşturan esas faaliyetler sanayinin ötesine geçerek, bilgi ve kullanımına yönelmiştir. Endüstriyel üretim tarzı, yerini hizmet sektörlerine bırakmaktadır. Böylelikle ekonomik değerler sürekli olarak

[84] WeAreSocial – Digital, Social & Mobile in 2015
[85] Sheldon Ungar, "Misplaced Metaphor: A Critical Analysis of the Knowledge Society". **The Canadian Review of Sociology and Antropology** , *3* (40), 2003, s.331-347.

verimle ve yeniliklerle oluşturulmaktadır. Bu yeni durum, bilginin ekonomiye uyarlanması ile ortaya çıkmaktadır[86].

Ekonomideki bu dönüşüm beraberinde diğer alanları siyaset, sosyal, sağlık ve iletişim- etkileyip küreselleşme olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Hayatın her alanındaki veriler, alınan kararlar, değerler, kültürler ve yeni üretimler kürede dolaşıma girerek, adeta form değiştirip akışkanlaşmaktadır. Küreselleşmenin yaşandığına veya küreselleşmenin olmadığına dair tartışmalar olsa da artık küre etrafındaki mobilizasyon bir gerçekliktir. Küreselleşmenin, katı, sıvı ve gaz metaforu ile ilişkilendirilerek anlatımı, anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu metafora göre modernlik öncesi geleneksel dönemler katı formu oluşturmaktadır. Geleneksel yaşamda insanlar yaşadıkları coğrafyaya bağlıdırlar. Dolayısıyla insanlarla ilişkili olan diğer her şeyde genellikle sabit ve bütün olarak konumunu korumaktaydı. Bu durum katı formu oluşturmaktadır. Modern yaşamla birlikte parçalanmışlıklar başlamaktadır. Çekirdek aile, banknotlar, ulus devletler, sağlık sorunları vb. alanlarda yapısal dönüşümler katı yapıyı parçalamıştır. Modernliğin yaygınlaştığı ve sonrasını oluşturduğu dönemlerde ise geçirgenlikler iyice artarak sıvı forma geçiş başlamıştır. Küreselleşme ile iyice akışkan hale gelen tüm sektörler bir zaman sonra gaz formuna dönüşecektir[87].

Küreselleşme ile hayatlar, insan ilişkileri de akışkanlaşmıştır. Modernlik sonrası süreçlerle ve küreselleşme etkisi ile insanlar arasındaki bağların zayıflamasını, artan kırılganlıkları ve güvensizlik ortamını, Bireyselleşmiş Toplum (2011), Akışkan Aşk (2013) gibi kitaplarında oldukça geniş bir biçimde işlemiştir[88].

Yıldırım, E. (2007) küreselleşmiş dünyada bilgi ve bilgi formlarının tüm hayatı kapsaması sonucu bilgininde metalaştığını bildirir. Önceleri bir değer taşıyan bilgi, küresel dünyada meta haline gelerek, tüm toplumsal ilişkiler ve yapı bilgi ile biçimlenecektir. Toplumun katmanlaşması, üretim etkinliği (işçi-patron) bilgi üzerine yeniden biçimlenmiş ve bilgiye sahip, bilgiyi eline alan yeni sınıfsal düzeni ortaya çıkarmıştır. Bu bilgi ekonomisi büyük ölçüde bilgi ile ilgili çalışanlardan oluşmaktadır. Bilgi işçisi olarak geçen bu kesim, akademisyenler, doktorlar, hukukçular,

[86]Peter F. Drucker, **Kapitalist Ötesi Toplum**. İstanbul: İnkılap Kitabevi. 1993, s.18
[87]George Ritzer, **Küresel Dünya**. (M. Pekdemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 2011, s.19-52
[88]Ergün Yıldırım, **Bilginin Sosyolojisi**. Bursa: Ekin Yayınevi, s.142-150.

muhasebeciler gibi elit tabaka olmakla birlikte bilgi teknolojisine uyarlanarak çalışan meslek sahiplerini de ifade etmektedir.

Modern dönemlerdeki teknolojinin sürekli yenilenmesi, yaygınlaşması bilginin kürede dolaşımını kolaylaştırmıştır. Bu yeni süreci destekleyen tüm araçlar küreselleşme olgusunu desteklediği gibi bilgi toplumu olarak nitelendirilecek dönemin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Böylelikle kolaylaşan bilgiye erişimle enformasyon akışı son derece hızlanacaktır. Bu durumu sağlayan iki önemli somut gelişme bilgisayar ve uydu teknolojileridir. Bilgisayar ile önemli büyüklükteki verilerin saklanması ve işlenmesi kolaylaşmıştır. Bilgisayar teknolojisinin gelişmesine göre de zamanla veri işleme hızı artmış ve daha fazla özelliklere ulaşmıştır. Bilgisayarlar ve teknolojilerinin gelişmesine paralel bilgisayarlar arası bağlantılar kurulmaya çalışılacaktır. Oluşturulan bu ağ yapılarını ülkeler ve kıtalar arasına taşımak için gerekli kablolama sistemi olarak fiber optik teknolojisi geliştirilecektir.

Uydu teknolojisi ise kitle iletişiminin daha fazla küreselleşmesini sağlamış ve kablolamayı daha az gerekli kılmıştır. Başlarda radyo, televizyon ve telefon yayınlarının analog aktarımı ile başlayan uydu teknolojisine sonradan veri transferleri de eklenecektir. Böylelikle bilgiye sahip olan güç dengesi değişecektir. Ulusal ekonomi, milli egemenlik gibi modern zamanların kavramları dönüşmüştür. Bu durum özellikle uydu ve teknoloji şirketleri ile bilginin devletten, bireye doğru yön değiştirmesiyle ortaya çıkmıştır[89]. Veri transferi bilgisayarın uygu teknolojisine entegre olması ile sağlanmıştır. Böylelikle uydu teknolojisi de kendi içinde yenilenerek tüm veri aktarımı (radyo, tv ve data) ile dijital döneme geçmiştir. Uydu üzerindeki dijital işleyiş beraberinde kalite ve veri güvenliğini pekiştirmiştir. Uydu ve bilgisayar teknolojilerinin birlikteliği ile yerel ve uluslararası ağların kürede yaygınlaşması artırmıştır.

Genel olarak uydu teknolojisinin ve özelde de bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla beraber, dünyanın düzleşmesi metaforu ortaya çıkmıştır. Dünyanın düzleştiğine gerekçe olarak, yeryüzündeki bütün bilgi merkezlerinin uydular aracılığı ile küresel şebekeye bağlandığı gösterilmektedir. Bu küresel şebekede internet teknolojisi ile ortaya çıkan teknolojik ağlara dönüşen toplumun her bir ferdini arama motorları

[89] Walter Wriston, **Ulusal Egemenliğin Sonu**. İstanbul: Cep Kitapları. 2002, s.108.

marifeti ile şeffaflaştırarak erişilebilir kılmaya çalışacaktır[90]. Ayrıca sosyal boyutta böylesi gelişmiş bir elektronik teknolojinin içerisinde doğan bireyler kendinden öncekilere göre bu teknolojiye daha yatkın olmaktadır. Kuşaklar arası teknoloji etkileşimi farklılaşmaktadır. Yeni kuşakların yeni teknolojilerle daha fazla birlikte olmalarından dolayı, toplumsallaşmaları da farklılaşabilmektedir.

2.2.2. Sosyal Medya Ve Gözetim Toplumu

Bugün hukuk devletinin toplumsal kontrolünün yerini büyük ölçüde ortam kontrolü almaktadır. Tara Taubman'ın da ifade ettiği gibi ifade ve protesto özgürlüğü yeni teknolojiler ile büyük bir tehdit altındadır. İran'daki Yeşil Devrim sırasında, internette paylaşılan resim ve videolardan göstericileri teşhis edecek web sitesi uygulamaları geliştirenler, İran rejimi tarafından ödüllendirilmiştir. Londra'daki gösteriler sırasında tanımlayıcı veri, Rim şirketinin ürettiği Blackberry telefonlara ait ağ ile toplanmış ve yüz tanıma programları ile teşhis edilen göstericiler tutuklanmış ve demokratik olmayan yöntemlerle şiddetli şekilde mahkum edilmişlerdir. Feodal ve monarşik iktidar için, ulus-devlet için ulaşım ve haberleşmenin hızlanması, dağınık insan topluluklarına hükmedilmesini kolaylaştırmıştır. Burada, özgürleştirici gücü için göklere çıkarılan bilişim, kendine özgü sorunların saptanmasıyla (fişleme, pornografi) rahatlıkla bir kaygı, gözetleme ve sapkınlık toplumunun bütüncül eleştirisinin kaynağı durumuna gelebilir. Marshall McLuhan'ın "Global Köy" ifadesi dönüşüme uğramış, "Global Gözetim Toplumu" halini almaktadır. Gerek devletler gerekse de küresel ekonomik gücün gözetimi yine küresel ekonominin, tüketiciye getirdiği dayatmalar sonucu sosyal medya bu gözetimin aracı haline gelmiş, ancak bu gözetime karşı olarak da ilginçtir ki sosyalleşen global toplum, karşı çıkışının organizasyonunu yine sosyal medya üzerinden gerçekleştirmektedir. Arap Baharı ve arkasından başlayan metropol şehirlerdeki gösteriler bu karşı çıkışa en büyük örnektir. Gözeten ile gözetilen, global sosyalleşme çerçevesinde teknolojik imkanlarla rol değiştirebilmektedirler[91].

Küreselleşmenin hız kazanması ve kapitalizmin koşut olarak yeniden yapılanması sürecinde yeni iletişim teknolojilerinin ekonomik, siyasal ve kültürel

[90] Thomas Friedman, **Dünya Düzdür**. (L. Cinemre, Çev.) İstanbul: Boyner Yayınları. 2006, s.18
[91] Arif Yıldırım, **Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması**, Kara Tolga ve Ebru Özgen. (Ed.) Sosyal Medya Akademi içinde. İstanbul: Beta Basım Yayım, 2012. s.263-264.

alanları etkisi altına aldığını görülmektedir. İnternetin hem yeni bir kültürel mekân, özgürlük alanı, hem de ekonomik bir pazar olarak ortaya çıkmasının yeni küresel değerlerin, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma girmesine imkân sağladığını ifade edilmektedir. İnternetin kültürel alanda oynadığı bu rol, bir yandan yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin oluşmasını olanaklı kılarken, bir yandan da homojenleşmiş küresel bir kültürün inşasına sebep olmaktadır. İnternet iletişimi, bireyselleştirilmiş yaşam tarzlarının ve çeşitli biçimlerde eşit katılım yoluyla bilgi hiyerarşisinin yapısı için kamu ve özel alan arasındaki ilişkiyi yeniden yapılandırma adına önemli bir potansiyele sahiptir[92].

2.2.3. Ağ Toplumu

Sosyolojide ağ (network), toplumsal ağ (social network), gibi ağ tanımlamaları doğrudan teknoloji ve gündelik yaşamın teknolojik iletişim araçları üzerinden yapılmamıştır. Sosyolojide yer alan ve öncelikli anlaşılması gereken, ailenin dışında ortaya çıkan ilk toplumsal birlikteliklerden itibaren olması beklenen bir toplumsal ağ anlayışı vardır[93].

Bir veya daha fazla toplumsal ilişki ile bağlanarak ortaya çıkan bir yapılanmadan bahseder. Ağ veya toplumsal ağ bu şekilde toplumsal bağlantılarla ortaya çıkan birey ve yapılara gönderme yapmak için kullanılmaktadır. Bu ilişki bağlarını oluşturanlar arasında akrabalık, iletişim, arkadaşlık, otorite ve cinsel ilişkiler sayılmaktadır. Grafik olarak da ifadelendirilebilmektedir. Bireyler birer nokta, bağlantılar ise birer doğru biçiminde temsil edilirse grafik ortaya çıkacaktır.

McLuhan bu son dönemde iletişim kanallarının elektronikleşmesini anlatmaya çalışır. Fakat artık elektronik çağda kendi içerisinde dönemselleştirilebilmektedir. Elektronik çağdaki bilgisayar yoğun yaşam, hayatın her alanında belirleyici olmuştur. Öyle ki kişisel ilişkiler üzerinden kurulan sosyal ağlar, bilgisayar teknolojisi ile birlikte gelişen ağ teknolojileri üzerinden yapılır hale gelmiştir. Yukarıda geçen anlamdaki ağ tanımlamasının üzerine bilgisayarlaşma ile birlikte yeni iletişim kanalları sayesinde

[92] Koçak,a.g.e..s.65.
[93] G.Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**. (O. Akınhay, ve D. Kömürcü, Çev.) 1999. s.4

kurulan ilişkiler ve sosyal ağların eklenmesi ile ağ toplumu tanımlamaları ortaya çıkmaya başlamaktadır. Ağ toplumu kavramsallaştırmasını popüler kılan önemli isimlerden birisi Manuel Castells'dir. Teknoloji, toplum ve tarihsel değişimi açıklamak için kullandığı metodolojide başlangıç noktası olarak enformasyon teknolojisi 12 devrimini almaktadır[94]. Bu tercihinde yeni toplumsal biçimler ve süreçlerin teknolojik değişimin bir sonucu olarak ele almayı kabul etmez. Ona göre toplumu teknoloji belirlemez, onu temsil eder. Buna karşılık toplum, teknolojik yenilikleri belirlemez ama kullanır. Bu değerlendirmesini şuna bağlar; bilimsel keşif, teknolojik yenilik ve bunların toplumsal uygulanma süreçlerine bireysel yaratıcılık ve girişimcilik de dahil bir çok etkenin dahil olduğunu düşünür ve sonuç olarak karmaşık bir etkileşim sürecine bağlıdır.

Castells yukarıdaki yaklaşımıyla ağ yapılarının yeni ve birden bire ortaya çıkan durumlar olmadığını, birçok sosyolojik etkiyle birlikte toplumsal yaşamda var olan insanların bağ kurma ve örgütlenme biçimleri ile enformasyon teknolojilerinin birleşmesi sonucu yeni biçimini almıştır. Böylelikle ağlar adem-i merkezi bir yapıyla gerçek zamanda karar verme, geri bildirimde bulunma yeteneğine kavuştular ve çok yönlü, interaktif olabildiler. Yeni enformasyon teknolojileri ile birlikte, ağ teknolojilerinin kullanıma girmesi ağların koordine olma gücünü katlamıştır[95].

Castells, (2013) kendisinden önce yapılan teknolojik paradigmaları geliştirerek enformasyon teknolojisi paradigmasının beş özelliğini sıralar. Bunlar;

1-yeni paradigmanın hammaddesinin enformasyon olmasıdır,

2-yeni teknolojilerin etkilerinin yayılım,

3-enformasyon teknolojilerini kullan sitemin ağ kurma mantığı,

4-esneklik (bu özellik ağlaşma ile doğrudan ilgili),

5- belli teknolojilerin son derece bütünleşmiş bir sisteme dönüşümünün giderek yaygınlaşmasıdır. Enformasyon teknolojisinin merkezin oluşturan bu beş özellik,

[94] Manuel Castells, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür (Cilt 1, Ağ Toplumunun Yükselişi). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013a, s.5-6.
[95] Manuel Castells, **Ağda Küreselleşme, Kimlik ve Toplum-Calhoun, Lyon ve Touraine'e Cevap**. M. Armağan içinde, *Küresel Kuşatma Karşısında İnsan* (Ş.Yalçın, Çev.,). İstanbul: Ufuk Kitapları, 2004. s. 107-139.

birlikte ele alındıklarında hepsi birden ağ toplumunun maddi temellerini oluşturacaklardır[96].

Castells (2013) göre ağ toplumu yapılanması küreselleşme ve enformasyonalizmin etkisiyle birlikte ilk olarak yeni ekonomik yapıda görülmeye başlamıştır. Finansal pazarın ortaya çıkması, ulus ötesi üretim ilişkilerin yoğunlaşması ile ekonomide ağlaşma görülecektir. Ekonomideki bu ağ yapıları enformasyon teknolojisi sayesinde toplumsal yapıda görülmeye başlanacaktır. Ortaya çıkan ağ toplumunda bireyler gündelik yaşamlarındaki sosyalliklerini bu ağ sistemine taşıyacaklardır.

Bilişim teknolojilerinin gelişmesi durmaksızın devam etmektedir. Bu gelişim, özelliklerinin artması, fiziksel olarak küçülmesi ve başka mobil cihazlara doğru dönüşmesi şeklinde devam etmektedir. Bilgisayarlaşma ilk kişisel bilgisayarın kullanıma sunulmasından sonra sürekli artan seyirde devam etmiştir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle bilgi toplumu yine kendi içindeki teknolojik dönüşümlerle daha farklı bir dönemselleştirme ile ifade edilmeye başlanmıştır. Bilgisayarlaşma, beraberinde birbirine bağlanma özelliğini yani ağ teknolojilerini geliştirmiştir.

Bilişim teknolojilerinin hızlı gelişimi dolayısıyla ağ teknolojileri de iyice yaygınlaşmıştır. Gelişen bu ağ teknolojisi şu anda internet olarak ifade edilmektedir. İnternet olarak ifade edilen bu ağ teknolojisi, artık durdurulamayan, engellenemeyen, kürenin en büyük networku haline gelmiştir. Ortaya çıkan bu ağ sisteminin elbette ağ toplumu kavramsallaştırması ile artık dolaylı da olsa bir ilgisi vardır. Tarihte, küre etrafında bu denli bir bağlantılı olma durumu daha önce görülmemiştir. Küreselleşmeye yeni formlar kazandıran bu durum, katı, sıvı ve gaz metaforunda gaz boyutunu öne çıkarmaktadır. Uzamı olan (uzaklık, mekan, para, zaman, bilgi vb.) veya olmayan her şey gaz formunda temsil edilebilecek düzeye dönüşmüştür. Evlerde ve iş yerlerinde var olan bilgisayarlar aracılığı ile ağ toplumu olma durumu yaygınlaşmıştır. Evler ve iş yerleri küresel etkilere daha fazla açık hale gelmiştir. Mobil cihazlar üzerinden internet erişimleri, küreselleşme boyutunu ve kapsamını daha da arttırmıştır. İnternet erişiminin kolaylaşması ve ucuzlaması, bireyin hayatında hep var olmasına dönük bir hedef olarak görülebilir.

---

[96] Manuel Castells, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür** (Cilt 1, Ağ Toplumunun Yükselişi). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları. 2013a, s.88-91

Toplumların örgütlenme, üretme, tüketim, ve toplumsallaşma gibi varolmasına dair geliştirdiği stratejileri, onları tanımlamada kullanılacak veriyi sağlayacaktır. İnternetin yaygınlaşması ile insanların birliktelikler kurarak ağ oluşturma özellikleri bir araya gelince ağ toplumu yapılanmasını ortaya çıkarmıştır. Bireylerin gündelik yaşamındaki her aşamasında var olan internet, yeryüzünde bu güne kadar görülmemiş bir şekilde ağa dahil olmalarını ve ağda kalmalarını sağlamıştır. Ağa bağlanma, ağda kalma durumu online olma olarak tanımlanmaktadır. Yani çevrim içi olma. İnsanlar sürekli çevrim içi kalarak toplumsallaşma ve örgütlenmeye dair yeni pratikler geliştirmektedirler. İnternet iletişim ortamı olarak düşünüldüğünde çok kolay ve ucuz maliyetlerle oldukça fazla insanla haberleşme ve paylaşma imkânını sunmaktadır. Bu mecra Mattelart'ın belirttiği gibi diğer iletişim ortamları gibi bireyin çevresini ve dolaşımını sürekli genişletir ve tekil toplumların gittikçe daha büyük bütünlere katılmasını sağlamış; maddi ve düşünsel sınırları sürekli zorlamıştır[97].

İnternet artık sadece iletişim ortamı sunmanın çok ötesine geçmiştir. Toplumsallaşma ve örgütlenme pratikleri daha önce sayılmıştı. Ayrıca çevrim içi olarak gündelik yaşamını ağa aktarmasıyla gündelik ihtiyaçlarını ağ üzerinden neredeyse tamamını karşılayabilecek bir ortama dönüştürmüştür. Eğitim, alışveriş, bankacılık ve diğer ağ üzerinden yapılabilen tüm uygulamalar bunların örneğidir. İletişim ve ağlara dâhil olma maddi olarak kolaylaştıkça birey daha kalabalık ortamlara dâhil oluyormuş gibi gözükse de aslında ev veya iş ortamında fiziki olarak daha da yalnızlaşmaktadır.

Bireyin yalnızlığı yaşadığı reel dünyada var olanlarla ilişkisini minimize etmesi ile ortay çıkmaktadır. İlişki ağlarını adeta kendisine dayatılan süreçler içerisinde kurmaya çalışan birey kendi gerçeklik dünyasını da inşa etmeye başlamaktadır. Baudrillard'ın (2011) özellikle televizyon üzerinden var olan gerçekliğin üzerine kurgulanan hipergerçeklik inşa edilmesi durumunun bu süreçte adeta geliştirerek hipergerçekliğin üretildiği mecrayı dönüştürdüğü söylenebilir. Televizyonun yerini, ağ toplumunda oluşturulan sosyal ağlar almaya uygundur. Baudrillard'a göre anlamda dönüşmektedir. Anlamın dönüşümü kitle iletişim araçları ile birlikte toplumsallaşma süreçlerinde ortaya çıkmaktadır. Toplumsallaşmanın kitle iletişim araçlarının gönderdiği mesajlarla ilgilenme düzeyiyle doğru orantılı olarak ölçüldüğünü

[97] Armand Mattelart, **İletişimin Dünyalaşması**. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları. 2001**.** s.178

düşünmektedir. Bu noktada Baudrillard'ın bu düşüncesini sosyal ağlar, sosyal medya siteleri üzerinden okumak gerekecektir[98].

Yalnızlaşan bireyin yeni ağ ortamlarında kendi medyasını oluşturması, takipçi sayısının durumu, paylaşımlarının retweet edilmesi veya paylaşımlarının beğeni sayısı bu durumunu kurumsallaştırmaktadır. Bireyin bu üretimleri, modern zamanlardaki kültür endüstrisi eleştirilerinin çok daha ötesinde değerlendirmeler gerektirdiğini saptamak yerinde olacaktır.

2.2.4.Sosyal medya ve ağlarda grup oluşumu

İnternet'in yaygınlaşması ve yeni teknolojilerin kullanımıyla birlikte iletişim disiplini ve geleneksel anlamdaki medya kavramı köklü bir değişim geçirmektedir. Bu yeni teknolojiler bir taraftan da kitle iletişimi süreçlerinin doğasını da değiştirmiştir. Kitle iletişiminin geleneksel araçları olan televizyon ve radyo gibi geniş, heterojen ve kimliği belirsiz dinleyici kitlelerine hitap etme biçimi, geri bildirim almanın çok daha kolay ve kesin olduğu yöntemlere doğru kaymaya başlamıştır. Bu durum bireysel tepkinin öneminin artmasına bağlanabilir. Başka bir deyişle, tek yönlü iletişim yerini, zaman içerisinde interaktif ve ölçülebilir süreçlere bırakmaya başlamıştır[99]. Sosyal ağlarda aslında işin özü sanal bir "cemaat" oluşturup bunlarla birlikte hareket etme, fikirleri paylaşma, yeni çözümler üretme ve benzeri çalışmalar yapmaktır[100].

Bir grubun iç iletişim kabiliyetini geliştirdiğinizde, yapabileceklerini değiştirirsiniz. Grubun bu güçle ne yaptığı bir başka tartışma konusudur. Dağınık grupları koordine etme gücü gelişmeye devam edecek; yeni sosyal araçlar hala icat ediliyor ve ne kadar önemsiz görünürlerse görünsünler, ortak farkındalığı ya da grup koordinasyonunu geliştiren her türlü araç, siyasi amaçlarla kullanılabilinmektedir; çünkü grup olarak hareket etme özgürlüğü, doğası gereği siyasidir. Leipzig'den Pekin'e, hatta Kahire'ye metin mesajının gittikçe daha sosyal ve gerçek zamanlı kullanımı,

[98] Jean Baudrillard, **Simülakrlar ve Simülasyon**. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları. 2011, s.117-118.
[99] Gülşah Gönenli, Pelin Hürmeriç, S**osyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı**, Sosyal Medya/Akademi,Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, İstanbul: Beta Yayınları. 2012, s.239.
[100] Erhan Akyazı, Deniz Ateş, **Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma**, Sosyal Medya Akademi, Beta, 2012, s.181.

olanaklarımızı artıran bu araçları benimsediğimizi ve araçlarımızı bu artışı geliştirmek için kullandığımızı göstermektedir. Elbette Facebook okuryazarlar arasında örgütlenme çalışmalarına bazı yaratıcı katkılar yapmıştır, ama önemli değildir[101].

Sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmalara etkisi sosyal medya, insanların arkadaş edindikleri, mesaj ve duygularını paylaştıkları platformlarken, sosyal medyaya olan ilginin artması, ünlülerin ve sanatçıların sosyal medyada yer almasıyla beraber politikacılar, bürokratlar, milletvekilleri ve bakanlar da bu platformu kullanmaya başlamıştır. Başta ABD olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde sosyal medya kamu kurumları tarafından kullanılmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerdeki bazı kamu kurumlarında sosyal medya kullanırken uyulması gereken kurallar listesi ve standartlar oluşturulmuştur[102].

Çağdaş demokrasilerde, kamu politikalarına etki eden unsurlardan biri de vatandaştır. Sosyal medya, politikacılar ile vatandaş arasındaki etkileşimi artırarak doğrudan kamu politikaları ile bir etkileşim haline girebilir. Bu açıdan özellikle bazı belirli sorunlar sosyal medya üzerinden politika yapıcılara doğrudan ulaşabilir, ek olarak sorunlar da kaynağından öğrenilebilinir.

Leavey (2013) yaptığı çalışmada vatandaşlardan gelen talepler politika yapıcılar tarafından ne kadar dikkate alındığını incelemiştir. Vatandaşlardan gelen bilgi ve taleplerin önemli olduğunu vurgulamıştır. Fakat güvenilirlik konusunda da bazı risklerin olduğunu eklemiştir. Leavey (2013) bilgi ve taleplere hızlı ve etkili biçimde ulaşmanın ve doğrudan kaynağından bu sorunları dinlemenin kamu politikası üretme açısından faydalı olduğunu söylemiştir[103].

2.3.Sosyal medya ve toplumsal hareketler

Sosyal medyanın yapısal özellikleri gündemin nasıl şekilleneceği üzerinde de etkili olmaktadır. Geleneksel medyanın kitleleri etkileme gücü ile birlikte, yeni medyanın doğuşuyla artık kitlelerin geleneksel medyayı etkileme sürecinden

[101] Vijay Prashad, **Arap Baharı, Libya Kışı**, İstanbul: Yordam Kitap, 2012, s.35.
[102] Volkan Göçoğlu, "Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi". (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü), Ankara,2014, s.67.
[103] Jason Leavey," Social Media and Public Policy: What Is The Evidence". Alliance for Useful Evidence, 2013, (çevrimiçi) http://www.alliance4usefulevidence.org/assets/Social-Media-and-Public-Policy.pdf. , (erişim tarihi: 02.02.2016)

bahsedilmektedir. Bu süreçte medya organları bilgiyi yaymakta, kitleler bu bilgileri tüketmektedir, ancak eskiye göre bu ilişki tek yönlü gelişmemekte, insanlar internet üzerinden, sosyal medya aracılığıyla, haberler ve içerikler hakkında kişisel yorumlarını paylaşabilmektedir ve böylece sosyal medya kendi paralel gündemini oluşturmaktadır. Sosyal medya gündemi geleneksel medyayla çoğu zaman aynı gündem etrafında şekillense de, kullanıcılara özgür bir ortam sunması nedeniyle, farklı bir gündem etrafında da şekillenebilmektedir[104]. Özellikle internetin hayatımızın her alanını kuşatmasıyla yeni bir medya olgusu oluşmuş ve geleneksel medyadan birçok yönüyle ayrılan bu medya sosyal (yeni) sıfatıyla anılmaya başlamıştır[105]. Geleneksel medyanın sosyal medyayı kendi gazetecilik pratiği içerisinde değerlendirmesi özellikle kriz zamanları, yerel bölgesel savaşlar, terör olayları, doğal afetler, büyük can kayıplarına neden olan kazalar gibi gelişmelerde daha büyük önem kazanmaktadır. Örneğin 2004 yılında Asya'daki tsunami, 2005 yılında Londra metrosundaki bombalamalar, 2009'daki İran başkanlık seçimleri, 2010 yılında başlayan Arap baharı ve 2013 yılında gerçekleşen Gezi olayları, hakkındaki haber bültenlerine düşen ilk görüntüler izleyicilerden gelen içeriklerden oluşmuş ve gündem belirlemede çok etkili olmuştur. Gazeteler Gezi Parkı protestolarını ilk bir kaç kez görmezden gelmeyi tercih ettiyseler de kitlelerin Twitter, Facebook ve Google Plus üzerinden yapılan destek talepleri ve organizasyonlar, protestoların çok kısa bir sürede büyümesine neden olmuş ve tüm Dünya'nın ilgisini çekmiştir. Olayların bu denli büyümesi sindirildiği düşünülen merkez medyanın sürpriz bir şekilde fabrika ayarlarına geri dönmesine yol açmıştır[106].

Özellikle sosyal ağlar sayesinde kullanıcılar hangi konuların konuşulacağına, neyin gündemi meşgul edip neyin etmeyeceğine kendileri karar verebilmektedir. Buda sosyal medyanın gücünü daha da arttırarak kişilere daha özgür bir ortamda fikirlerini söyleyebilme imkanı sunmaktadır. Bu sayede kullanıcılar kendi gündemlerini oluşturarak kitleleri etkilemektedir. Geleneksel medyada gündemin şekillenmesinde önemli rol oynayan eşik bekçilerinin sosyal medyadaki etkinliğinin azalması bu ortamlarda gündemin istenilen doğrultuda belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla bireylere geleneksel medyadan bağımsız bir ortam sunan sosyal medya, gündemin

[104] Murat Kahraman, **Sosyal Medya 101 2.0**, İstanbul: Mediacat, 2013, s.43.
[105] Yunus Ergen, **Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yeni Medya: Twıtter Gündemi Hakkında Karşılaştırmalı Bir Analiz** . Makale . İstanbul, 2014, s.43.
[106] Ercan. Türkmen, **Kitlelerin Sosyal Ağlar İle Aracılanmış Gündem Belirleme Gücü: Gezi Parkı Örneği** (Makale). İstanbul: Marmara Üniversitesi. 2013, s. 15.

şekillenmesini geleneksel medyanın tekelinden çıkarmaktadır. Özellikle ülkemizde (Gezi Olayları) ve dünyada (Arap Baharı) meydana gelen toplumsal hareketlerin başlamasında ve gelişmesinde önemli rol oynayan sosyal medya bireylerin kendi gündemini oluşturmasına ve ortak hareket etmesine olanak sağlamıştır.[107] .Bu açıdan değerlendirecek olursak sosyal medya gündemi kimi zaman geleneksel medya gündeminden beslenmekte, kimi zaman da kullanıcıların önem verdiği konular etrafında şekillenmektedir. Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda medya, yapısı gereği iki farklı alanı ayrılmıştır. İngiltere'nin eski başbakanlarından Gordon Brown'a göre "internet zamanı yönetmiyor, geniş kitleleri ortak davalara katabiliyor. Toplumun haber alma kaynaklarını geniş kitleleri ortak davalara katabiliyor. Toplumun haber alma kaynaklarını çeşitlendiriyor. Bu gelişmelerin yeni bir dış politika dinamiği yaratması kaçınılmaz. Sosyal medya çağında Ruan'daki gibi bir soykırımın olması mümkün değil! Sosyal medya özellikle Twitter kitleleri ortak davalarda birleştirecek kadar güçlü" diyerek sosyal medyanın gücüne dikkat çekmiş ve gündem üzerinde ne kadar etkili olduğunu vurgulamıştır.

2.3.2.Sosyal medya ve Arap Baharı

Tunus'ta başlayan olaylarda, ülkede ki sosyal adaletsizlik, işsizlik ve yoksulluktan bıkmış olan halk sokaklara dökülmüş bu durum kısa süre içinde İnternet ve sosyal medya platformlarını işgal etmiş oradan da merkez medya gündemine taşınarak dünya siyasetini meşgul etmiştir Benzer bir süreç de Mısır'da yaşanmıştır. Haziran 2010' da Khaled Said isimli 28 yaşındaki bilgisayar programcısının polislerin uyuşturucu satıcıları ile ilgili görüntülerini Youtube ve Facebook üzerinden yayması ve gözaltındayken polis tarafından öldürülmesiyle birlikte Mısır'da ki protestoların rolü ve gücü de artmıştır (Mısırlı sosyal medya kullanıcısı gençler Facebook'ta ''Hepimiz Khaled Said'iz'' isimli bir grup kurarak polis şiddetine karşı tepki göstermişlerdir. Mısır'daki Google'ın üst düzey yöneticilerinden Wael Ghonim'in Facebook'ta kurduğu 25 Ocak 2011'de Tahrir'de gerçekleşecek olan gösteriyi ilan eden sayfa çok kısa bir süre içinde 400 bine ulaşmıştı. Cezayir, Bahreyn, Suriye ve Fas'ta da protesto gösterileri için sayfalar açılmıştır. Kısa bir süre içinde de Mısır ve Tunus hükümetleri

[107] Murat Kahraman, **Sosyal Medya 101 2.0**, İstanbul: Mediacat, 2013, s.43.

düşmüştür[108]. Tunus ve Mısır'da sosyal medya kolektif eylem aracı yönünü ortaya koymuş ve ayaklanmaların büyük bir güce kavuşmasını sağlamıştır[109].

16 Ocak 2011'de Tunus başbakanı Zine al-Abidine Ben Ali'nin ülke dışına kaçmasıyla halkın zafer ilan ettiği görülmüştür. İsyan hareketlerinin Tunus'tan Mısır'a sıçraması ile birlikte, sosyal medyanın örgütlenme üzerindeki etkisini gören Mısır hükümeti Twitter kullanımını engellemiş, Facebook, Yahoo ve Google'a olan erişimi de büyük ölçüde azalttığı görülmüştür. 28 Ocak 2011'de de Mısır hükümeti' nin İnternet erişimi ve cep telefonu şebekelerinin kapattığı görülmüştür. Bu kesintilerin bir ülke ekonomisine ne kadar büyük zararlar verdiği bilinen bir gerçektir. OECD bu kesintiler sonucunda Mısır'ın zararının 90 milyon dolara ulaştığını açıklamıştır[110].

Tunus'da Bouazizi ve Mısır'da Khaled Said Arap Devrimleri'nin ikonlarıydı ve mevcut rejimin kurbanları olarak hayatlarının son bulması, özellikle sosyal medya kullanıcısı genç nüfusun bu mecralardaki aktivizmini de hızlandırmıştır[111].

Arap Baharı'nda mezhepsel farklılıkların kışkırtılması bir yana, yol açan sebeplerden ilki, Arap Baharı yaşanan ülkelerde son yıllarda giderek artan demokratikleşme isteği ve seçim sürecinin belirli bir takvime bağlı olarak düzenli yapılması arzusuydu. Diğer neden ise genç nüfusun eskimiş liderlere önceki kuşaklar gibi saygı duymamaları ve globalleşmeyle çoğalan imkânlar sayesinde dünyayla iletişimlerini arttırma istekleriydi. Protesto sırasında görüldüğü gibi gençler İnternet ve cep telefonu yoluyla haberleşmekte, bu protesto yoluyla da olsa siyasal katılımı güçlendirmekteydi. Böylece dünyayla iletişim kurmada etkin rol oynayan genç nüfus Arap Baharı'nda ön saflarda yer alıyordu[112].

Ayrıca Kuzey Afrika ve Ortadoğu'da ki Arap nüfusunun çoğunluğunun 30 yaşın altında olması, genç işsiz oranlarının yüzde 10, kimi yerlerde de yüzde 30'lara varan oranlarda yüksek bir oranda olması ayaklanmanın bir diğer önemli boyutunu oluşturuyordu. Teknolojik gelişmelerle uydu televizyonların, cep telefonlarının,

[108] Nur Özgen Erbay, **Sosyal Medyada Arap Baharı**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde İstanbul: Alfa Yayınları. 2012, ss. 147- 164.
[109] Paolo Gerbaudo, **Twitler ve Sokaklar**, Agora Kitaplığı.2014, s.12.
[110] Cihan Çildan, "Sosyal Medya'nın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü" Mustafa Ertemiz, H.Kaan Timuçin, Evren Küçük, Duygu Albayrak, Bilkent Üniversitesi Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri Bölümü, Ankara, 2011, s.49.
[111] Erbay, a.g.e., .s.155.
[112] Erbay, a.g.e., s.156.

Youtube, Facebook, Twitter'ın kullanım oranlarının son yıllarda bölgede ciddi bir artış göstermiş olduğu aşikardır. Ayrıca sosyal medyanın Tunus ve Mısır olaylarında ne yoğunlukta kullanıldığına bakılırsa ayaklanmanın başladığı 2010 yılı sonu ve 2011 yılı ilk çeyreğinde Facebook, Twitter ve mikroblogların kullanım oranlarında ki ciddi artış dikkat çekicidir. Bu süreçte sosyal medya mecraları ve İnternet protesto gösterilerinin örgütlenmesi, düzenlenmesi ve duyurulması için kullanılmış, aynı zamanda Youtube ve Podcastler de olaylara dair görüntülerin ve sesin yayılmasını sağlamak için etkili platformlar olmuşlardır. Bütün bunlar geleneksel medyaya da dağıtılmıştır[113].

Tunus, Libya ve Mısır'da gösteriler süresince yer yer yasaklanan İnternet ve sosyal medya araçları, yasağın kalkmasının ardından rekor seviyelere yükselmiştir. Dubai Siyasal Bilimler Okulu tarafından Mart 2011'de Mısır ve Tunus'ta Facebook kullanıcıları arasında yapılan araştırmada her iki ülkede de katılımcıların yüzde 31'i Facebook'u protestolar esnasında halkı bilinçlendirmek amacıyla kullanılan bir sosyal medya platformu olarak nitelemişlerdir. Araştırmaya katılan Mısır'daki katılımcıların yüzde 24'ü ve Tunus'ta ki Facebook kullanıcılarının yüzde 33'ü ise, gösterilerin yayılması amacıyla ve aynı zamanda bütün enformasyonu tüm dünyayla paylaşmak için Facebook'u kullandıklarını belirtmişlerdir. Tunus'taki aktivistlerin yüzde 22'si, Mısır'dakilerin ise yüzde 30'u örgütlenmek için bu mecraları kullandıklarını ifade etmişlerdir. Yüzde 15'ten daha az bir kısmı da eğlenmek veya sosyal gereksinimler amacıyla Facebook'u kullandıklarını belirtmektedirler[114].

Arap Baharı'nın kitlelere ulaşmasında sosyal medya araçlarının ne şekilde kullanıldığı önem kazanmıştır. Örneğin Tunus'taki ayaklanmalar geleneksel medya da yer almadan çok önce Twitter'da yayılmaya başlamış, uluslararası arenada yayın yapan Katar Doha merkezli El Cezir'e televizyonu da sosyal medya sitelerindeki paylaşımlardan yola çıkarak tüm gelişmeleri dünyaya duyurmuştur. Tunus'taki aktivistlerde sokaktan bilgi ve görüntüleri toplayıp, bu sayede protestoları örgütlemişler, iletişimlerini de Skype'den daha güvenilir gördükleri Mumble uygulamasıyla gerçekleştirmişlerdir. Mısır'da ise aktivistler uydu bağlantılı telefonlar ile yaşanan görüntüleri Tunus'a göndermişler, burada da görüntüler Facebook ve Twitter üzerinden paylaşılabilir hale geldikten sonra tüm dünyaya yayılmıştır. Özellikle polisin açtığı ateş

[113] Erbay,a.g.e. s.157.
[114] Burcu Kaya Erdem, "Yeni Dünya Düzeni'nin Rizomları: Araplar ve Sosyal Medya", Ed Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde (ss. 165- 187), İstanbul: Alfa Yayınları, 2012, s.179

sonucu yaralanan aktivistlerin görüntüleri Facebook ve Youtube üzerinden paylaşılmış, ardından gösterilerin daha da hızlı bir şekilde yayıldığı görülmüştür. Belirtmek gerekir ki, El Cezire televizyonunun süreçte ki önemi büyüktür. El Cezire televizyonunun diğer uluslar arası haber ağlarına göre esnek yapısı, kanalın içerik ve görüntü açısından zengin olan Facebook ve diğer sosyal medya ağlarını tercih etmesi, devrim de İnternet'in yanı sıra geleneksel medyanın gücünü de görünür kılmıştır [115].

2011 yılı Eylül ayında G-8 ülkeleri Arap Baharı'nı yaşayan ülkelerin özgür ve demokratik geçiş süreçlerine destek amacıyla, Dünya Bankası'nın 10 milyar 7 milyon dolar, Afrika Kalkınma Bankası'nın 7 milyar 6 milyon dolar ve İslam Kalkınma Bankası'nın 5 milyar dolar kredi vermesine karar vermiştir. Üstelik Arap coğrafyası yüzyıllardır Batı'nın ötekisi olarak görülmektedir[116]. Chomsky bu durumu şöyle özetlemektedir:

> *"Demokratik seçimler olursa darbe yap. Darbe yapacak ortam yoksa ortamı müsait hale getir, sonra başa bir diktatör geçir; eğer diktatör uluslararası para kurallarına uymazsa , ekonomik anlamda özgürleşmekten bahsederse, mazallah petrol ve diğer sosyal zenginlikleri paylaşmak istemezse halkı tekrar sokağa dök, ilk maddeye geri dön ve döngüye devam et",*[117]

2.3.2.1.Arap baharı oluşumu

Tunus'ta devrime giden sürecin oluşumu, polis memuru Fadiye Hamdi'nin tezgâhına tartaklayarak el koyan Tunuslu genç olan Muhammed Buazizi'nin 17 Aralık 2010'da kendisini yakarak, hastanede hayatını kaybetmesiyle başlamıştır. Buazizi'nin cenaze törenine katılan gruplar rejimi protesto etmiştir. Yapılan protesto gösterilerini bastırmakta yetersiz kalan Devlet Başkanı Zeynel Abidin, çıkan çatışmalarda birçok kişinin hayatını kaybetmesi üzerine 14 Ocak 2011'de Tunus'tan ayrılmak zorunda kalmıştır. Ülkede katı laikliğin mimarlarından olmasına rağmen garip bir şekilde Suudi Arabistan'a sığınmıştır.

Bin Ali'nin ülke dışına kaçmasıyla sonlanan süreç genellikle "Yasemin Devrimi" olarak adlandırılmıştır. "Yasemin Devrimi" ifadesi, henüz "Arap Baharı"

[115] Orhan Gökçe, Yeni Medya- Kamuoyu- Demokrasi, (Ed.) Edibe Sözen, *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz* içinde (ss.37- 54), İstanbul: Alfa Yayınları, 2012, s.44
[116] Erdem, a.g.e., s.173
[117] Erdem, a.g.e., s.174

tabirinin yaygın bir şekilde kullanılmadığı günlerde, kitlesel gösterilerin Mısır ve Libya gibi ülkelere yayılmasının akabinde bu ülkelerdeki sokak hareketlerini de kapsar şekilde kullanılmıştır[118].

Buazizi'nin kendini yakarak öldürmesi de "Arap Baharı" olarak bilinen sürecin ilk kıvılcımı olmuştur. Buna dayanarak Tunus'u "Arap Baharının beşiği" olarak nitelendirenler de olmuştur[119].

Muhammed Buazizi'nin kendisini yakması sonrası başlayan gösterilerde, "Göstericilere ateş açan polisin şiddet kullanmak yerine eylemcileri koruması gerektiğini" savunan Tunuslu blog yazarlarının "Polise karşılık olarak yasemin verelim" sloganıyla yola çıkarak, devrimi ülkelerinin bir anlamda sembolü olan "Yasemin çiçekleriyle" özdeşleştirmesiyle bu tanımlama benimsendi ve bu durum sosyal paylaşım ağlarına da bu haliyle yayıldı. Böylelikle de "Yasemin Devrimi" adı ortaya çıktı. Devrik Devlet Başbakanı Zeynel Abidin'in ülkeyi terk etmesi, devrim süreci diğer bir adıyla "Arap Baharı" olarak anılan Ortadoğu'daki mübadele sürecinin ilk olarak Tunus'ta başlamasına sebep olmuştur ve Tunus'ta bir geçiş dönemi yaşanmıştır[120]. Tunus'ta ilk kez 23 Ekim 2011'de genel seçimler yapıldı. Seçimlere başta birçok partinin ilgisi olmakla beraber seçmenlerin de büyük bir katılımı oldu.

Önceleri Fransa'nın sömürge ülkesi olan, daha sonrada uzun yıllar Habib Burgiba ve Zeynel Abidin Bin Ali tarafından idare edilen Tunus'ta halkın ilk kez yönetime katılma şansı tanınarak yapılan seçimlerde birinci En-Nahda seçildi[121].

23 Ekim'de geçekleştirilen seçimler, "Yeni Tunus"un hem iç siyasetinin hem de dış politikasının yapılandırılması için önemli bir adımdır. Halkın iradesinin devlet idaresine etki etmeye başladığı bu adımın hem Tunus hem Arap dünyası hem de Ortadoğu coğrafyası içerisinde yer alan dış aktörler üzerinde etkileri olacaktır. Bu yüzden Tunus seçimlerine sadece Tunus açısından değil, bölgesel açıdan da bakmak

---

[118] Konur Alp Koçak, Yasemin Devrimi'nden "Arap Baharı"na Tunus, **Yaşama Dergisi**, 2012,s.25.

[119](çevrimiçi) Mohamed El Dahshan "Tunisia stakes a claim." Foreign Policy Middle East Channel. http://transitions.foreignpolicy.com/posts /2012/05/21/tunisia_ stakes_a_claim. (Erişim Tarihi: 16.02.2016)

[120](çevrimiçi) Bed'il hamleti'l İntihabiyye fi Tunus li'htiyari cemiyyeti siyağati'd dustur, BBC Arabic http:// www.bbc.co.uk/arabic/middleeast/2011/10/110925_tunisia_election.shtml,(erişim tarihi: 11.01.2016),

[121]Eda Kılıç, vd., "Arap Dünyasında Entropi: Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'de Halk Ayaklanmaları", **İstanbul: Türkiye Uluslararası İlişkiler Çalışmaları Yakın Doğu Araştırmalar Merkezi** (TUİÇ-YADAM) Rapor No: 1, Ekim 2012, s. 11.

gerekmektedir. Örnek olarak; Devrim öncesi Tunus'ta yedi parti varken, devrim sonrasında parti sayısı 100 geçmiştir. Baharın demokrasiye geçişinde katalizör görevi üstlendiğinin göstergesidir. Bu dönemlerle birlikte "Arap Baharı" sürecinde yaşanan olaylar ve dış aktörlerin devrime ve "Yeni Tunus"a bakış açıları ve bu süreçte gösterdikleri davranışlar da ülkenin yeniden şekillenecek ilişkiler bağının tayininde belirleyici olacaktır. Arap coğrafyasında Tunus'ta başlayarak vuku bulan halk ayaklanmalarının nedenleri arasında, liderlerin ömür boyu iktidarda kalma mücadelesi, reformların geciktirilmesi, babadan oğula intikal eden iktidar temelli faktörleri saymak mümkündür. Bunun yanı sıra işsizlik, toplumsal haksızlık, idari ve ekonomik yolsuzluklar gibi toplumsal bozukluklarının giderilememesi ciddi sorunlar teşkil etmiştir. Son dönemde yabancı güçlerin; devletlerin ekonomik, siyasi ve toplumsal yaşamlarına dolaylı ya da dolaysız müdahil olmaları hasebiyle bu süreçte oynadıkları rollerini de ihtiva eden dış etkenler bulunmaktadır.[122]

Mısır'da Tahrir Meydanı'nı dolduran halkın, siyasi sistemde değişim, demokrasi talepleri etrafında gelişen olaylar Mısır'da geleceğe dair beklentilerin oldukça fazla olduğunun göstergesiydi. 25 Ocak 2011 itibariyle Mısır tarihi yeni bir kırılma noktasını kaydetmeye hazırlanırken, halk da bu süreci belirleyici aktör olmak için Tahrir'deki yerini almıştı. Mısır, Kifaye hareketi ve gençlik gruplarının örgütlenerek milyonları bir araya topladığı "Öfke günü" olarak isimlendirilen büyük bir gösteriye sahne olmuştu.[123]

25 Ocak devrimi, Mısır'da 2003 yılından bu yana belirli aralıklarla vuku bulan gösterilerden farklılık arz ediyordu. Tahrir bu kez "Amerika, İsrail, emperyalizm" karşıtı ifadeler ve ideolojik söylemler yerine, "ekmek, özgürlük, sosyal adalet, reform, demokrasi" sloganlarına sahne oluyordu. Mısır rejiminin uyguladığı tüm siyasi baskılara karşın, ülkede özellikle son on yıl içinde toplumsal muhalefetin sokaklara taşınmasına tanıklık edilmiştir. Yıllardır devam eden söz konusu kısıtlamalar ise halk arasında güçlü bir protesto kültürünün gelişmesine yol açmıştır.[124] Arap Baharı sürecinde Mısır'ın bu en güçlü siyasi hareketi olan Müslüman Kardeşler büyük bir siyasi vizyon sergileyerek kendisini olayların hem merkezinde hem de çevresinde konumlandırmıştır. Müslüman Kardeşler'in süreci güçlü yapısıyla kendi kontrolü altına

[122]Turan Kışlakçı**, Arap Baharı**, İstanbul: Mana Yayınları, 2001, s.98.
[123](çevrimiçi) http://carnegieendowment.org/2011/01/28/day-of-anger-new-protest-scene-in-egypt/fll, (erişim tarihi: 25.02.2016),
[124] Kılıç, vd., a.g.e, s.14.

alabileceği açıkken, farklı bir siyaset izleyen Müslüman Kardeşler bir yandan varlığını hissettirmiş bir yandan da olaylarda yüzde yüz rol alarak süreci kendi kontrolünde yönetmeyi başarmıştır. Böylelikle geçiş döneminde Mısır ordusuyla ters düşmemeye yönelik bir politika izlemiştir[125]

Arap coğrafyasında tezahür eden halk ayaklanmaları devam ettiği süre boyunca, dış ülkeler tarafından hem merakla hem de büyük bir tedirginlikle izlenmiştir. 2011 yılı öncesi Mübarek'in gitmesiyle Mısır'da başlayan demokratikleşme girişimlerini yakından takip eden aktörlerin başında ABD ve İsrail gelmektedir. Çünkü Mısır; Enver Sedat dönemiyle birlikte ABD'nin Ortadoğu'da ki en büyük müttefiki olmuştur.

Nihai itibariyle görülmektedir ki, Mısır'da yaşanan ayaklanmalar, demokrasiye geçiş hareketleri ile ilintili olarak ortaya çıkmakla birlikte, halkın siyasi ve ekonomik yaşama dâhil edilmeye yönelik istemleri ile de ilgilidir. Bu yöndeki istemlerin başarıya ulaşabilmesi ise; mutlaka salt siyasi değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal yaşamda söz konusu edilmesi gereken birçok değişimle amacına ulaşabilmiş olacaktır.

Mısır'dan sonra Arap Baharı Libya'da etkisini gösterdi. Libya rejim karşıtı avukat Fethi Terbil'in tutuklanması üzerine Bingazi polis merkezi önünde başlayan gösterilere polisin sert müdahalesi oluşturmuştur. Fethi Terbil'in bırakılmasını isteyen göstericilerin sayısı giderek artmış bunun üzerine yaşanan olaylara polis müdahalede bulunmuş ve bazı göstericiler yaralanmıştır[126]. Yönetimine karşı Ocak 2011'de başlayan ve daha çok ekonomik problemlerin dile getirildiği protestolar kısa sürede siyasi bir nitelik kazanmış ve 17 Şubat'ta düzenlenen "Öfke Günü" Libya'daki rejim karşıtı ayaklanmanın da dönüm noktası olmuştur. Kaddafi'nin yaptığı 24 milyar dolarlık yardım paketi gösterileri dindirmeye yetmedi[127]. Kaddafi'nin gitmesi ve reform talebi ile Bingazi'de başlayıp diğer şehirlere sıçrayan gösterilerin güvenlik güçleri tarafından şiddetle bastırılması ve sonrasında çıkan çatışmalar, bu ülkede değişim rüzgârını kısa sürede bir iç savaşa dönüştürmüştür. Ayrıca ülkedeki kabilelerin birbirlerine karşı tutumları süreci etkilemiştir[128].

---

[125] Kılıç, vd., a.g.e, s.14.
[126] Veysel Ayhan, Libya Savaşı, Uluslararası Etkileri ve Türkiye'nin Konumu, Nisan 2011, Cilt.3 sayı: 28, s.8-18.
[127] **Libya protest over housing enters its third day**", el-Ahram Gazetesi, 16 Ocak 2011.
[128] Kılıç, vd.a.g.e, s. 29.

Bu gelişmelerle başlayan Libya'da ki süreç Tunus ve Mısır'dan farklı bir seyir izlemiştir. Libya'daki durum özellikle Trablus merkezli Kaddafi güçleriyle, Bingazi merkezli muhalif güçler arasında bir iç savaş niteliği taşımıştır. Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyinde alınan kararlarla Muammer Kaddafi ve yakınlarına seyahat yasağı, mal varlıklarının dondurulması, Libya'ya yapılan silah ve mühimmat sevkiyatlarının durdurulması gibi çeşitli yaptırımlar uygulamaya konulmuştur[129].Yaptırımlar da ölümleri engellememiş ve sonucunda ülkeye operasyon düzenleme kararı verilmiştir. Operasyonları düzenleyen NATO, Libya'daki operasyonların Muammer Kaddafi'ye bağlı güçlerin teslim oluncaya ya da kışlalarına dönünceye kadar devam edeceğini bildirmiştir. Nitekim NATO Genel Sekreteri Anders Fogh Rasmussen yaptığı açıklamada, Libya rejiminin parçalanmakta olduğunu ve Kaddafi'nin bunu ne kadar erken anlarsa gelişmelerin o kadar iyi olacağını ifade etmiştir[130].

Sonuçta Kaddafi'nin kalesi Trablus düşmüş, ardından Muammer Kaddafi saklandığı Sirte'de öldürülmüştür. Libya'da Muammer Kaddafi'nin öldürmesinin ardından yönetimi Bingazi'deki geçici Ulusal Geçiş Konseyi (UGK) devralmıştır. Konsey Başkanı Mustafa Abdül Celil ülkede şeriat kurallarının uygulanacağını belirtmiş ve yakın tarihte Libya'da seçimlere gidileceğini açıklamıştır. Yeni dönemde Libya'nın demokrasiyi benimsemiş, serbest piyasa ekonomisini uygulamaya çalışan, dış ilişkilerinde ise başta komşuları olmak üzere bütün ülkelerle karşılıklı dostluk ve anlayışa dayalı iyi ilişkiler geliştirmeye çalışan, dengeli, karşılıklı çıkarlara dayalı dış politika geliştirmeye çalışan bir ülke olacağı öngörülmektedir. Yemen'in sınırlarında, İran ve Suudi Arabistan'ın rekabetlerini yansıtan çatışmaların yanı sıra şehirlerinde yaşanan hükümet veya karşılıklı aleyhte gösteriler, 2000'lerde adeta alışkanlık halini almıştı. Ancak 2010 yılında Tunus'ta başlayan Arap Baharı, burada ilave bir yankı buldu. Zannedildiğinin aksine Yemen halkını harekete geçiren Arap Baharı ile başlayan süreç değildi. Bu süreç Yemen'deki halk hareketlerine sadece meşruiyet kazandırdı. Üstelik Yemen halkının neredeyse tamamının silahlı olmasına karşılık başka yerlere nazaran Yemen'deki halk hareketleri sosyolojik incelemeleri hak edecek kadar barışçı

[129] Yaptırımların Hedefi Kaddafi, Habertürk, (çevrimiçi) http://www.haberturk.com/dunya/haber/605237- , 2011. (erişim tarihi: 28.04.2016),
[130] NATO: Libya Operasyonu Devam Edecek, Zaman Gazetesi Dış Haberler İnternet Sayfası, (erişim tarihi: 15.02.2016), http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1171889.

bir süreç gösterdi[131]. Yemen'deki halk ayaklanması da köken/kaynak, motivasyon ve dinamikler açısından diğer Arap ülkelerindeki ayaklanmaların bu ortak özelliklerine sahiptir. Başka ülkelerde olduğu gibi ayaklanma, kendilerini yerleşik siyasî örgütlenme dışında gören gençlerin girişimiyle yaygın sosyoekonomik sıkıntılar, yüksek düzeydeki yoksulluk ve işsizliğe tepki olarak ortaya çıkmıştır. Arap dünyasının diğer ülkelerinde de olduğu gibi Yemen'deki barışçıl ve kapsayıcı ayaklanmalar sosyal medyanın siyasî mobilizasyon açısından önemini ortaya koymuştur. Sosyal medyanın, bu olaylardaki rolü abartılmış olsa da Arap dünyasının en fakir ve internete erişimi en düşük ülkesi olan Yemen'de bile *Facebook* ve *Twitter* gibi sosyal medya kanallarının kullanımı bu ayaklanmaların ortaya çıkmasında ve yürütülmesinde önemli bir faktördür[132].

Her şeye rağmen Arap Baharı süreci Yemen'e çok şey kazandırdı. Siyasetten uzak geleneksel yapıların değirmen taşlarında ezilen halk, bağımsız siyaset yapma yolunda adım attı. Gençler ve kadınlar olmadan siyasetin yapılamayacağı gerçeği ortaya çıktı. Bu sürecin en azından Türk asıllı Tevekkül Karman gibi bir kadın aktivisti çıkarması bile Yemen tarihine kaydedilebilecek en büyük kazanımlardan birisidir.

Arap Baharına verdiği tepkiler bakımından Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri iki kategoride değerlendirilebilir. İlkinde Tunus, Mısır, Libya gibi Arap Baharının rejimin sonunu getirdiği ülkeler; ikincisinde Cezayir, Fas, Bahreyn ve Katar gibi sınırlı ve yukarıdan aşağı kontrollü reformlar yoluyla Arap Baharını rejim değişikliğin gitmeden atlatan ülkeler yer almaktadır. Tunus'taki gösterilerin ardından 5 Ocak 2011'de Cezayir'e sıçrayan protestolar yalnızca dört gün sürmüştür. Göstericiler, doğrudan rejimi hedef almamış, daha ziyade gıda fiyatlarının artması, konut sorunu, işsizlik gibi sosyoekonomik söylemler kullanmıştır. Emniyet kuvvetlerinin aşırı güç kullanmaktan imtina ettiği ve nispeten etkili şekilde bastırılan gösterilerin ardından, 21 Ocak'ta oluşturulan Değişim ve Demokrasi için Ulusal Koordinasyon (CNCD) Hareketi, muhalefet partilerine yer vererek siyasileşmesi, meşru liderlik sorunları ve kendi içindeki bölünmeler nedeniyle ulusal bir boyut kazanamamıştır. Öte yandan hükümet, ivedilikle siyasi ve sosyoekonomik önlemler alarak halkın nabzını düşürmeye çalışmıştır. Mayıs 2011'de anayasal reform toplantılarına başlanmış, Ocak 2012'de

[131](çevrimiçi) http://www.aljazeera.com.tr/gorus/arap-bahari-sonrasi-yemenin-cikmazlari. (erişim tarihi: 12.02.2016),
[132] Vincent Durac, "Yemen's Arab Spring-Democratic Opening **or Regime Maıntenance."** BRISMES Annual Conference 2012 Revolution an Revolt:Understanding teh Forms and Causes of Change.

seçim sistemi, siyasi partiler, medya ve derneklere ilişkin yeni yasalar parlamentoda kabul edilmiştir. Diğer yandan, gıda sübvansiyonları, maaş zamları, genç girişimcilere yönelik destekler ve konutlandırma projeleri ile halkın talepleri karşılanmaya çalışılmıştır. Cezayir hidrokarbonlardan elde edilen gelir sayesinde sosyal barışı sağlamakta başarılı görünmektedir[133].

Fas'ta ise Arap Baharı'nın etkisiyle başlayan 20 Şubat Hareketi demokrasi ve ekonomi alanında geniş kapsamlı reform çağrısında bulunmuştur. Kral Muhammed halkın taleplerine hızla yanıt vererek Anayasa Komisyonu kurmuş ve anayasa yapım sürecine siyasi partiler ile sivil toplum kuruluşlarının katılmasını sağlamıştır. 1 Temmuz 2011 tarihinde referanduma sunulan yeni Anayasa yüzde 98,94 oranında evet oyu ile kabul edilmiştir.

Arap Baharı'nda çıkan olaylarının Cezayir'de etkili olmamasında ülkenin geçmiş tecrübelerinin de etkisi yadsınamaz. Devrimler ve değişimler Cezayir halkı için hep çok büyük fedakârlıklar gerektirmiş, büyük bedeller ödetmiştir. Arap dünyasında bugünkü halk isyanlarını yaratan koşulları bundan çeyrek asır önce yaşayan, çok partili seçimlerle demokratikleşmeye yönelik adımların baltalandığı karanlık bir on yıl geçiren Cezayir'de halk, istikrarı demokratikleşmeye en azından şimdilik tercih etmiştir. Nitekim Arap Baharı olaylarında Cezayir halkının tercihi rejimin tamamen tasfiyesi değil, şeffaf ve hesap verebilir bir yönetim anlayışı yönünde olmuştur[134].

Arap Baharının Fas'ta zayıf kalmasının başlıca iki sebebi vardır. Birincisi: Fas halkı, 20 Şubat Hareketiyle birlikte ekonominin olumsuz bir şekilde etkileneceğinden endişe etmesi ile birlikte Libya, Suriye ve Tunus'ta olanların kendi başlarına gelme ihtimalidir. Bu yüzden hükümete şans vermeyi yeğlemişlerdir. İkincisi ise: 2011 Anayasasıyla birlikte Fas'ın siyasi yaşantısında radikal anlamda yapılmış olan değişiklikler söylenebilir.

[133] Yasama dergisi,2012, (22), s.62-98.
[134] Boundaoui, Assia. "'Reform not revolt' in Algeria." Al Jazeera. 2/3/2011. (çevrimiçi) (Erişim Tarihi: 30.01.2016).
http://www.aljazeera.com/indepth/features/2011-/03/201132131733827907.html.

2.3.2.1.Sosyal Medyanın Arap Baharındaki Toplumsal Kutuplaşmadaki Rolü

2011 yılının ilk aylarında başta Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da başlayan halk hareketlerinin örgütlenme ve iletişim aracı olarak sosyal medya araçlarından yararlanılmasının ardından, yaşanan halk hareketlerine 'sosyal medya devrimi' tanımlamaların yapılmasıyla, sosyal medyanın önemi ve etkisi artarak devam etmektedir. Sosyal medyadaki bu hareketlenmeleri çekici kılan ise; kısa mesajların, e-postaların, video ve fotoğraf paylaşımlarının, sosyal paylaşım sitelerinin, blog sayfalarının ve benzeri sosyal medya araçlarının bu eylemlerde gücünü göstermiş olmasıdır. Bu süreçte insanlar başta Facebook ve Twitter olmak üzere diğer toplumsal paylaşım yoluyla örgütlenerek toplantılar ve geniş katılımlı gösteriler organize etmişlerdir[135].

Başta sosyalleşme, eğlenme, sosyal sermayeyi geliştirme gibi amaçlarla kullanılan toplumsal paylaşım ağlarının bu süreçte yaşanan halk hareketlerinde başat iletişim aracı olması, bölgede yaşananların anlaşılma çabalarını ancak bir yönünü teşkil edebilir. XX. Yüzyılın muhtemelen en önemli iki buluşu olan cep telefonları ve internetin sunduğu imkânlar etkin kullanılarak kalabalıklar örgütlenmiş ve bu örgütlü isyanlar devrimlerle sonuçlanmıştır[136]. Önce Tunus, ardından Mısır'da Arap dünyasının otoriter rejimlerinin çatırdaması Facebook Devrimi olarak niteleyenler de oldu. Rakamlara baktığımızda Facebook ve Twitter gibi sosyal ağların bu ülkelerde büyük rol oynadığı görülmektedir. İnsanları iki tıkla insanları aynı çatı ve düşünce altında toplayabilmeleri örgütlenmenin gereklerini yerine getirmede Facebook ve Twitter'ın ne kadar işlevselci olduğunu göstermiştir. Mısırda internet kullanımı konusunda son on yılda patlama yaşandı. 2000'lerin başında internet kullanıcılarının sayısı yarım milyonu bile bulmazken, son dönemlerde 17 milyonu aştı. Tunus'un da 2000 yılında 100 bin olan internet nüfusu günümüzde 3,5 milyonu aştı. Tunus, internet kullanımında nüfus geneliyle kıyasladığında %34'le Afrika kıtasında internetin emn yaygın olduğu ülkelerin başında geliyor[137]. "Her şeyin başladığı yer" olarak ifade edilen, dünyanın en kadim medeniyetlerinden birinin toprakları üzerine kurulu olan Mısır'da ise sosyal

[135] Boundaoui, Assia. "'Reform not revolt' in Algeria.", **Al Jazeera Gazetesi**,2011.
[136] Bogdan Szajkowski, **"Socıal Medıa Tools And The Arab Revolts", Alternative Politics**, 2011, Vol. 3, No. 3, 420-432, pp.421.
[137](çevrimiçi) http://www.bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/127684-arap-devriminde-sosyal-medya-nin-rolu, (erişim tarihi: 22.04.2016),

medya desteğiyle devrimine giden yolda eylemler daha derinlemesine gerçekleşmiştir. Mısırda ki Facebook kullanıcılarının sayısı 5.199.780. Bir başka ifadeyle, Mısır'da nüfusun %6,46'sı Facebook kullanıyor. Toplam kullanıcı sayısına göre Mısır, dünyada 23, sırada yer alıyor. Bir başka dikkat çekici gelişme ise Mısır'da Facebook'a olan ilginin son altı ayda patlaması, neredeyse bir milyon yeni üyenin siteye kaydolmuş olması. Tunus'ta 10 milyon nüfusa sahip Tunus'ta ise neredeyse Facebook'a üye olmayan kalmamış, toplam üye sayısı 2.068.320 bu sayının nüfusa oranı %19,53'tü. Bu ülkelerde uzun yıllardır basın üzerinde ağır sansür uygulandığı, muhalif sesler çeşitli şekillerde susturulduğu halde halk sosyal ağlar üzerinden örgütlenmeye gitmiştir[138.] Gelişmeler kaçınılmaz olarak internet sansürünü de beraber getirdi. Mısır'da Hüsnü Mübarek yönetiminin internet ulaşımını kesmesini ardında, Libya'da da halkın internet üzerinden örgütlenmesini ardından Libya yönetimi internet erişimini engelledi. Suriye'de Facebook ve Youtube'a erişim engellendi. Tüm engellenmelere rağmen insanlar alternatif siteler kurarak engelleri aştılar. Mısır gibi ülkelerde ise cep telefonlarından sms ile örgütlenmeye devam edildi[139].

Son zamanlarda aşırı indirgemeci davranıp bu devrim sürecini internetin ve alternatif medyanın başarısı ve devrimi olarak gösterme çabasına da girildi. Hâlbuki burada önemli nokta devrimin sosyal medyada değil sosyal medya desteğiyle yapıldığıdır. Sosyal medyanın bu süreçte; muhalif gruplara devrime giden yolda yüksek derecede fayda sağlaması, daima sindirilmeye çalışılan muhalif gurupların kendilerini en iyi sosyal medyada ifade edebilme imkânı sağlamıştır. Radyo, gazete ve el ilanı imkânlarının olmadığı yerde kulaktan kulağa işleyen "fısıltı gazetesi" devreye girdi. Dolayısıyla Arap ülkelerini saran toplumsal hareketliliği "Facebook Devrimi" olarak nitelemek sosyal medyanın buradaki rol ve işlevini abartmak olur. Tunus'ta isyanı başlatan, ruhsatsız sebze satışı için polisle tartışıp kendini yakan 26 yaşındaki Muhammed Buazizi idi. Kitlelerin Buazizi'nin ölümünü protesto etmek için sokaklara dökülmesiyle internet ve sosyal medya platformları gündeme geldi[140].

---

[138] Mustafa Yalçıner**, Arap Dünyasında Ayaklanma: Nedenler-Olasılıklar-Sonuçlar**, İstanbul: Evrensel Basım Yayım, 2011, s.175.

[139] Mete Çubukçu, **Yıkılsın Bu Düzen: Arap Ayaklanmaları ve Sonrası**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2012. s.185-186.

[140](çevrimiçi) http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/127684-arap-devrimindesosyal-medyanin-rolü, (erişim tarihi. 22.04.2016),

Burada Arap coğrafyasındaki halk hareketleriyle, sosyal medya ilişkisini bir sebep-sonuç ilişkisinden ziyade, sosyal medyayı yaşananlar bağlamında bir araç ve ortam olması bakımından ele almaktadır. Başka bir ifadeyle, sosyal medyanın sunduğu özgür ortamdan dolayı söz konusu halk hareketleri ortaya çıkmadı, bu süreçte sosyal medya toplumsal yaşanmışlığın dışa vurumu ve geniş kitlelere ulaştırılması anlamında bir araç işlevi gördü. Sosyal medya, devrimci grupların katılım, örgütlenme ve eğitim masraflarını azaltmasına imkân sağlayan bir araç olmuştur. Dolayısıyla bölgede yaşanan süreç, söz konusu ülkelerdeki uzun süre devam edegelen toplumsal bunalımın ve kaynamanın bir tezahürü olarak değerlendirilmelidir.

2.3.2.2.Sosyal medya ve Suriye

Arap baharının Suriye'ye yansımaları 2011 yılında Suriye'de çıkan çatışmalar ile Arap dünyasında çıkan çatışmalara bir yenisi eklenmiş oldu. Onlarca protestocunun Suriye İstihbarat Teşkilatı (GSD) tarafından öldürüldüğü iddia edilmiştir. Suriye halkını sokağa döken sebepleri ise şöyle sıralayabiliriz:

- Babadan oğula geçen bir iktidar,
- Mezhep ve kan bağı üzerine kurulmuş bir siyasî ve askerî yapı,
- Esed'in yakınlarının ve Baas Partisi'nin önde gelenlerinin elinde olan bir ekonomi
- Sayıları %10'u bulan istihbarat teşkilatlarının halka uyguladıkları baskıcı, psikolojik zulümler,
- İdam edilen muhalif liderler ve protestolarda öldürülen binlerce kişi. [141]

2011 yılının Mart ayında Dera'da başlayan gösteriler ülke geneline yayılmaya başlamış ve Şam, Halep, Hama, Lazkiye ve Banyas gibi şehirlere de sıçramasıyla Beşar Esed yönetimi bir muhalefet dalgasıyla karşı karşıya kalmıştır[142]. Beşar Esed ilk başta gösterileri ciddiye almamış ve protestocuları "Emperyalist güçlerin kuklası teröristler"

[141]Eda Kılıç, vd., **Arap Dünyasında Entropi: Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'de Halk Ayaklanmaları,** İstanbul: Türkiye Uluslararası İlişkiler Çalışmaları Yakın Doğu Araştırmalar Merkezi (TUİÇ-YADAM)

[142](çevrimiçi) Nuri Salık, **Suriye Politik Kültüründe Tarihsel Pragmatizm, Beşar Esed Dönemi Suriye Dış Politikası ve Türkiye-Suriye İlişkileri**, Ortadoğu Stratejik Araştırmaları Merkezi (ORSAM), RaporNo:85, (erişim tarihi: 21.03.2016), http://www.orsam.org.tr/en/enUploads/Article/Files/20111116_85raportum.pdf.

olarak tanımlamıştır[143]. Hareketin etkisinin artmasıyla Beşar Esed ülkede yaşanan olayları sona erdirmek amacıyla birtakım politikalar izlemeye başlamıştır. Esed, hükümetin istifasını kabul etmek, askeri kadrolarda rotasyon, tutukluların serbest bırakılması gibi hamleleri içeren bu yeni politikaları yeni bir anayasa yapılabileceğini söyleyerek devam ettirmiştir. Esed'in öncelikli amacının şiddeti durdurmak ve seçim ile anayasa çalışmalarını başlatmak olduğunu söylemek mümkündür[144].

Nitekim sonuç alamayan Esed yönetimine karşı protestolarına devam eden halk, Suriye'deki gerilimi tırmandırmıştır. Bunun üzerine Beşar Esed iktidarı olayları kanlı bir şekilde bastırmaya çalışmış ve ülke bir iç savaşa doğru sürüklenmiştir. Suriye muhalefeti silahlı ve silahsız güçleriyle iktidarın baskısına karşı tepkisini göstermeye var gücüyle devam ederken Suriye'deki gidişattan endişe duyan ülkeler ise olaylara kayıtsız kalamamıştır[145.]Bu süreçte Amerika Başkanı Barack Obama, ülkesi ve müttefiklerinin Suriye'deki masum insanların katledilmesini önlemek amacıyla baskıyı arttıracağını ve eldeki tüm araçları kullanacağını söylemiştir. Suriye'de üç yıla yakın bir süredir devam eden iç savaşta 120 binden fazla insan hayatını kaybederken 4 milyondan fazla insan kendi ülkesinde yerlerinden edilmiş ve 2 milyon insan başka ülkelerde mülteci konumuna düşmüştür. Mültecilerin yarısından fazlası 18 yaşın altındadır. Kimyasal silahların kesin bir şekilde kullanıldığının tespit edilmesi rejim, muhalefet ve uluslar arası toplumun pozisyonlarında değişikliğe neden olmuştur. Şam'ın doğusundaki saldırı sonrası İngiltere, Fransa ve ABD askeri müdahale yönünde niyet beyan etmişlerdir. Türkiye, Suudi Arabistan ve Katar ile birlikte Suriye muhalefetinin önemli bir bölümü müdahale fikrini desteklerken Rusya müdahaleye kesinlikle karşı çıkarak Esed rejiminin yanında yer almıştır. Kimyasal silah kullandığını kabul etmeyen rejim, artan uluslararası baskı ve ABD'nin askeri tehdidi karşısında kimyasal silah stokunu yok etmeyi kabul etmek zorunda kalmıştır. Suriye'de 15 Mart'ta başlayan gösteriler bugün adı konulmamış bir iç savaşa dönüşmüş durumdadır. Ülkede bir başka grup ise rejimin başta çok partili hayata geçiş gibi kilit reformları yapmaya yönelik söz vermesi hâlinde

[143](çevrimiçi) Furkan Ayhan**, Küresel Aktörlerin Mücadelesi: Suriye'yi neler bekliyor?**, Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi ORSAM, (erişim tarihi: 14.01.2016), http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=3216,

[144] Veysel Ayhan, **Tunus İsyanı: Arapların Devrim Ateşini Yakması**, Ankara: Ortadoğu Etütleri, 2012.

[145] Nuh Yılmaz, **Arap Baharı'nda Sahne Suriye**, Star Gazetesi İnternet Sayfası.

kısa süre içerisinde demokratik yollarla yıkılacağını savunmaktadır[146]. Sonuç olarak ülkede yaşanan Arap Baharı süreci çok sancılı bir şekilde geçmektedir.

2.3.3.Sosyal Medya ve Gezi Olayları

Genel anlamda bireyi sadece yöneten-yönetilen ilişkileri bağlamında etkilemeyen, onun hayata bakış açısını da önemli şekilde biçimlendiren medya, bireyin çevresi hakkında bilgilenmesini sağlayarak onun çevreye ve yaşadığı mekâna daha ilgili bir kişi olmasında önemli rol oynamaktadır. Sağlanan iletişim sayesinde medya, yurttaşların gerek yerel gerekse ulusal konularda duyarlılığını artırmaktadır. Öte yandan farklı düşüncelerdeki insanlar arasında iletişim kurulmasına da yardımcı olmaktadır. Bu nedenle medya, modern toplumlarda bireyin olayları algılamasında ve onu yorumlamasında temel bir araçtır. Hatta kimi zaman medya, çeşitli nedenlerle ortaya çıkan sosyal sorunlara özel bir ilgi gösterebilmekte, hatta o sorunların sözcülüğünü bile üstlenebilmektedir. Böylece medya, yönetim ya da çeşitli sorunlara neden olan birimler üzerinde etkili bir baskı aracına da dönüşebilmektedir[147].

Küreselleşme ile birlikte daha yaygın konuma gelen sosyal medya paylaşımları, fiziki olarak birbirinden uzakta olan insanların düşüncelerini ve hayata bakış tarzlarını birbirilerine iletmede çok kolaylık sağlamaktadır. Yaşanılan birçok olay, sevinç, üzüntü, yenilikler ve insanların yaşayabileceği her durum bu yollarla kısa bir zaman zarfında dünyanın bir ucundan diğer ucuna yansıtılmaktadır. Gezi parkında da gördüğümüz üzere birçok insanın kısa bir zamanda örgütlenmesi ve aynı düşüncelere sahip olması elbette ki sosyal paylaşım sitelerinin büyük oranda etkisi ile oluşmuştur.

Toplumsal hareketlerin uluslararası transferini internet kullanımının yaygınlaşmasına bağlayan Tarrow, internetin ulus ötesi protestoların organizasyonunu kolaylaştırdığını ifade etmektedir. İnternetin toplumsal hareketler için yeni bir gerçekleşme alanı haline gelerek protestoların sokaktan sanala, sanaldan da sokağa taşındığı görülmektedir. Bu nedenle sanal eylemler, toplumsal hareketlerin yeni

[146] Ahmet Han**, "Suriye'de Kimyasal Silah Kullanımı: Gerçekten bir "Oyun Dönüştürücü"mü?"** Ortadoğu Analiz, Eylül 2013, 35-44.
[147] Gülcan Işık, **Sanaldan Sokağa Toplumsal Hareketler**, Nobel Yayınları, Ankara, 2013b, s.26.

fenomeni olarak kabul edilmektedir. Örgütlenme kolaylığı ile yüz yüze gelmeyen aktivistler arasında sinerji yaratılmasını sağlayan sanal eylemler, sahip olduğu potansiyel sayesinde ulusüstü alanda da toplumsal hareketlerin oluşmasını sağlamaktadır [148].

Örneğin ABD'nin en çok takip edilen internet haber sitelerinden Huffington Post, Taksim Gezi Parkıile başlayıp bütün Türkiye'ye yayılan olayları, sosyal medyanın gücüne vurgu yaparak "9 Saniyede Devrim" başlığıyla veriyordu. Türkiye'de olup bitenler bir Arap Baharı değildi ama yüz binleri meydanlara toplayan araçlar aynıydı. Nereden ele alırsak alalım Twitter ve Facebook gibi sosyal paylaşım siteleri, dünyada yeni bir dönemi başlatmıştır. Bu yeni dönemde artık hiçbir şeyin gizli ve tepkisiz kalması mümkün gözükmemektedir. Birkaç tweetle saman alevi gibi bütün bilgiler dünyaya hızla yayılmakta ve çok kısa bir sürede de kartopu gibi büyüyerek çoğalmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla kurulan bağlar giderek artıp bir anda herkes kendisi gibi düşünenlerin ne kadar çok olduğunu fark edince de Gezi Parkı Olayı türünden pek çok hareket kaçınılmaz olmaktadır. Dolayısıyla internet kullanımı, toplumsal hareketlere aktivistler arası iletişimi sağlayacak hızlı ve esnek bir yapı da sunmaktadır [149].

Yapılmış olan bir istatistiksel çalışmaya göre twitter hesabı üzerinden günden güne atılmış tweetlerin sayısı hiçte azımsanmayacak kadar çoktur. Sayısal verilere baktığımızda ise şunları görebiliriz: Türkiye'deki aktif twitter kullanıcı sayısı olayların başladığı tarih olan 29 Mayıs günü 1,8 milyon iken 10 Haziran itibari ile aktif kullanıcı sayısı 10 milyonu buldu. Bir bakıma Türkiye'de 10 milyon olan twitter kullanıcı sayısı, görüşlerinin ve düşüncelerinin yeteri kadar medyada yansımadığını görünce; 29 Mayıs-10 Haziran tarihleri arası Türkiye'den atılan toplam 143.795.432 tweet ile kendi düşüncelerini ve görüşlerini paylaştı ve gündemi kendi belirlemeye çalıştı. Gezi Parkı'na ilk müdahalenin yapıldığı tarih olan 29 Mayısta atılan twitter mesajı adedi 7 milyon iken 31 Mayıs gecesi yapılan ikinci şafak operasyonundan sonra 15 milyon ve 1 Haziran itibari ile 18 milyon mesaj adetine ulaşıldığını görmek mümkündür. 31 Mayıs'ı

[148] Yılmaz Bingöl, Nihal Tanrıver, "Bilgi Çağında Değişen Sosyal Hareketler: Sanal Eylemler", **The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management**, 6, 2011, s.131-141.
[149] Işık, a.g.e., s.27

1 Haziran'a bağlayan gece en büyük kitlesel direnişin gösterildiği, sosyal medyanın sayısal verilerinde de göze çarpıyor[150]

Sosyal medyanın çok sayıda kişi tarafından (elbette toplumun bütün kesimlerinin aynı seviyede erişim imkânına sahip değil) bu kadar yoğun kullanımı sosyal medyaya sadece bir araç gözüyle bakmanın yetersiz olduğunu da kanıtlamıştır. Sosyal medya artık farklı coğrafyalar için toplumsal, siyasal, ekonomik ve elbette sosyolojik tespitlerin de yapılabileceği bir alan olmaya başlamıştır. Farklı sınıfsal konumlarda, farklı cinsiyetlerde, farklı ulusal aidiyetlere sahip olan kişilerin kendilerini sosyal medyada var etme biçimlerinin değiştiğini gözlemleyebilmek böylelikle mümkün olmuştur. Gezi sonrası Türkiye'de sosyal medya kullanımındaki artışın izlerini yerel seçimler ve son dönemdeki yolsuzluk tartışmalarında da görmek mümkündür. Yerel seçimler yaklaşırken birçok parti sosyal medya orduları kurarak bu alan ile ilgili politikalarını gözden geçirmiş hatta belediye başkan adaylarını Twitter üzerinden duyuran partiler de olmuştur. Yolsuzluk operasyonlarıyla başlayan son tartışmalar da sosyal medyaya kolayca sıçramış taraflar ve "birinci dereceden yakınları" saflarını sosyal medya üzerinden de belirtmeye başlamışlardır[151].

2.3.3.1.Gezi olaylarının gelişimi

Gezi Parkı Olaylarının ortaya çıkışı ve gelişim süreçleri ayrı ayrı değerlendirilebilir. Bu aşamalar, birbirinden yalnızca kronolojik olarak ayrılmamakta; aynı zamanda eylemlerin içerik, hedef ve biçimindeki değişiklikleri de yansıtmaktadır. Benzer şekilde gösterilerin hedefinde yer alan iktidar partisinin ortaya çıkan krizi kontrol etmek amacıyla geliştirdiği farklı yaklaşımlar da bahsedilen aşamalandırma sürecinde değerlendirmeye alınmalıdır. Öte yandan vurgulanması gereken bir husus da farklı aşamalar arasında zaman zaman ve belirli konularda geçişkenlik yaşanabildiğidir [152].

[150] Soner Çetin, "Gezide Sosyal Medya İstatistikleri", **İnsan Haber Gazetesi**, 2013, s.4-5.
[151] Diyar Saraçoğlu, Sosyal Medya: Olanaklar, Sınırlar ve Özgürlük, **Bilgisayar Mühendisleri Odası Dergisi**, Sayı 4, Şubat, Ankara. 2014, s.1.
[152] Hatem Ete, Çoşkun Taştan, Kurgu İle Gerçek Arasında Gezi Eylemleri **Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı**, 1. Baskı, Ankara. 2013, s.21.

Başlangıç aşaması, Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi'ne tepki gösteren kısıtlı sayıdaki aktivistin meydana getirdiği, hedefleri, kapsamı ve etkisi itibariyle lokal gösterilerin yaşandığı süreci ifade etmektedir. Bu dönemde hedeflerini Gezi Parkı'nın zarar görmesini engellemekle sınırlandıran grup, istikrarlı şekilde barışçıl yöntemlerle çabalarını sürdürmüştür. Bu aşama, 27 Mayıs 2013 akşamı ile polisle göstericiler arasında şiddetli çatışmaların yaşandığı 31 Mayıs gecesi arasında gözlemlenen olayları ve yaklaşımları içermektedir. Bu dönemde Gezi Parkı eylemlerinin gerek ulusal kamuoyu gerekse Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde temsil edilen siyasi partiler açısından basit bir asayiş sorunu olarak değerlendirildiği ve bu çerçevede siyaset gündeminde çok sınırlı alan işgal ettiği vurgulanmalıdır[153].

Gezi Parkı Olaylarının başlamasının görünen nedeni, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne ait olan Taksim meydanındaki Gezi Parkında, 'Taksim Yayalaştırma Projesi' kapsamında Topçu Kışlası'nın yeniden inşa edilmesidir. Bu amaçla, 27 Mayıs 2013 tarihinde Gezi Parkında çadırlar kurarak nöbetleşe bir şekilde, şiddet içermeyen pasif protestolar yapılmaya başlanmıştır. Ancak 29 Mayıs Çarşamba sabah 05.00 sularında, polisin, parktaki insanlara karşı başlatmış olduğu müdahale tüm Türkiye'de büyük yankı uyandırmıştır. Yapılan bu müdahale sonucunda eylemler Ankara ve İzmir başta olmak üzere Türkiye'nin 79 iline yayılmıştır.

Güvenlik güçleri ve göstericiler arasında 29 Mayıs gününden itibaren yaşanan çatışmalar, 31 Mayıs akşamı zirveye çıkmıştır. Bu tarihten itibaren güvenlik güçleri ve hükümet yetkililerinin Gezi Parkı olaylarına yönelik tutumunda hızlı bir sertleşme yaşandığı söylenebilir. Eylemcilere daha sonra tartışmalara neden olan biber gazı ile müdahale eden Çevik Kuvvet ekipleri, Toma'lardan sıkılan tazyikli suyun yardımıyla göstericileri Taksim Meydanı'ndan uzaklaştırarak başta İstiklal Caddesi olmak üzere Harbiye, Gümüşsuyu ve Tarlabaşı bölgelerine doğru püskürtmüştür. Beyoğlu bölgesinde yaşanan şiddet olaylarına paralel olarak Ankara ve İzmir gibi büyük kent merkezlerinde ortaya çıkan gösteriler, ilk gösterilerin Gezi Parkı odaklı gündemini daha kapsamlı bir hükümet karşıtı eylem hüviyetine kavuşturmuştur[154].

Bu süreçte bazı eylemciler polislerle çatışmaktan geri durmaması sebebiyle Haziran ayının ilk haftası içinde olayların büyüdüğü görülmektedir. Eylemlerin

[153] Ete ve Taştan, a.g.e., s.21.
[154] Ete ve Taştan, a.g.e., s.22.

büyümesi ve yayılmasında çok sayıda provakatif unsurun etkili olduğu görülmektedir. Özellikle ilk dönemde basının konu ile ilgili haber yapmaktan kaçınması, manipülasyon ve dezenformasyonların artması yönünde bir etki meydana getirmiştir [155].

Sokak gösterilerinin şiddet olayları ve yoğun çatışmalara sahne olması, eylemcilerin hedefinde yer alan AK Parti hükümeti tarafından sert tepkiyle karşılanmıştır. Çatışmaların devam ettiği 1 Haziran günü İlim Yayma Cemiyeti Genel Kurulu'nda Gezi Parkı olaylarını değerlendiren Başbakan Erdoğan, AK Parti hükümetinin 76 milyon vatandaşın temsilcisi olduğunu vurguladıktan sonra gösterilerin ideolojik ve siyasi bir hamle olduğunu ifade etmiş, ana muhalefet partisinin çatışmaları gerekçe göstererek 2 Haziran günü Kadıköy Meydanı'nda yapacağı mitingi iptal etmesi ve partilileri Taksim Meydanı'na çağırması da siyasetin tansiyonunu yükseltmiştir[156]. Bu aşamada değinmemiz gereken en önemli konu ise hareketi meydana getiren aktörler ve gönüllülerdir. Gezi parkının katılımcı profiline bakıldığında çok geniş bir yelpaze ile karşılaşılmaktadır.

Gezi Parkı hareketi 2013 yılında Mayıs ayının sonlarında İstanbul Taksim'de başlamış ve daha sonra tüm dünyaya yayılarak küresel bir hareket halini almıştır. 27 Mayıs 2013'de Taksim Meydan'ında Belediye Meclisi tarafından onaylanmış yayalaştırma projesi yapımı için çalışmalar yapılırken, Gezi Parkı'nın duvarının bir kısmı Taksim yayalaştırma projesini uygulamak kapsamı altında yıkılmış bununla birlikte ağaçlarda yerinden sökülmüştür. Bu nedenden dolayı Taksim Dayanışma grubu 21 eyleme başlamıştır. Gezi Parkı'nda ağaçların sökülmesini engellemek için bekleyen grup park da çadırlar kurmuştur. Yapılan bu eyleme karşı 28 Mayıs 2013 günü yıkım çalışmaları durdurulmuş fakat ilerleyen günlerde polis ekiplerinin eylemcilere müdahalesi çok sert olmuştur. Eylemcilere yapılan sert müdahalenin sonucunda polis şiddetine karşı tepki gösteren halk daha da örgütlenmiş ve kalabalık bir kitle grubu haline gelmiştir. 31 Mayıs 2013'de İstanbul 6. İdare Mahkemesi'nin, Topçu Kışlası Projesi hakkında yürütmeyi durdurma kararı verdiğini açıklamasına rağmen yurt genelinde eylemler artarak devam etmiştir. Olayların asıl hız kazandığı 31 Mayıs günü polisin eylemcilere müdahalesi çevre hareketi olarak başlayan Gezi Parkı eylemini

[155] Yasin Aktay, 'Gezi Parkı Etrafında Yaşanan Toplumsal Olaylara İlişkin İzleme ve Değerlendirme (Rapor)', **Stratejik Düşünce Enstitüsü, 2013,** s. 15.
[156] Ete ve Taştan, s.22.

sosyal medya platformlarında yankı uyandırması sayesinde Taksim Gezi Parkı'nda sınırlı kalmayıp Türkiye'de farklı illere daha sonra da İstanbul Taksimden tüm dünyaya yayılmıştır.

Gezi Parkı süreci Türkiye'de ilk defa büyük katılımın olduğu merkezsiz bir hareket olarak adlandırmak mümkündür. Bu gelişmenin ortaya çıkmasında internet ve enformasyon teknolojisinin yaygınlaşması yadsınamaz bir gerçektir. Sosyal medya, bir etkiyi çok çabuk hızlandırıp, etkinin yoğunlaşmasını ve gücünün arttırmasını sağlayan bir araçtır. Aynı zamanda Türkiye'de sosyal medyayı kullanan insan sayısının fazla olması da büyük bir etkinin olmasını sağlamaktadır. Taksim Gezi Parkı direnişi sosyal medya platformlarının egemen olduğu sanal dünyada hemen kendine destekçi bulmuştur. İnsanlar sosyal medya sayesinde sokaklara dökülüp büyük kitleler oluşturdular. Ana akım medyanın bu olaya yer vermemiş olmasından dolayı da eylem süresince aktivistler bilgi akışını radyo, televizyon gibi ana akım medyalardan değil, bilgisayarlardan hatta mobil cihazlardan takip etmişlerdir. Bu nedenle ana akım medya eylemciler tarafından protesto edilmiştir. İlk aşamada polisin eylemcilere uyguladığı şiddet görüntüleri Facebook, Twitter ve Youtube üzerinden ülke ve dünya çapında yayılmıştır. Genel olarak Facebook ve Twitter üzerinden Gezi Parkı direnişinin rakamsal verilerine bakacak olursak; Gezi Parkı sürecinde Twitter üzerinden #direngeziparkı hashtag ile 7.920.511 mesaj paylaşılmıştır. #direngeziparkı hashtag'i dışında Türkiye'de İstanbul dışı şehirlerde yaşanan eylemleri temsil etmek için o şehrin ismini taşıyan hashtagler de kullanılmıştır. (#direnankara, #direnantakya, #direnadana, #direnekişehir vb.) Gezi Parkı'nda kullanılan bu etiketlerin ulaştığı mesaj sayısı 23.9 milyon adeti bulmuştur.

New York Üniversitesi Sosyal Medya ve Siyasi Katılım Laboratuvarı'nın yaptığı araştırmaya göre de, 31 Mayıs Cuma Günü Saat 16.00 ile 00.00 saatleri arasında Gezi Parkı ile ilgili Twitter'da 2 Milyon tweet atılmıştır. Bu tweetlerin % 90'ı Türkiye'den, % 50'si İstanbul'dan olmakla birlikte tweetlerin %68'i Türkçe yazılmıştır. Hashtagler bazında bakacak olursak #occupygezi 170 bin, #geziparki 50 bin tweet atılmıştır. 94,188 beğeni ile Gezi Parkı sürecinde en çok takip edilen gruplar arasında yerini almış bulunmaktadır.

İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından online olarak yapılmış olan *#direngeziparkı* anketinden elde edilen verilere göz atacak olursak; Gezi Parkı süreci

boyunca protestolara destek verenlerin %39.6'sının 19-25 yaşları arasında olduğu %24'nün ise 26-30 yaşları arasında olduğu gözlemlenmiştir. İnsanların %75.8'i eylemlere sokağa çıkarak katılmıştır. Bu veri dijital aktivizm için sosyal medya platformlarının önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir. Gezi Parkı hareketine katılanların gerek demografik özellikleri, gerek harekete katılmasında etkili olan ideoloji çevrecilik kapsamında kalmak kaydıyla, yeni toplumsal hareketin ideolojisine uygundur.

"Yeni toplumsal hareketler 'ideoloji ve amaçlar' açısından ekonomik yeniden dağılım meselelerine odaklanmaktan çok yaşam kalitesi ve yaşam biçimleri üzerine vurgu yapan 'yapısı' açısından lidersiz demokratik bir katılım biçimi destekleyen orta sınıf bireyleri kapsayan hareket olarak değerlendirilir, Larana'ya göre yeni toplumsal hareketler, yeni ve daha önce önemli olmayan boyutlarının ortaya çıkışını gösterir"[157].

Hareket çevre yeşil bilinci olan gençlere polisin uyguladığı şiddet karşısında başlamıştır. Fakat bu olayın kitlesel hale gelmesinde bugünün Türkiye'sinde yaşanan toplumsal sorunlar yer almaktadır. Özgürlük, demokrasi, insan hakları gibi taleplerden ortaya çıkmıştır.

Toplumsal Hedef, Taksim Gezi Parkının yerine yapılması planlanan Topçu Kışlası ve ağaçların kesilmesini istemeyen çevre gönüllüleri ve aktivistler Gezi Parkı'nın yerinde kalmasını, yeşil alanların yeni yerler yapmak uğruna tahrip edilmemesi isterken diğer bir yandan protestolara katılan çoğunluk Türkiye'deki yönetim ile alakalı taleplerini ve memnuniyetsizliklerini dile getirmek istemektedirler.

Gezi Parkı hareketinde yeni toplumsal hareket olarak değerlendirebileceğimiz bir örnek olarak direnişçilerin kendi elleriyle yaptıkları açık hava kütüphanesi ele alabiliriz. Kütüphane, Yitik Ülke Yayınları'nın Twitter'da başlattığı kampanyanın ardından oluşturulmuştur. Twitter'da yayılan "Gezi Parkı, park olarak kalsın, güzel bir kütüphane açılsın. Yitik Ülke Yayınları olarak kitap desteği yapalım, kardeşlik kazansın. Zor mu? İşte Gezi Parkı'na yapılmasını istediğimiz Özgür Kütüphane*"* mesajıyla yayılan kampanya sonucunda, tuğlalardan bir kitaplık oluşturulmuş ve her çeşitten ve görüşten kitap burada isteyene ücretsiz olarak sunulmaya başlanmıştır.

[157] Mustafa Kemal Coşkun, Süreklilik ve Kopuş Teorileri Bağlamında Türkiye'de Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Ankara: 60(1), 2006, s.11-22.

Türkiye'de dijital aktivizmin küreselleşmesi anlamında Gezi Parkı eylemleri güzel bir örnek oluşturmaktadır. Gezi Parkı'nda dijital aktivizmin internet destekli ve internet tabanlı olmak üzere iki aktivizm türünü de görmek mümkündür. İnternet tabanlı aktivizmin yüksek düzeyinde yer alan online dilekçe türüne örnek olarak change.org24 adlı sitede düzenlenen uluslararası imza kampanyasını örnek verebiliriz. Bu kampanya Taksimde Gezi Parkı direnişinde polisin şiddetine dur demek amaçlı internet tabanlı bir aktivizm örneğidir[158].

İnternet destekli aktivizm türüne; Murat Aktihanoğlu**,** Oltaç Ünsal ve Duygu Atacan tarafından, bağış sitesi indiegogo.com'da "Full Page Ad for Turkish Democracy in Action: OccupyGezi for the World"[159] (Türk Demokrasisi için tam sayfa ilan: Dünya için Gezi'yi işgal et) sloganını ile başlatılmış olan ,Gezi Parkı eylemcileri, amaçlarını dünyaya duyurmak için New York Times veya Washington Post gazetesinde tam sayfa ilan yayımlatmak için bağış toplama kampanyasını örnek verebiliriz. Kampanyanın amacı şöyle açıklanmıştır**:** "Dünyanın Türkiye'de neler olup bittiğini bizzat Türklerden öğrenmesini istiyoruz. Ülkemizi gerçek demokrasiye taşırken dünyanın bize destek olmasını istiyoruz." Kampanyanın sonucuna bakacak olursak, hedef 53 bin 800 dolar bağış toplamaktı. Ancak toplanması hedeflenen bağıştan daha fazlası toplanarak bağış 108,371 dolara ulaşmıştır. Bu kampanyadan anlaşılmaktadır ki insanlar sokağa çıkmadan da aktivizmin farklı türleri sayesinde eylemlere destek olabilmektedir [160].

Yeni toplumsal hareketlerde teknolojik araçlar kadar, bireyin bu araçları nasıl kullandığı da önem kazanmıştır. Yeni toplumsal hareketlerde teknolojiyi bireylerden ayrı tutmak anlamsızdır. Gezi Parkı eylemlerini yeni toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri içerisinde değerlendirdikten sonra bu eylemlerin küreselleşerek dünyaya nasıl yayıldığına bakmak yerinde olacaktır.

İnsanlar artık seslerini yeni iletişim teknolojileri sayesinde tüm dünyaya duyurmaktadır. Gezi Parkı eylemlerinin ulusal ve uluslararası boyutunu anlamak için sosyal medya platformlarından biri olan Facebook'ta ele alınan örnekler üzerinden

[158](çevrimiçi) https://www.change.org/tr/kampanyalar/monokl-polis-%C5%9Fiddetine-son-verilsin-contre-la-violence-policiere-a-istanbul (erişim tarihi: 12.03.2016).
[159](çevrimiçi) https://www.indiegogo.com/projects/full-page-ad-for-turkish-democracy-in-action (erişim tarihi: 26.04.2016).
[160](çevrimiçi)http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/18814/Demokrasi_icin_Facebook___8217_a.html (erişim tarihi: 11.02.2016).

eylemlerin nasıl küreselleştiği anlatılacaktır. Facebook, demokrasi arayışında olan ülkelerde ve farklı toplumsal olaylarda örgütlenme anlamında çok etkili olmuştur. Facebook'ta yer alan kullanıcılar katıldıkları veya açtıkları gruplar sayesinde siyasal görüşlerini açıkça ortaya koyup kendi düşüncelerindeki insanlara ulaşarak veya seslerini duyurup yandaş kazanarak bir çeşit örgütlenmeye gidiyorlar. Facebook'taki bu gruplar sayesinde pek çok protesto da gerçekleşiyor. Bu açıdan bakılınca Facebook bir çeşit "sanal" demokrasi platformu halini almıştır (Aktaran Cumhuriyet, 2008). Kitleleri harekete geçirme etkisi ve olayların içindeki kişilerin tanıklıklarının yansıdığı Facebook bu nedenlerden dolayı örneklem alanı olarak seçilmiştir.

2.3.3.3.Gezi Olaylarında Toplumsal Kutuplaşmanın Oluşumunda Sosyal Medyanın rolü

Gezi Parkı olayının nasıl küreselleştiği ve ayrı kutupların oluştuğu Facebook'ta Gezi Parkı eylemleri ile ilgili Occupy Gezi New York Action Group, Occupy Gezi-Deutschland, Occupy Gezi- Milano adı ile açılan yurtdışı grupları üzerinden göstermek mümkündür. Facebook üzerinden bu gruplar seçilirken Occupy Gezi isminin yer alması ve Facebook kullanıcıları tarafından en çok beğeni alması dikkate alınmıştır.

Bu gruplar incelenirken Gezi Parkı hareketi sırasında aktivistlerin örgütlenme amacı ile sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullanmasından dolayı 31 Mayıs ile 29 Haziran tarihleri baz alınmıştır. Gruplarda yer alan fotoğraflar, videolar, durum paylaşımları, oluşturulan etkinlikler içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizinden yararlanılarak oluşturulacak olan bu çalışmanın kuramsal çerçevesini Morozov'un sınıflandırması oluşturmaktadır. Morozov aktivistlerin yeni medyadan yararlanma stratejilerini sekiz ana başlık altında toplamıştır. 1) Ulaşılabilirlik ve doğru bilgi 2) Belirli bir soruna karşı kamuoyu ilgisini çekme 3) Seçmenlere yardımcı olmak için verileri analiz etme ve bir arada bulma kolaylığı sağlama 4) Politikacılar ve seçmenlerle doğrudan temas kurma 5) Yeni üyelere ulaşma 6) Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak 7) Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek 8) Diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlamadır [161] .

[161] Evgeny Morozov, "New Media Essentials", Prague, Paper Presented at Trassitions Online, 2007

Occupy Gezi New York Action Group Facebook sayfası 31 Mayıs 2013'de Taksim Gezi Parkı'nda olayların başladığı zaman New York'ta kurulmuştur. Grup sayfasını 4,356 kişi beğenmiştir. Grubun amacını; demokrasiye destek, barışçıl toplantı hakkı, ifade özgürlüğü, Türkiye'deki insan hakları ve sivil özgürlüklerin korunması ve Türkiye'de polisin orantısız güç kullanımına karşı kamuoyunun ve medyanın ilgisini çekmek olarak belirlemiştir. Occupy Gezi New York Action Grubu, Taksim dayanışma platformu ile uyum içinde olduğunu bildirmiştir.

Türkiye'deki insan haklarına, sivil özgürlüklerin korunmasına ve polisin orantısız güç kullanımına karşı kamuoyunun ve medyanın ilgisini çekmek olarak belirtilen grubun amacı; Morozov'un yeni medyadan yararlanma stratejilerinden biri olan belirli 'bir soruna karşı kamuoyu ilgisi çekmek' stratejisi içinde değerlendirilmelidir.

Grup temel ilkelerini; demokrasiyi, ifade özgürlüğünü, insan haklarının korunmasını ve Türkiye'deki sivil özgürlükleri destekleyerek, Türkiye Hükümetinin sivil haklara karşı tutumunu eleştirmek ve Türkiye'de ki insanlarla Gezi Parkı eylemi sürecinde dayanışma içinde olmak olarak benimsemiştir.

Grup amacı ve temel ilkeleri kapsamında yeni toplumsal hareketlere örnek oluşturmaktadır. Yeni toplumsal hareketler amaçları ve değerleri bakımından merkezi kontrolün karşısında kişisel kimliği ve özerkliği ön planda tutmaktadır.

Grupta 14 adet durum paylaşımı yapılmıştır. Durum paylaşımları; basın bildirisi, insanların katıldıkları eylemlerde fotoğraf ve video çekmeleri çağrısı, eylemlerden önce eylemlerin gün ve saatini Facebook kullanıcılarına tekrar hatırlatmak, Türkiye'deki insanlara destek olmak için eylemlere katılın çağrısı ile eylemlere katılacak protestocuların uyması gereken kurallar olarak yer almıştır.

Occupy Gezi New York Action Group adıyla açılan Facebook grubu Türkiye'de gerçekleşen Gezi Parkı eylemlerini Amerika New York'a taşımış, Amerika'da yaşayan insanlar bu grup sayesinde birbirleriyle haberleşmiş ve eylem gösterileri yapmak için bu grup üzerinden örgütlenmiştir. Türkiye'deki yapılan Gezi Parkı eylemlerine dikkat çekmek için Amerika New York'ta gerçekleşen eylemlerin bazıları Türkiye'de yapılan eylemlerle aynı özellikleri taşımaktadır. Bu nedenle Türkiye'de yapılan eylemler New York'ta da hayat bulmuş ve Gezi Parkı hareketi ele aldığımız bu örnek kapsamında

küreselleşmiş bir eylemdir. Occupy Gezi – Deutschland grubu[162]. 2 Haziran 2013 tarihinde Facebook'ta kurulmuştur. 2,623 beğeni almıştır. Grup kendini şöyle tanımlamaktadır. Dikkat! Türk demokrasisinin size ihtiyacı var!

Bir alışveriş merkezi inşa etmek için, Taksim Gezi Parkı'nda ağaçların sökülmesi ile başlayan barışçıl gösteriler bir süre sonra Türk polisinin şiddeti karşılaşmıştır. Polisin kullandığı göz yaşartıcı gaz ve tazyikli su ile göstericiler üzerinde aşırı güç kullanması herhangi bir yasal dayanak olmaksızın onlarca protestocunun hastanelik olmasına neden olmuştur. Türk hükümet tarafından doğrudan kontrol edilen medya Gezi Parkı'nda olanları görmezden gelmiş hatta bilgi akışı engellenmiştir. Dünya'nın Recep Tayyip Erdoğan'ın ve AKP hükümetinin yarattığı polis devletinin farkında olmasına yardımcı olmak için lütfen bu mesajı paylaşın. Türk demokrasinin sizin yardımınıza ihtiyacı var. Teşekkür ederim! [163].

Facebook üzerinden Occupy Gezi – Deutschland adı ile açılan grupta yer alan bilgilere göre grup üyeleri ve Facebook kullanıcıları grubun kurulma amacına, grupta yer alan bildirilere ve oluşturulan etkinliklere ulaşabilme imkânına sahiptir.

Grubun sayfasında yayımlanan bildiri 8 farklı dilde grubun Facebook sayfasında yer almıştır. Daha sonra ki örnekler de göreceğiz ki bu bildiri yurtdışında Gezi Parkı ile ilgili yapılan tüm eylemlerin ortak amacı olarak belirlenmiştir. 31 Mayıs ile 29 Haziran 2013 tarihleri arasında grup sayfasının zaman akışına baktığımız zaman 72 fotoğraf paylaşılmıştır. Bu fotoğrafların % 53'ü (38) Gezi Parkı'ndaki eylem fotoğraflarıdır. % 14'ü (10) Recep Tayyip Erdoğan'ın ve Gezi Parkı süreci ile ilgili çizilen karikatürler yer almaktadır. % 22'si (16) Almanya'dan Gezi Parkı için yapılan eylemlerle alakalıdır. %11 (8) eylemler için yayınlanan bildiri fotoğraflarıdır.

Almanya'da Gezi Parkı eylemleri Occupy Gezi – Deutschland grubu tarafından Türkiye ile eş zamanlı eylemler yapılmasına rağmen bir grup adı altında değil Facebook kullanıcısı olan kişiler tarafından açılan etkinlikler üzerinden de destek bulmuştur. Etkinliğin oluşturulma amacı şöyle aktarılmaktadır; Taksim Meydan'ındaki son yeşil alan olan Gezi Parkı'nda hükümetin usulsüzce gece yarısı başlattığı buldozerlerle parktaki ağaçların kesilmek istemesine karşı başlayan ayaklanma polisin ölçüsüz şiddet

[162] (çevrimiçi) https://www.facebook.com/OccupyGeziDeutschland?fref=ts (erişim tarihi: 21.03.2016)
[163](çevrimiçi) https://www.facebook.com/OccupyGeziDeutschland/timeline (erişim tarihi: 21.03.2016)

kullanımı sonucu giderek büyümüş ve geniş kitlelerin katılımıyla hükümetin süregelen her türlü baskıcı ve adaletsiz uygulamasına karsı bir ayaklanmaya dönüşmüştür. Pasif direnisin polis tarafından ölçüsüz müdahalelerle durdurulmaya çalışılması sonucu birçok insan yaralanmıştır. Hükümet basına yayın yasağı getirmiştir ve konuyla ilgili haberler çarpıtılmakta veya verilmemektedir. İstanbul'daki direnişe destek vermek amacıyla saat 17:00'da Kreuzberg-Südblock'da buluşuyoruz[164]. Etkinliğe 2.372 kişi katılacağını bildirmiştir. Grup sayfasından yapılan paylaşımda 1 Haziranda Kreuzberg-Südblock'da yapılan protesto eyleminde katılımcıların görüntüleri Youtube'da[165] yer almaktadır.

Bu örneğe bakacak olursak Türkiye'de 31 Mayıs 2013'de yankı uyandıran Gezi Parkı eylemi hemen ertesi günü yani 1 Haziranda Almanya'da kendine bir örnek oluşturmuştur. Bunun en önemli nedenlerinden biri Zeliha Hepkon'un (2011), bahsettiği yeni iletişim teknolojilerinde bulunan en önemli özellik olan internetin hızından kaynaklanmaktadır.

Berlin'nin Kreuzberg ilçesindeki Kottbusser Tor Meydan'ında 6 Haziran 2013'de oturma eylemi yapılmıştır. Çok sayıda insan meydanda Türkiye'deki direnişle dayanışmak, AKP iktidarının baskıcı politika ve uygulamalarını, polis şiddetini şenlikli bir biçimde protesto etmek için buluşmuştur. Eylemin videosu paylaşım sitesi Youtube'da yer almaktadır.[166]

Ele aldığımız Facebook gruplarının ortaya çıkma amacı genellikle hükümetin politikalarını eleştirmek, polis şiddetini protesto etmek amaçlıdır. Mary Joyce'un görüşüne göre dijital aktivizm siyaset ile yakından ilgilidir. Eğer vatandaşlar kendi ülkesinde demokratik haklara sahip olmadığını düşünüyor ve bunu dile getirmek istiyorsa dijital aktivizme başvurur. Baskıcı ve otoriter hükümetlerde bu daha fazla görülür. Hükümettin dayattığı kısıtlamalardan dolayı insanlar kendilerini ifade edebilecekleri farklı bir ortamın arayışına girerler. Dijital aktivizmin amacını dijital

[164](çevrimiçi) https://www.facebook.com/events/174173379415596/ (erişim tarihi: 21.03.2016)
[165](çevrimiçi) https://www.youtube.com/watch?v=5Y12Xmm2qUA (erişim tarihi: 25.03.2016)
[166](çevrimiçi) http://www.youtube.com/watch?v=BMBMJnV4_b8&feature=youtu.be (erişim tarihi: 28.03.2016),

teknoloji araçlarını kullanarak toplumu ve politikayı değiştirme olarak da algılayabiliriz[167].

[167] Mary Joyce, *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. New York: İnternational debate education association, 2010, s.7.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE SOSYAL KUTUPLAŞMA İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA

3.1.Araştırmanın Amacı:

Sosyal medyanın olumsuz yönlerinden biri de insanları belli bir düşünce etrafında birleştirerek sosyal kutuplaşmaya sebep olmasıdır. Bu araştırmanın amacı sosyal medyanın sosyal kutuplaşmadaki rolünü araştırmaktadır.

3.2.Araştırmanın Önemi

Terör örgütlerinin dünyanın dört bir tarafına propagandalarını yapmalarında sempizatan kazanmalarında, insanları kendi amaçları etrafında brleştirerek kutuplaştırmalarında sosyal medya araç olarak kullanılmaktadır. medya Bu araştırma sosyal medyanın insanları etkileme gücünü ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca şu anda dünyanın gündeminde olan bir terör örgütünün nasıl sempizatan kazandığını ortaya koyması açısından dikkat çekicidir.

3.3.Verilerin Toplanması:

Bu araştırmada verilerin toplanması için nitel araştırma yöntemlerinden röportaj yapılmıştır İŞİD üyesi olan ve sosyal medyanın etkisiyle İŞİD'e katılan A.Y. ile Ajans Haber bünyesindeki muhabirlerle araştırmacı gazetecilik teknikleriyle temasa geçilmiş ve kimlik bilgileri gizli kalmak şartıyla bizzat araştırmacı tarafından kendisiyle mülakat gerçekleştirilmiştir.

3.4 Veri Toplama Aracı

Araştırma verilerinin toplanmasında gözlem, belge, doküman, inceleme, röportaj sorularından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında hazırlanan verileri toplamak için kullanılan mülakat soruları:" İŞİD'le ilk tanışmanız nasıl oldu?", Aileniz hakkında bilgi

verir misiniz?", "IŞİD'le nerede tanıştın?", "IŞİD'e ilişkin ilk görüşlerin nasıldı?", "Sonra bakış açın nasıl değişti?", "Ne gibi sorular sormaya başladın?", "IŞİD İle ilgili düşünülerinin değişmesine sebep olan yeni medyadaki farkındalık nedir?", "IŞİD'in vahşet videolarını nasıl savundular?", "IŞİD'e nasıl sempati duydun?" şeklindedir.

3.5.Veri Toplama Aracının Uygulanması :

Mülakatın uygulanması için gerekli izin alındıktan sonra Işid mensubu kişi ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakat için seçilen kişi sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan ve sosyal medyanın özelliklerini iyi bilen bir örgüt mensubudur. Bu kişiyle uygun bir zaman diliminde mülakat gerçekleştirilerek kendisinden objektif yanıtlar alınmıştır.

3.6.Bulgular ve Tartışma

IŞİD'in elinde bir silaha dönüşen sosyal medya hakkında IŞİD' katılan bir şahısla röportaj yapılmıştır. Bu röportaj sosyal medyanın en tehlikeli ve yaşamımızı derinden etkileyen kısmını görmemiz açısından önem taşımaktadır.

Örnek bir nitelik teşkil etmesi açısından bir IŞİD üyesinden alınan bu röportajda durumun ciddiyeti ortaya konulmuştur. Röportajda muhafazakâr bir hayata sahip gencin sosyal medya yoluyla tanıştığı bu yeni fikirlerden etkilenmesi ve IŞİD'e katılma sürecinde yaşananlar aktarılmaktadır. Röportaj A.Y'den ismi ve bilgileri saklı tutulmak koşuluyla alınmıştır.

İŞİD'le ilk tanışması hakkında zaten yaşamının muhafazakar bir çerçevede olduğunu, İŞİD'le tanışmasının Facebook aracılığıyla 2014 senesinde gerçekleştiğini belirtmiştir. İlk önceleri olaya çekinceli olarak yaklaşımda bulunurken ilerleyen süreçte Facebook'taki karşılıklı yazışmalarla daha da ilgisinin çoğaldığını dile getirmiştir.

Gaziantep'te öğrenci olan A.Y Ankara'da bir mobilya ustasının oğlu olduğunu ve Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nü kazanıp ailesinin yanından ayrıldığını belirtmiştir. Ankara'da yaşayan ailesinin orta seviyede bir hayat

sürdürdüğü kaydedilmiştir. Mobilyacı olan babası ve ev hanımı annesi ile normal gelir düzeyine sahip klasik bir Türk ailesine sahip olduğu saptanmıştır. Ailenin durumu fark etmesi sonucu A.Y'nin IŞİD'e katılmak üzereyken emniyete ihbar edilip yakalanması sağlanmıştır.

Yapılan röportajda IŞİD ile hangi ortamda tanıştığı konusunda televizyon ve Facebook aracılığı ile IŞİD ile tanıştığını ve bu olayın 2014 senesinde gerçekleştiği belirtilmiştir. Olayın başında çekincelerinin olduğunu fakat daha sonraki süreçlerde bu yaklaşımının değiştiği, karışlıklı yazışmalar ve aldığı yorumlar sonucunda bu yaklaşımını bıraktığı kaydedilmiştir.

A.Y IŞİD ile ilgili ilk görüşleri konusunda geleneksel medyadan takip ettiği zaman diliminde IŞİD'e karşı olumsuz durgular beslediğini ancak sosyal medya sayfalarına girmeye ve yorumları okumaya, videoları izlemeye başladıkça amaçlarının televizyonda yansıtıldığı şekilde olmadığı fikrinin kendisinde geliştiğini ifade etmektedir. Televizyonda barbar, cani imajı çizilen örgütün sosyal medyada başka bir görüntü verdiğini ve farklı yönlerinin görülebildiğini belirtmiştir.

IŞİD İle ilgili düşüncelerinin değişmesinde sosyal medyada seyrettiği bir videonun büyük ölçüde etkisi olduğunu belirtmiştir. Bu videoda IŞİD'li bir kişinin ölüm esnasında gülümseyerek "Cenneti görüyorum. Allah bana cenneti gösteriyor' şeklinde can vermesinin kendisinde büyük etki uyandırdığını ifade etmiştir. [168]

Böylece yeni bir farkındalık kazandığını ve sonrasında IŞİD'in facebook hesabındaki kullanıcılara sorular yönelttiğini belirtmiştir.

Sorduğu sorulardan birinin IŞİD'in İslamdaki mezhepler hakkındaki görüşlerinin neler olduğu yönünde olduğu ve aldığı cevap doğrultusunda İŞİD'lilerin Sünniliği ehli sünnet gördükleri, sünninin selefi olduğu selefilerin de peygamber efendimizin hayırlı nesil dediği ilk 3 nesil olan sahabe ve peygamber ahlakını takip etmeye çalıştıklarını kaydetmiştir. Şii mezhebine mensup olanların ehli sünnetler açısından tehlike taşıdığını bunlar için mücadele yürüttüklerini belirttiklerini atarmıştır. Ayrıca İŞİD lilerin örgüt olmadığını bir cemaat olduğunu, dünyanın İŞİD üyelerinden çekindiğini İŞİD in İslam Devleti kurmayı hedeflediğini belirtmişlerdir.

[168](çevrimiçi) (https://www.youtube.com/watch?v=69MrcBKdVBU, (erişim tarihi: 13.04.2016)

IŞİD'in vahşet videoları hakkında ise İşid in bu videoları hazırlamadığını şebbihler veya PKK örgütünce hazırlanıp İŞİD tarafından yapıldı şeklinde kamuoyuna IŞİD hakkında kötü imaj yaratıldığını kendisine ifade ettiklerini bildirmiştir. Buna ek olarak kendisine bir köyün basılıp herkesin öldürüldüğü videonun da PKK'lılar tarafından gerçekleştirildiğini, bunların IŞİD'i kötü göstermek için Türk kanallarında gösterildiği aktarılanlar arasındadır. A.Y, PKK'nın da kendi düşmanları olduğunu söyleyen IŞİD'e bu fikirler doğrultusunda daha fazla saygı duyduğunu bildirmiştir.

A.Y, IŞİD'in Türkiye'ye karşı saldırıları sonrasında örgütle yaptığı konuşmalarda hükümetin kafir olduğunun, önce kendilerini düzeltilmesi gerektiğinin, Türkiye'nin çok önemli bir konumda olduğunun ve İslam devletleri sancağını en başta çekmesi için temizlenmesi gerektiğinin bildirildiğini belirtmiştir. Bu gelişmelerin yaşandığı dönemde A.Y kendisinin de aynı şeyleri düşündüğünü bu yüzden kolaylıkla inandığını ve çok etkilendiğini ifade etmiştir.

A.Y, IŞİD üyelerinin Türkiye'de kendilerini gizlemediğini, Türkiye'den yüzlerce insanın İŞİD'e götürüldüğünü, gençlerin özellikle sosyal medyada video ve paylaşımlarla etki altında bırakıldığını, sosyal medyada gençlerle birebir iletişime geçildiğini yüzlerce gencin her gün IŞİD'e katılmak için Türkiye'den Suriye'ye geçtiğini aktarmıştır.

Sosyal medyada bu tür sayfalar gözlemlendiğinde IŞİD'in gençleri etkilemek için farklı yöntemler kullandığı görülmektedir. Dijital çağın iletişim araçları etkili kullanılmakta, önemsenmekte birebir iletişime geçilmektedir. Günümüzde sosyal medyanın öneminin pozitif yönde arttığı bilincinin, bu tür negatif yönlerin göz ardı edilmesine sebep olmaması açısından daha dikkatli ele alınması gerekmektedir. Sosyal medyanın toplumu kutuplaştırıcı etkisinin açık ve net şekilde gözlemlendiği bu örnek, konunun hassasiyetinin boyutunu belirtmektedir. Yapılan araştırma Türkiye'de IŞİD oluşumunun faaliyetlerini anlamamızı sağlamakta olup Amerika ve Avrupa ülkelerinden de IŞİD'e katılan birçok birey bulunmaktadır. Bu açıdan basında yer alan diğer röportajları ve sürdürülen diğer araştırmaları da incelemek olayın çerçevesini kavramamızda yardımcı olacaktır.

Amerika'da yapılan bir araştırmanın sonucunda George Washington Üniversitesi'nin hazırladığı raporda (Amerika'daki İŞİD: Retweed'lerden Rakka'ya) yaklaşık 400 IŞİD

sempatizanı Amerikan vatandaşının sahip olduğu internet hesapları araştırılmıştır. Ayrıca yasal dosyaları da incelenmiştir. Araştırma sonucunda şu oranlar elde edilmiştir; sempatizanlar % 40 oranında İslam dinini sonradan benimsemiştir ve ülkelerinden ayrılmış ya da ayrılma girişiminde bulunmuştur, % 14'ü kadınlardan oluşmaktadır ve bu takipçilerin yaşları 26 civarında seyretmektedir. Sonuç olarak zaman geçtikçe Amerika'da ve Avrupa'da birçok insan IŞİD'e üye olmak adına ülkelerini terk etmektedir.[169]

Görüldüğü üzere IŞİD örgütü sosyal medyayı profesyonel bir biçimde kullanmayı başarmakta ve bu mecranın gücünün farkında olarak davranmaktadır. Yazılı medyada yer bulan bir diğer röportajda bu gücü kullanırken hangi yöntemlerin benimsendiği açıklanmaktadır.

Vice News'de geçmiş yıllarda Moonie üyesi olan Steven Hassan ile yapılan röportajda İŞİD oluşumunun bireyleri etkilemeyi hangi yolla sağladığı, hangi algı yönetimi tekniklerini insanlar üzerinde kullandıkları gözlemlenmiştir. Genel bir bakışla değerlendirildiğinde şahısların hangi ölçüde negatif fikirlere kapıldıkları veya net bir biçimde sıra dışı bu oluşumun içinde bulundukları değerlendirilebilmektedir. Fakat IŞİD'in bünyesine dahil olan bireyin bilincine keşfe çıktığımızda şahsı motive eden etkilerin, ilgilendiği ve merak ettiği konuları ortaya çıkarmak amacıyla bir takım tuşlara basılması temelinde spesifik bir sosyal psikoloji bilimi metodu olduğu Hassan tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca, bu şahısların genellikle sosyal psikoloji dalında eğitim almış, açık bir şekilde ikna metotlarını uyguladıklarının üstünde durmuştur.

Hassan en vahşi davranış tiplerinin bile normal gösterildiğini belirtmiş ve katledilen insanların sosyal yaşamları ve aileleri oldukları göz önünde bulundurulmadan onların sadece şeytani özellikleri olduğu görüşüyle dünyadan bu varlıkların temizlenmesi amacıyla hareket etmelerinin sağlandığını belirtmiştir. Dünyada İslam yönetiminin kurulabilmesi için çaba gösterilmesi gerektiği konusunda güdülendirilmekte olunduğunu bildirilmiştir. [170]

[169](çevrimiçi) http://www.theguardian.com/world/2015/dec/01/isis-america-twitter-social-media-radicalisation (erişim tarihi: 05.01.2016)
[170](çevrimiçi), http://www.vice.com/read/isis-mind-control-young-british-muslims-857(erişim tarihi: 12.01.2016)

Sosyal medyanın kötüye kullanılmasının ne gibi sonuçlara yol açabileceği ve tehlikeli sonuçlarının ne derece önemli olduğu Hassan ile yapılan araştırmada gösterilmiş olup bir başka röportajda IŞİD sempatizanı Alex de benzer ifadelerle açıklamalar da bulunmuştur.

The New York Times'ın haberine göre "İŞİD ve Yalnız Amerikalı" başlıklı röportaj İŞİD'de sürdürülmekte olan algı yönetimi tekniklerinin sonuçlarını ortaya çıkarmaktadır. Alex Washington şehirden uzakta hayatını sürdüren 23 yaşında genç bir kadın olarak diğer bir algı yönetimi kurbanıdır. Genç kadın sosyal ağlar vasıtasıyla hayatına giren "Faisal" isimli bir İŞİD yanlısı ile uzun bir zaman boyunca Skype, Twitter, ve mail yollarıyla konuşmalar gerçekleştirmiş, yalnız müslümanlığı değil İŞİD oluşumunun hangi koşullarda ortaya çıktığı ve İŞİD örgütünün faalietlerini devam ettirdiği Suriye ve Irak'da Allah'ın buyurduğu biçimde hayatını sürdürebileceği kişisel menfaatleriyle kandırılmıştır. İslam dinine mensup bireylerin ABD'de zayıf düşürüldüklerini aktaran Faisal, terörist sıfatıyla mimlenebileceği mevzusunda Alex'i bilgilendirmiştir, izleyen zamanda ikisi arasında geçen diyaloğun Alex'in ailesi tarafından dahi saklanmasının genç kadının yararına olacağını ifade etmiştir. İnandığı Tanrıya ve onun buyruklarına uymadığı hissini taşıyan Alex yine de örgüt aracılığı ile birçok arkadaş edindiği için bu oluşumdan ayrılmadığını belirtmiştir. İŞİD örgüt tanıtımı açısından birçok maskeyle ortaya çıkmaktadır. Ayrıca yapılan bu röportaj sonrasın Alex'in, Faisal ile görüşmelerini sonlandırmadığı kaydedilmiştir.[171]

Yayınlanan bir diğer çalışmadaki "Temiz Yüzlü Batılılara İŞİD Propagandasıyla Terörism Aşılanıyor" başlıklı haber bu kez İŞİD'in propagandalarının kurbanı Jake Bilardi isimli Avusturyalı bir gençle konu hakkında konuşmuştur. "Bu senenin başlarında (2015) Irak'ın Ramadi kentine mermi yağdıktan sonra, kendi bloğunda annesinin kaybının acısıyla, yaşadığı banliyöyü geride bırakıp alışılmadık bir dindar savaşçı oluşunu açıklama amacıyla uzunca bir manifesto yayınlamış." şeklinde devam eden haberde kendi bloğundan bir kesite yer verilmiş olup yazısında "Örgüt hakkındaki bakış açımı sorgulamaya başlamamdaki neden, örgüt hakkında duyduğum hikayeler ve kardeşlerimle olan konuşmalarımdır... Yavaşça fakat emin bir şekilde örgütü sevmeye başladım." ifadeleri yer almaktadır. Fakat onun hikayesi de diğerlerinden farklı değildir,

[171](çevrimiçi) http://www.nytimes.com/2015/06/28/world/americas/isis-online-recruiting-american.html (erişim tarihi:15.03.2016)

her ay daha fazla "temiz yüzlü batılılar" hayatlarını İŞİD'in savaşının giderek artan şiddeti ile değişmektedirler.

Siber psikoloji uzmanı Bayan Brewer konunun o kadar da çelişkili olmadığını, gençlerin sadece kolayca ünlü ilan edilen Kim Kardashian'dan etkilenmeyip aynı zamanda onların, İŞİD ve onun mükemmel olarak tanıtım propagandalarından da etkilenebileceklerine inandığını açıklamıştır. Röportajında "Sanırım bir derece şöhret kültürünün üzerinde duruyor –sonuçta cihatçı bir ünlü olmaya çalışıyorsunuz ve eğer bir süper model ya da bir Justin Bieber olamıyorsam, ben de o zaman..." şeklinde cümlesine son vermiştir.

Bu tehlikeye karşı sosyal medya siteleri birçok önlem almaktadır ancak röportajlarda da görüldüğü üzere bu önlemler sonucu değiştirmekte yeterli olamamaktadır.

Youtube gibi sosyal medya şirketleri terörizm tanıtımı yapan materyalleri tespit etmek ve kaldırmak için gece gündüz çalışmaktadır. 24 saat bazında terörist materyallerini hedef alıp engellemek için çalışacak küresel takım çalışanlarının işe aldığı vurgulanmıştır. Takım şimdiden sitede bulunan bir milyondan fazla videoyu tespit edip engellemiştir. Aynı zamanda Facebook da terörizmle alakalı içerikleri farkına varır varmaz etkisiz hale getireceklerine dair önlemler almıştır. Sitedeki gönderileri, fotoğrafları ve grupları detaylı şekilde inceleyip şüpheli olan hesapları kapattıklarını ifade etmiştir.[172]

Özetle, sosyal medyanın tüm düşünceleri özgür bir biçimde sesli veya görüntülü etkili medya araçları ile destekleyerek sunmayı sağlaması, çağdaş ve gelişen bir toplum modeline dönüşmeyi mümkün kılsa da bahsedilen terör yanlısı tutumlar ve algı yönetimi teknikleri, bu dönüşümü olumsuz yönde etkilemekte ve küreselleşmek yerine toplumsal kutupsallaşmaya neden olmaktadır.

[172](çevrimiçi) http://www.news.com.au/national/freshfaced-westerners-are-being-lulled-into-terrorism-by-isis-propaganda/news-story/8448148e3a0c33c01b95db4dc1bab492, (erişim tarihi: 02.04.2016)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma sosyal medyanın kutuplaştırıcı etkilerinin açıklandığı ve birçok konu ve bakış açısı çerçevesinde ele alındığı bir incelemedir. Toplumda kutuplaşmanın ne gibi bir anlam taşıdığı ve neden önemli olduğu gibi kayda değer sorular cevaplanıp, yorumlanmıştır. Türkiye'de sosyal kutuplaşmanın durumu bu konuda yapılan bir çalışmadan hareketle gözler önüne serilmiştir. Türkiye'de belli kesimler etrafında kutuplaşma olduğu görülmektedir. Bu kutuplaşmada medya araçları ve sosyal medya da etkili olmaktadır.

Kutuplaşmada ekonomik farlılıkların etkileri göçler, yoksulluk, işsizlik, mesleki yapılanma ve gruplaşma konuları değerlendirilip araştırma genişletilmiştir. Bu alanlarda bulunan kutuplaşmaya neden olan faktörlerin sonuçları belirtilmiş olup bu sonuçlardan elde edilen çıkarımlar belirtilmiştir. Böylece toplumsal kutuplaşmanın farklı tarafları ve nedenleri ifade edilmiş olup daha sonraki sosyal medya ile olan ilişkisi konusuna geçiş yapılmıştır.

Sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmaya neden olmasına neden olan faktörlerin derin bir şekilde incelenmesi için öncelikle sosyal medya çeşitleri ve kullanım alanları açıklanmıştır. Çalışmada sosyal medya ortamları incelenmiş aralarındaki farklar ve kullandıkları yöntemler, avantajları ve dezavantajları ifade edilmiştir. İnternet çağında ortaya çıktıkları zamandan itibaren ne gibi bir gelişim sergiledikleri belirtilmiş, ne tür toplumsal olaylarda etkili oldukları ve nasıl bir etki yarattıkları açıklanmıştır. Bu toplumsal olayların; Arap Baharı, Gezi Parkı Eylemleri gibi ne tür bir düzlemde ilerlediği sosyal medya araçlarının rolleri ve nasıl kullanıldıkları tespit edilerek incelenmiştir.

Araştırmanın uygulama kısmında yapılan röportajda ortaya konulduğu gibi sosyal medyanın bütünleştirici etki yarattığı durumlar olsa da toplumu ayrıştırıcı ve gruplaştırıcı yanları da bulunduğu desteklenmiştir. Sosyal medya ağlarının kitle iletişiminde kolaylık ve hız sağlaması sonucunda elde ettiği bu büyük güç toplumu olumsuz etkilemek isteyen gruplar tarafından da uzmanca kullanılmakta olup, bunun sonucunda, daha önce belirtildiği gibi, terör oluşumları bu mevcut vaziyetten fayda gütmektedirler. Algı yönetimi yöntemleriyle şahısların fikirleri değiştirilip şiddet ve

intihar olaylarına karışmalarına ön ayak olunmaktadır. Bu tehlikeli şartların dikkatle gözlemlenip önlemler alınması ve uluslar arası otoritelerin gerekli düzenlemeleri yapması sosyal medyanın yaratabileceği olumsuz etkilerin azaltılmasında büyük önem taşımaktadır. Gün geçtikçe küreselleşmenin dünyada daha fazla etkisini göstermesi sonucunda iletişim artık daha sınırsız ve süratli bir hal almıştır. Bu durum sınırsız bilgi ve içerik paylaşımını da mümkün kılmıştır. Ancak bu paylaşımların ahlaki açıdan ne tür bir etki yarattığı kuralları tam olarak belirlenmemiş bu mecrada meçhuldür. Değişen ve gelişen çağdaş internet toplumunun önünde bu tür engeller ve olumsuzluklar bulunmaktadır. Bu çalışma da bu yönler aydınlatılmış ve yararlanılan kaynaklar ışığında desteklenmiştir.

Araştırmacılara öneriler:

Sosyal kutuplaşmanın zararlı sonuçlarının önlenebilmesi için bu konuda yapılan araştırmalar desteklenmelidir. Sosyal medyanın olumsuz tarafları daha yakından incelenmeli, terör örgütlerinin sosyal medyada kullandıkları iletişim stratejileri ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Sosyal medyanın kamu diplomasisi hakkında çalışmalar yapılmalıdır.

Uluslararası Otoritelere Öneriler

Uluslar arası otoritelerce; sosyal kutuplaşamaya sebep olan sosyoekonomik sorunlar gibi sorunlarla alakalı çözüm yöntemleri geliştirilmesi gerekmektedir. Uluslar arası otoritelerce sosyal medyanın kullanımı ve denetlenmesi ile alakalı düzenlemeler yapılmalıdır. Sosyal kutuplaşmaya sebep olan göç, işsizlik, yoksulluk, ekonomik seviyelerdeki uçurum gibi sorunların azaltılması yönünde daha fazla çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Devlete öneriler:

Toplumun bilinçlenmesi ile ilgili çalışmalar sürdürülmeli, bu konuda kamu spotları yapılıp tüm medya kanallarından yayınlanmalıdır. Toplumun sosyal medyayı bilinçli kullanması öğretilmeli bu konuda eğitimler verilmeli okullarda müfredata eklenmelidir. Sosyal medyanın zararlı tarafları vurgulanmalı ve ailelerin doğru davranış biçimleri oluşturmaları sağlanmalıdır. Bu konuda çocuklarına belli sınırlamalar getirmeleri ve belli bir olgunluk yaşına kadar kullanmalarına engel olmaları sağlanmalıdır. Ayrıca,

kullanılan bilgisayarlar için bu konuda geliştirilmiş koruyucu yazılımlar edinilmesi de yararlı olmaktadır. Türkiye'de sosyal kutuplaşmanın ileride büyük sorunlara yol açmaması için gereken önlemlerin alınması ve gereken çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Sosyal Medya Teknolojisi Üreten Şirketlere Yönelik Öneriler (Facebook, Twitter vb.)

Sosyal medya hesaplarının yakından takip edilmesi, terör örgütlerinin propagandasını yapan sayfaların kapatılması gerekmektedir. Terör örgütü üyelerinin sosyal medyadan paylaşım yapmasının engellenmesi gerekmektedir.

Ailelere öneriler:

Çocukların sosyal medyayı bir sosyalleşme aracı olarak kullanması engellenmeli, çocuklar sosyal etkinliklere yönlendirilmeye teşvik edilmelidir. Çocukların sosyal medyayı kontrolsüz kullanmaları engellenmelidir.

KAYNAKÇA

AKAR, Erkan, **Sosyal medya pazarlaması**, Ankara: Efil Yayınevi, 2010.

AKTAY, Yasin 'Gezi Parkı Etrafında Yaşanan Toplumsal Olaylara İlişkin İzleme ve Değerlendirme (Rapor)', **Stratejik Düşünce Enstitüsü, 2013,** s. 15.

AKYAZI, Erhan, Ateş, Deniz, **Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma**, Sosyal Medya Akademi, Beta, 2012.

ANDERSEN, Hans, Thor. Spatial-Not Social Polarisation Social Change And Segretion In Copenhagen". **The Greek Review Of Social Research**, 2004,s.147.

ARİF Yıldırım, **Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması**, Kara Tolga ve Ebru Özgen. (Ed.) Sosyal Medya Akademi içinde. İstanbul: Beta Basım Yayım, 2012.

ASKEROĞLU, O. "Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medya Rolü", (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2010.

AYDIN. Durmuş, "Küreselleşme ve Yoksulluk İlişkisinin Sosyolojik Analizi". (Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), Elazığ, 2007.

AYHAN**,** Furkan, **Küresel Aktörlerin Mücadelesi: Suriye'yi neler bekliyor?**, Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi ORSAM, (Çevrimiçi), http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=3216,(Erişim Tarihi:15/03/2016).

AYHAN, Veysel, Libya Savaşı, Uluslararası Etkileri ve Türkiye'nin Konumu, Nisan 2011, Cilt.3 sayı: 28, s.8-18.

AYHAN, Veysel, **Tunus İsyanı: Arapların Devrim Ateşini Yakması**, Ankara: Ortadoğu Etütleri, 2012.

AYTEKİN, Çiğdem, "Wiki Uygulamalarında İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi", **Bilişim Teknolojileri Akademik Dergisi**, cilt. 2, sayı. 5, 2011, s. 7-17.

BAUDRILLARD, Jean, **Simülakrlar ve Simülasyon**. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları. 2011.

BİNGÖL, Yılmaz, Tanrıver, Nihal, "Bilgi Çağında Değişen Sosyal Hareketler: Sanal Eylemler", **The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management**, 6, 2011, s.131-141.

BODUR, Mehmet Zeki, "Ege'de Denizden Yapılan Yasa Dışı Göç Ve Göçmen Profilleri, Göçmenlerin Geleceğe Yönelik Beklentileri ve Öngörüler", **Güvenlik Stratejileri Dergisi**, Cilt.6, Sayı.12, Aralık 2010, s.103.

BOSTANCI, Mustafa, **"**Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", (Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, (Yüksek Lisans Tezi) Kayseri, 2010.

BOUNDAOUI, Assia. "'Reform not revolt' in Algeria." **Al Jazeera gazetesi**, 2.3.2011

BREATHNACH, Proinnsias, "Social Polarisation In The Post-Fordist Informational Economy: Ireland In International Context"**. Irish Journal of Sociology**, Vol.11, No.1, (2002),s.3.

BST, **Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması**, Şubat 2016.

CASTELLS, Manuel, **Ağda Küreselleşme, Kimlik ve Toplum-Calhoun, Lyon ve Touraine'e Cevap**. M. Armağan içinde, *Küresel Kuşatma Karşısında İnsan* (Ş.Yalçın, Çev.,). İstanbul: Ufuk Kitapları, 2004.

CASTELLS, Manuel, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür (Cilt 1, Ağ Toplumunun Yükselişi). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013a.

COŞKUN, Mustafa Kemal, Süreklilik ve Kopuş Teorileri Bağlamında Türkiye'de Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Ankara: 60(1), 2006, s.11-22

ÇETİN, Soner, Gezide Sosyal Medya İstatistikleri', **İnsan Haber**, http://insanhaber.com/insan-ozel/gezide-sosyal-medya-istatistikleri h19098.html, 2013, s.4-5.

ÇİLDAN, Cihan, "Sosyal Medya'nın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü" Mustafa Ertemiz, H.Kaan Timuçin, Evren Küçük, Duygu Albayrak, Bilkent Üniversitesi Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri Bölümü, Ankara, 2011.

ÇUBUKÇU, Mete, **Yıkılsın Bu Düzen: Arap Ayaklanmaları ve Sonrası**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2012.

DAHSHAN, Mohamed El, "Tunisia stakes a claim." Foreign Policy Middle East Channel.. (çevrimiçi) http://transitions.foreignpolicy.com/posts/2012/05/21/tunisia_ stakes_a_claim. (Erişim Tarihi: 02.04.2016)

DOLLAR, David, **Globalization, poverty and inequality since 1980**. World Bank, Working Papers, No. 3333, 2005,s.159.

DRUCKER, Peter F. **Kapitalist Ötesi Toplum**. İstanbul: İnkılap Kitabevi. 1993.

DURAC, Vincent, "Yemen's Arab Spring-Democratic Opening **or Regime Maıntenance."** BRISMES Annual Conference 2012 Revolution an Revolt:Understanding teh Forms and Causes of Change. http://brismes2012files.wordpress.com/2012/02/vincent-durac-yemens-arabspring pdf, 2012.Erişim Tarihi:

DURMUŞ, Beril, Yeşim, Bülent Kılıç, "Facebook'tayız Sosyal paylaşım ağlarının bireylere ve işletmelere yönelik incelenmesi: Facebook üzerine bir araştırma", İstanbul: Beta, 2010,s.

ERBAY, Nur Özgen, **Sosyal Medyada Arap Baharı**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde İstanbul: Alfa Yayınları. 2012.

ERBAY, Nur Özgen, **Sosyal Medyada Arap Baharı**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde İstanbul: Alfa Yayınları. 2012.

ERDEM, Burcu Kaya, "Yeni Dünya Düzeni'nin Rizomları: Araplar ve Sosyal Medya", Ed Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde (ss. 165- 187), İstanbul: Alfa Yayınları, 2012.

ERDER, Sema, **İstanbul'a Bir Kent Kondu: Ümraniye**, 4. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

ERDOĞDU, Seyhan, "Sosyal Politikada "Avrupalı" Bir Kavram: Sosyal Dışlanma", **Çalışma Ortamı Dergisi**, Temmuz-Ağustos (75), 2004. http://calismaortami.fisek.org.tr/wp-content/uploads/calisma_ortami75.pdf

ERGEN, Yunus, **Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yeni Medya: Twıtter Gündemi Hakkında Karşılaştırmalı Bir Analiz** . Makale . İstanbul, 2014.

ESTEBAN, Joan, Ray, Debraj, "On The Measurement Of Polarization**". Econometrica**, 62(4), 1994, s.825.

ETE, Hatem, Taştan, Çoşkun, Kurgu İle Gerçek Arasında Gezi Eylemleri **Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı**, 1. Baskı, Ankara. 2013.

EVREN, Yiğit "İstanbul Merkez Bölge'de Bütünleşme ve Ayrışma". **YTÜ Mim Fak. E-Dergisi**, 2(1) ,2007, s.14.

FRIEDMAN, Thomas **Dünya Düzdür**. (L. Cinemre, Çev.) İstanbul: Boyner Yayınları. 2006.

GALLIE, Duncan, Skill Trends, **Job Quality and Social Polarization**., Equalsoc Network, Sep 2005- Dec 2010,

GERBAUDO, Paolo, **Twitler ve Sokaklar**, Agora Kitaplığı..

GÖÇOĞLU, Volkan, "Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi". (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü), Ankara,2014.

GÖKÇE, Orhan, Yeni Medya- Kamuoyu- Demokrasi, (Ed.) Edibe Sözen, *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz* içinde (ss.37- 54), İstanbul: Alfa Yayınları, 2012.

GÖNENLİ, Gülşah, Pelin, Hürmeriç, S**osyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı**, Sosyal Medya/Akademi,Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, İstanbul: Beta Yayınları. 2012.

GÜRBÜZ, Mehmet, **"**Yüreğir'e Göç Eden Nüfusun Sosyo-Ekonomik Özellikleri ve Şehirleşme Sürecindeki Değişimi", **İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi**, Sayı.15, 2007, s.2.

HAMNETT, Cross, Chris D. **Social Change**, **Social Polarisation and Income Inequality in London**, 1979-1993. Kluwer Academic Publishers, 1998.

HAN**,** Ahmet, **"Suriye'de Kimyasal Silah Kullanımı: Gerçelten bir "Oyun Dönüştürücü"mü?"** Ortadoğu Analiz, Eylül 2013, 35-44.

HANSEN, Anders Lund, Andersen, Hans Thor ve Eric, Clark. "Creative Copenhagen Globalization, Urban Governance and Social Change". **European Planning Studies**, 9(7), 2001,s.864.

(çevrimiçi) http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/127684-arap-devrimindesosyal-medyanin-rolü, (Erişim Tarihi:12.03.2016)

(çevrimiçi) http://carnegieendowment.org/2011/01/28/day-of-anger-new-protest-scene-in-egypt/fll, (Erişim Tarihi: 03.04.2016)

(çevrimiçi) http://www.aljazeera.com.tr/gorus/arap-bahari-sonrasi-yemenin-cikmazlari,(Erişim Tarihi:15.03.2016)

(çevrimiçi) http://www.bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/127684-arap-devriminde-sosyal-medya-nin-rolu, (Erişim Tarihi: 15.02.2016)

(çevrimiçi)http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/18814/Demokrasi_icin_Facebook___8217_a.html, (Erişim tarihi: 20.01.2016)

(çevrimiçi) http://www.news.com.au/national/freshfaced-westerners-are-being-lulled-into-terrorism-by-isis-propaganda/news-story/8448148e3a0c33c01b95db4dc1bab492(erişim tarihi: 01.02.2016)

(çevrimiçi) http://www.nytimes.com/2015/06/28/world/americas/isis-online-recruiting-american.html (erişim tarihi: 03.02.2016)

(çevrimiçi) http://www.theguardian.com/world/2015/dec/01/isis-america-twitter-social-media-radicalisation(erişim tarihi: 03.01.2016)

(çevrimiçi) http://www.vice.com/read/isis-mind-control-young-british-muslims-857(erişim tarihi: 13.02.2016)

(çevrimiçi) http://www.youtube.com/watch?v=BMBMJnV4_b8&feature=youtu.be (erişim tarihi: 15.02.2016)

(çevrimiçi) https://www.change.org/tr/kampanyalar/monokl-polis-%C5%9Fiddetine-son-verilsin-contre-la-violence-oliciere-a-istanbul(erişim tarihi: 16.02.2016)

(çevrimiçi) https://www.facebook.com/events/174173379415596/ (erişim tarihi: 03.04.2016)

(çevrimiçi) https://www.facebook.com/OccupyGeziDeutschland/timeline (erişim tarihi: 21.02.2016)

(çevrimiçi) https://www.facebook.com/OccupyGeziDeutschland?fref=ts (erişim tarihi: 22.02.2016)

(çevrimiçi) https://www.indiegogo.com/projects/full-page-ad-for-turkish-democracy-in-action erişim 02 05 2014 (erişim tarihi: 25.02.2016)

(çevrimiçi) https://www.youtube.com/watch?v=69MrcBKdVBU (erişim tarihi: 21.01.2016)

International Journal of Urban and Regional Research, Vol.34.4, 2010, s.744.

IŞIK, Gülcan, **Sanaldan Sokağa Toplumsal Hareketler**, Nobel Yayınları, Ankara, 2013b.

JOYCE, Mary, *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. New York: İnternational debate education association, 2010, s.7.

KAHRAMAN, Murat **Sosyal Medya 101 2.0**, İstanbul: Mediacat, 2013.

KAPLAN, Andreas M., Haenlein, Michael, Users of The World, Unite!", **The Challenges and The Opportunities of Social Media**, Business Horizons, 53(1), 2010, s.60.

KARA, Tolga, "Sosyal Medya Ağlarının Sosyal Ticaret Ağına Dönüşümü:Facebook Örneği", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** cilt: 11, sayı: 4 , 2012, s. 1419- 1439.

KARCIOĞLU, Fatih, Kurt, Esat, "Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar Ve Birkaç Kurumsal Bloğun İncelenmesi", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2009, s. 2- 51**.**

KILIÇ, Eda vd., "Arap Dünyasında Entropi: Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'de Halk Ayaklanmaları", **İstanbul: Türkiye Uluslararası İlişkiler Çalışmaları Yakın Doğu Araştırmalar Merkezi** (TUİÇ-YADAM) Rapor No: 1, Ekim 2012, s. 11.

KILIÇ, Eda vd., **Arap Dünyasında Entropi: Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'de Halk Ayaklanmaları,** İstanbul: Türkiye Uluslararası İlişkiler Çalışmaları Yakın Doğu Araştırmalar Merkezi (TUİÇ-YADAM) Rapor No: 1, Ekim 2012, s.38.

KIŞLAKÇI**,** Turan, **Arap Baharı**, İstanbul: Mana Yayınları, 2001.

KOÇAK, Gizem Nafize, "Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışları ve Motivasyonlarının Kullanımları ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama", (Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı), Eskişehir, 2012.

KOÇAK, Konur Alp, Yasemin Devrimi'nden "Arap Baharı"na Tunus, **Yaşama Dergisi**, 2012,s.25.

KOSTRES, Milica ve Reba, Darko, **Housing For The New Socio-Economic Elite- A Case Study Of Novi Sad**. Architecture and Civil Engineering, 8(3), 2010,s.331.

KUŞAY, Yeliz, **Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri,İkinci Medya Çağında İnternet**, İstanbul: Alfa Yayınları, 2010.

LEAVEY," Jason Social Media and Public Policy: What Is The Evidence". Alliance for Useful Evidence, 2013, (çevrimiçi) http://www.alliance4usefulevidence.org/assets/Social-Media-and-Public-Policy.pdf. (erişim tarihi: 05.16.2016)

Libya protest over housing enters its third day", el-Ahram Gazetesi, 16 Ocak 2011.

MARSHALL, Ray, **Internationalization: Implications for Workers. Journal of International Affairs**, 48(1), 1994,s.72.

MATTELART, Armand, **İletişimin Dünyalaşması**. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları, 2001**.**

MAYFİELD,A.,:"WhatisSocialMedia", (çevrimiçi) http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, yayınevi: ICrossing, , s. 5 ,14, 15. (erişim tarihi: 12.03.2016)

MOROZOV, Evgeny, New Media Essentials. Prague: Paper Presented at Trassitions Online. 2007.

NAFİSEH, Zafarmand, "Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR2.0", (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi Ankara), 2010.

NATO: Libya Operasyonu Devam Edecek, Zaman Gazetesi Dış Haberler İnternet Sayfası, http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=1171889, Erişim Tarihi:

ÖZDEMİR, Süleyman, Ersöz, Yunus Halis, İbrahim. Sarıoğlu, **İşsizlik Sorununun Çözümünde Kobi'lerin Desteklenmesi**. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No: 2006-45, 2006.

ÖZÜDOĞRU, Şakir, "Bir Web 2.0 Uygualaması Olarak Bloglar: Blogların Dinamikleri Ve Blog Alemi", **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC**, Volume 4 Issue 1, s. 2014, 36- 50.

PHILLIPS, David, Young, Philip,, **Online Public Relations, A Practical Guide toDeveloping and Online Strategy in the World of Social Media**, Kogan Pages,Second Edition, London, 2009.

PRASHAD, Vijay, **Arap Baharı, Libya Kışı**, İstanbul: Yordam Kitap, 2012.

PRATSCHKE, Johnatan. ve Morlicchio, Enrica **"Social Polarisation, The Labour Market And Economic Restructuring In Europe: An Urban Perspective".** *Understanding Social Science Working Paper*, No.02, 2008,s.15.

RITZER, George **Küresel Dünya**. (M. Pekdemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 2011.

SALIK, Nuri **Suriye Politik Kültüründe Tarihsel Pragmatizm, Beşar Esed Dönemi Suriye Dış Politikası ve Türkiye-Suriye İlişkileri**, Ortadoğu Stratejik Araştırmaları Merkezi (ORSAM), Rapor No:85, (çevrimiçi) http://www.orsam.org.tr/en/enUploads/Article/Files/20111116_85raportum.pdf, (erişim tarihi: 06.04.2016)

SARAÇOĞLU, Diyar, Sosyal Medya: Olanaklar, Sınırlar ve Özgürlük, **Bilgisayar Mühendisleri Odası Dergisi**, Sayı 4, Şubat, Ankara. 2014, s.1

SEÇKİN, Canan, "Bir Halka İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Üç Alana Yönelik Bir İnceleme", (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halka İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2013.

SEUNG, Jin, A., Phua Annie, Joe, "Following Celebrities' Tweets About Brands: The Impact of Twitter-Based Electronic Word-of-Mouth on Consumers' Source Credibility Perception, Buying Intention, and Social Identification With Celebrities", **Journal of Advertising, American Academy of Advertising**,2014,

SOYTÜRK, Müjdat, Türkiye'nin en popüler haber siteleri. MediaCat, 16 (164), 2008, 75-78.

SZAJKOWSKI, Bogdan, **"Socıal Medıa Tools And The Arab Revolts", Alternative Politics**, 2011, Vol. 3, No. 3, 420-432, pp.421.

TAİ, Po-Fen "Beyond 'Social Polarization'? A Test for Asian World Cities in Developmental **States"**. **International Journal of Urban and Regional Research,** Vol.34.4, 2010, s.743.

TÜRKMEN, Ercan, **Kitlelerin Sosyal Ağlar İle Aracılanmış Gündem Belirleme Gücü: Gezi Parkı Örneği** (Makale). İstanbul: Marmara Üniversitesi. 2013, s. 15.

UNGAR, Sheldon "Misplaced Metaphor: A Critical Analysis of the Knowledge Society". **The Canadian Review of Sociology and Antropology** , *3* (40), 2003, s.331-347.

VONA. Esra Kurt, (çevrimiçi) **http://www.toplumvedemokrasi.org.tr/index.php/tdd/article/viewFile/189/298**. (erişim tarihi: 13.02.2016)

WRISTON, Walter **Ulusal Egemenliğin Sonu**. İstanbul: Cep Kitapları. 2002.

(çevrimiçi) www.**yasader**.org/web/yasama_dergisi/2012/sayi22/62-98.pdf. (erişim tarihi: 16.02.2016)

YAĞMURLU, Aslı, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya", **Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi,** cilt. 7, sayı. 1, 2011, s. 5- 15.

YALÇINER**,** Mustafa, **Arap Dünyasında Ayaklanma: Nedenler-Olasılıklar-Sonuçlar**, İstanbul: Evrensel Basım Yayım, 2011.

YAMATO, Gonca Telli, Şekeroğlu,,Özgür Karamanlı, **Sosyal Medya ve Blog**, İstanbul: Kriter Yayınevi, 2014.

(çevrimiçi) Yaptırımların Hedefi Kaddafi, Habertürk, http://www.haberturk.com/dunya/haber/605237-, 2011. (erişim tarihi: 16.02.2016)

YILDIRIM, Ergün, **Bilginin Sosyolojisi**. Bursa: Ekin Yayınevi.

YİNG, Murat, "Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler", (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), İşletme M.B.A , İstanbul. 2012.

YÜCEOL, Hüseyin, Mualla, "Türkiye'de İller Arası İşsizlik Oranı Farklılıkları, Göç ve Ekonomik Kalkınma", **Sosyo Ekonomi Dergisi,** Özel Sayı, 2011, s.32.

YÜKSEL, Müberra, **Küreselleşme Sürecinde Yeni Bir İletişim Ortamı**, Öneri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(28),2007, 317-326.