



Mesut KESEN
Hukuk Müşaviri

Sosyal Medya Etkisi ve Gezi Parkı

Sosyal Medya, ülkemizde çok yeni bir kavram olmasa da Taksim Gezi Parkı eylemleri dolayısıyla toplumdaki ve güvenlik sektöründeki önemi fark edilmeye başlanmıştır. Özellikle genç kuşakların internet teknolojileri ve mobil cihazların kullanımına aşina olmaları nedeniyle sosyal medya denilen

araçlar ülkemizde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Cep telefonlarında hızla gelişen teknolojilere ilgi toplumumuzda çok fazladır. Neredeyse genç insanların çoğunda akıllı mobil cihazlar bulunmaktadır. Cep telefonu servis sağlayıcılarının sundukları "Mobil İnternet" imkanlarının da ucuz ve

Türkiye’de 16 milyon Twitter hesabı bulunurken bunlardan 8 milyon adedi aktif olarak kullanılmaktadır. Ancak eylemler başladığı andan itibaren kısa süre içinde 500 bin yeni hesap açılmış ve eylemlerde etkin rol oynamıştır.

erişimin kolay olması akıllı telefonların kullanılmasını özendirmektedir. Facebook ve Twitter gibi bazı sosyal medya uygulamalarına erişimin, bazı cep telefonu firmaları tarafından ya ücretsiz yahut cüzi bir bedel karşılığında olması gençlerin birbirleriyle sosyal ağlar kurmasını, mesajlaşmasını ve paylaşımlar yapmalarını kolaylaştırmaktadır. Hatta bu tür sosyal medya sitelerinin geliştirmiş olduğu etkinlik düzenleme



Sosyal medyada paylaşılan bilgiler, hızlı yayılma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, paylaşılan bir bilginin çok kısa bir sürede binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşması mümkündür.

araçları ile sanal ve fiziki etkinlikler düzenlenebilmektedir.

Hemen her ortamda başta gençler olmak üzere pek çok insan akıllı telefonlarıyla sürekli mesajlaşmakta ve paylaşımlar yapmaktadır. Son zamanlarda yapılan araştırmalara göre akıllı cihazları kontrol etme sıklığı 6,5 dakikaya kadar düşmüştür. İnsanlar akıllı cihazları ile e-postalarına bakmanın yanında sosyal ağlardan gelen mesajları, resim ve videoları da çok sık bir biçimde kontrol etme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu ihtiyaç nedeniyle ve oluşan sosyal ağlar dolayısıyla günümüzde insanlar birbirleriyle sadece sanal ortamlarda görüşmekle kalmayıp fiziksel olarak da bir araya gelebilmektedir. Sanal ortamda tanışıp evlilik kurmaktan platform benzeri topluluklar oluşturup bir araya gelmeler son dönemlerde hemen her ülkede gerçekleşebilmektedir.

Sosyal Medya Nedir? Özellikleri Nelerdir?

Önceleri tek yönlü olarak yayın hizmetinde kullanılan internet yayın hizmetleri web teknolojilerinin gelişmesiyle çift yönlü hale gelmiştir. Özellikle de “Web 2.0” olarak nitelenen ikinci nesil internet hizmetle-

rinin devreye girmesiyle paylaşarak ortaklaşa yayın sistemleri gelişmiştir. Başlarda “blog” olarak kullanıcıların ilgisi çeken paylaşımcı yayıncılık günümüzde pek çok kanalda yaygınlaşarak “SOSYAL MEDYA” fenomenine dönüşmüştür.

Sosyal medya esasında merkezi ve geleneksel yayıncılık kanalları olan gazete, radyo, televizyon vb. araçların ötesinde toplumdaki hemen herkesin yayın yapabilmesine imkan sağlaması yönüyle “müşteri odaklı” veya “kullanıcı merkezli medya” olarak nitelendirilmektedir. Özellikle akıllı telefonların fotoğraf, ses, video kaydı yapması ile internet bağlantılarının olması sayesinde kullanıcılar bulundukları ortamdan anlık olarak sesli veya görüntülü yayın gerçekleştirebilmektedir. Bu yayınlar anında milyonlarca kişi tarafından takip edilip önemli bir gündem maddesine dönüşebilmektedir. Geleneksel medya kanallarında bu tür bir olayın yayına dönüşmesi için çeşitli işlem ve filtrasyonlardan geçmesi gerekmektedir. Ayrıca geleneksel medyanın her yerden anlık yayın yapması neredeyse imkansız gibidir. Hâlbuki sosyal medya kanalları gerçek zamanlı olarak paylaşımı mümkün kıldığından hiçbir engelleme veya perdeleme olmaksızın yayın gerçekleştirebilmektedir. Bu bilgilerin ışığı altında sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Eş zamanlı bilgi (mesaj, resim, ses, video) paylaşımının yapıp takip edildiği dijital platformdur.
- Paylaşım ve iletişim sınırı olmadan özgür ve özgün tartışma zemini oluşturmaktadır.



- Kişiler ve bireylerin iletişiminin yanında kurumlar ve markaların sosyal veya ticari konumlandırması açısından son derece önemlidir.
- İçeriklerden oluşur, her içerik bir kaynak ve yayın niteliği taşır.
- Çift (veya çok) yönlü iletişim söz konusudur.
- Kullanıcı odaklıdır ve sınırlama olmaksızın herkesin söz ve paylaşım hakkı vardır.
- Yeniliklere ve gelişmeye açıktır. Dünyanın her yerinden zaman farkı olmaksızın anlık olarak gündemle ilgili yorumlar ve paylaşımlar yapılabilir.

Sosyal medyada gündem olarak oluşan TT listelerinin anlık, günlük, haftalık, aylık takiplerinin yapılarak hem toplumun nabzının tutulması hem de kamuoyuna doğru mesajların iletilmesi sağlanmalıdır. Bu açıdan bakıldığında toplumdaki sağduyulu kesimlerin sosyal medyada doğru mesajlara duyarsız kalmadıkları görülmektedir.



Obama'nın 2012 yılı seçim kampanyasında yayınlanan videoları tam 889 milyon kere izlenerek rekor kırmıştır. Ayrıca, MyBarackObama internet sitesi isimli sanal bir topluluk kurulmuştur. 2 milyon kişinin üye olduğu (seçim döneminde) bu site aracılığıyla 200 bini aşkın etkinlik düzenlenmiş 30 milyon Dolar bağış toplanmıştır.

- Geleneksel medya araçları gibi sabit ve değişmez nitelikte değildir. Anlık olarak yapılan yorumlar ve yayınlar aksi yönde değiştirilebilir.
- Yapılan paylaşımlar izlenme ve takip edilmelerine göre bölgesel, ulusal ve dünya gündemine oturabilmektedir.
- Bireyler, topluluklar, kurumlar hatta devletler üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri mevcuttur.

Sosyal Medya deyince pek çok kişinin aklına ilk önce Facebook ve Twitter gelmektedir. Ancak sosyal medya araçları, siteleri ve kanalları o kadar farklı ve çeşitlidir ki neredeyse her gün bunlara yenileri eklenmektedir. Sosyal medya kanalları işlevlerine ve hitap ettiği topluluklara göre mesaj, resim ve video paylaşımından sosyal topluluklar oluşturan ağlara kadar pek çok farklı çeşidi bulunmaktadır. En yaygın sosyal medya kanalları başta Face-

book, Twitter, YouTube, Wikipedia, Instagram ve LinkedIn olmak üzere pek çoktur.

Sosyal Medyanın Etkisi

Kullanıcı tabanlı olarak gelişen sosyal medya araçları insanlar üzerinde önemli etkilere sahiptir ve insanların yaşam biçimlerini değiştirmeye başlamıştır. Kullanıcılar kendi yaratıcılıklarını kullanarak bazen eğlence amaçlı bazen de ideolojik ve politik düşüncelerine göre çok çeşitli mesaj, resim ve videoları paylaşmaktadırlar. Klasik medya araçlarındakine benzer olarak yayıncı ve takipçi arasındaki ayırım ortadan kalmış olup yenilikçi ve orijinal her içerik kitleler tarafından ilgiyle izlenebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında taze ve sıcak gündem takibi açısından sosyal medya araçları önden gitmektedir. İnsanlar sabahları gazetelere ve haber portallarına kısaca bir göz atıktan sonra Facebook veya Twitter gibi sayfalardan güncel gelişmeleri takip etmektedirler.

İnternet ortamında müstear (takma) isimle yayın yapmak insanlara önemli oranda özgüven ve rahatlık vermiştir. Bu rahatlıkla bastırılmış olan duygular ve düşünceler şekillenerek rahat ve sınırsız paylaşım fırsatı doğurmuştur. Bu rahatlık bazen art niyetli gruplara ve insanlara kitleleri sabote etmeye imkan tanımaktadır. Topluların veya ülkelerin hassas noktalarına dokunacak içerikler paylaşmak anında karşılık bulmakta ve kitleler sanal ortamda veya meydanlarda eyleme geçebilmektedir. Bunun en bariz örneği Tunus'tan başlayarak yayılan Arap Baharında ve ülkemizde Taksim Gezi Parkı protestoları dolayısıyla görülmüştür.

Sosyal medyanın insanlara verdiği en önemli güçlerden birisi de fırsat eşitliğidir. Herkes istediği zaman ve mekanda istediği içeriği paylaşabilmektedir. Bireylerin özgürce yaptığı yorumlar demokratik hakların en güzel bir biçimde kullanılmasını



sağlamaktadır. Aynı düşünceleri paylaşan insanlar kısa süre içinde sanal cemiyetler ve platformlar kurabilmekte veya katılabilmektedirler. Hatta sosyal medya sitelerinin sunduğu “etkinlik” düzenleme araçları ile sanal veya gerçek eylemler yapabilmektedirler. Ancak bireylerin ve toplulukların bu tür etkinlikleri nedeniyle toplum ve devletlerin siyasal, sosyal ve ekonomik hayatlarında değişimler geçirme potansiyelleri nedeniyle güvenlikçi (baskıcı veya antidemokratik) bakış açısına sahip yönetimler tarafından engelleme veya sınırlama yönüne gittikleri görülebilmektedir. Diğer taraftan da demokratik hakların kullanılmasını destekleyenler (gruplar, partiler, ülkeler) tarafından toplumların yapısına veya güvenliğine sabotajlar da yapılabilmektedir. Bu noktada baskıcı ve antidemokratik kısıtlamalar ile demokratik hakkın kullanılması bahanesiyle yapılan sabotaj ve provokasyonlar bir paradoks oluşturmaktadır.

Sosyal medyada paylaşılan bilgiler, hızlı yayılma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, paylaşılan bir bilginin çok kısa bir sürede binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşması mümkündür. TT (Trending Topics) listesi olarak da bilinen Twitter Gündemi’ne giren bir konu ya da Twitter’deki yaygın adıyla ‘hashtag’ (etiket), çok kısa bir süre içerisinde en az 5 milyon kişinin dikkatini çekebilmektedir.

Sosyal medyada paylaşılan bilgilerin niteliği de zaman zaman tartışmalara neden olmaktadır. Devletlere, kurumlara, şirketlere ve bireylere ait bilgilerin takma isimli (nick name)

kullanıcılar tarafından yayınlanması bunların sahiplerine ait özel hayatı ve güvenliği tehdit eder niteliktedir. Ayrıca serbest paylaşımlar yapılması fikri mülkiyet haklarının ihlali açısından da önemlidir. Facebook’ta kişilerin her türlü bilgisinin (aile, iş, okul, üye olunan dernekler vb) site tarafından doldurulması özel hayatların mahremiyetini de ortadan kaldırmaktadır. Bireylere ait her türlü bilgi, istihbarat örgütleri ile yasadışı gruplar tarafından ilgiyle takip edilebilmektedir. Özellikle yasadışı suç örgütleri elde ettiği bilgilerle kişileri rahatça dolandırabilmektedir.

Sosyal ağların bireyler üzerinde psikolojik olarak olumlu veya olumsuz etkileri de bulunmaktadır. İnsanlar uzun zamandır görmedikleri veya hiç tanımadıkları insanlarla etkilere geçmeleri sosyalleşmeleri açısından önemli bulunmaktadır. Ancak diğer taraftan sanal ilişkilere bağlananlar gerçek ilişki kuramakta ve yalnızlaşabilmektedirler. Aileler açısından da çocuklar ve ebeveynler arasındaki ilişkiler çoğu zaman hasar görebilmektedir.

Sosyal Medya Ve ABD Başkanlık Seçimleri

Barack Obama, 2008 ABD Başkanlık Seçimlerini Facebook ile, 2012 seçimlerini ise Twitter ile kazandığı yaygın bir kanaattir. Obama, ABD nüfusunun yaklaşık %50 sinin Facebook, %40’ının Twitter kullanması nedeniyle internet yoluyla seçmenlere ulaşma konusunda önemli atılım yapmıştır. Barack Obama, 2008 yılı seçim kampanyasında Facebook’un kurucularından Chris Hughes ile anlaşarak

Etiketlere bakıldığında ilk olarak #DirenGeziParkı etiketi ile 30 Mayıs’ta yaklaşık olarak 150 bin tweet atılırken bu rakam 31 Mayıs’ta 1,6 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu etiketle atılan toplam tweet 7.3 milyon olup 2 milyonu yabancı dillerde gerçekleşmiştir.

sosyal medya stratejisi geliştirmiştir. Özellikle genç nesillere ulaşmanın önemini kavrayan kampanya ekibi başta Facebook olmak üzere sosyal medyada geniş bir yelpazede ağ kurmuşlardır. Obama rakibi McCain karşısında Facebook’ta 6 kat, YouTube videolarının izlenmesinde 4 kat fark atmıştır.

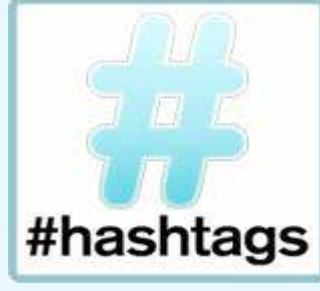
Obama 2012 yılı seçim kampanyasında yayınlanan videoları tam 889 milyon kere izlenerek rekor kırmıştır. Ayrıca, MyBarackObama internet sitesi isimli sanal bir topluluk kurulmuştur. 2 milyon kişinin üye olduğu (seçim döneminde) bu site aracılığıyla 200 bini aşkın etkinlik düzenlenmiş 30 milyon Dolar bağış toplanmıştır. Obama sosyal ağ sitelerini (Facebook, Twitter) ve oyunları (PS3, Xbox vb) çok iyi kullanmış ve bu sayede politikayla ilgilenmeyen gençleri de etkilemiş ve destekçi kazanmıştır. Bunun yanında Obama, bazı oyunların içine reklam vermiştir. Obama’nın seçim kampanyasında Youtube için hazırlanan resmi videosu 14,5 milyon saat boyunca

#occupygezi etiketiyle toplam 2,8 milyon tweet atılırken bunların yaklaşık %60 ı diğer dillerde gerçekleşmiştir. #direnankara etiketi ile 2,1 milyon, #direngezi etiketi 1,8 milyon olmuştur. #diren etiketine sahip toplamda 4 milyon tweet atılmıştır. #Taksim etiketi ile 350 bin tweet atılırken bunlardan sadece %25 i Türkçe olarak gerçekleşmiştir.

seyredilmiştir. Obama'nın 2012 seçimlerinde 22 milyon olan Twitter takipçisi olmasına karşın, rakibi Romney'in takipçi sayısı 2.2 milyon seviyelerinde kalmıştır. Seçimin son 24 saatinde Barack Obama'nın hesabından 140 adet tweet atılırken, Mitt Romney'de bu rakam sadece 6 olmuştur. Obama'nın Facebook sayfasını 35 milyon kişi beğenirken Romney'in 12 milyon kişi olmuştur.

Barack Obama sosyal medya araçlarını kullanarak özellikle gençler olmak üzere interneti kullanan toplumun hemen her kesimine rahatlıkla ulaşabilmiştir. Verdiği sloganvari mesajlar kitleleri etkilemiş paylaşım rekorları kırmıştır. 2012 seçim sonuçlarının belli olmasından sonra eşi Michel Obama ile birlikte çekilen "for more years" mesajlı fotoğrafı 634 bin defa retweetlenmiştir.

Sosyal Medya Ve Gezi Parkı Protestoları



İstanbul Taksim Gezi Parkında uygulanması planlanan bazı projeler için 28 Mayıs 2013 tarihinde çalışmalarına başlanması üzerine bazı aktivistler tarafından oturma eylemine başlanmıştır. Ancak polis tarafından yapılan müdahalenin sert veya orantısız olarak uygulanması veya algılanması (yansıtılması) üzerine eylemler sosyal medya üzerinden ülkemiz kamuoyuna ve dünyaya duyurulmuştur. Eylemler ve polis müdahalesi ile ilgili çekilen fotoğraflar ve videolar Twitter üzerinden yayınlanarak kısa sürede TT listesine girmesi sağlanarak başta ülkemiz olmak üzere tüm dünyanın dikkatinin çekilmesi sağlanmıştır. Yayınlanan fotoğraf ve videoların bir kısmının provokasyon amaçlı olarak Arap Baharındaki ve özellikle Tahrir meydanındaki polis müdahalelerinden alındığı daha sonra ortaya çıkmıştır. Bu tür provokatif yayınlar yine de eylemciler ve toplum tarafından ilgiyle ve endişeyle izlenmiştir.



Twitter'da gezi parkı protestoları temalı pek çok #Hashtag (etiket)

gündeme oturmuş ve 15 gün süreyle Türkiye ve dünya TT listesinden inmemiştir. Bu arada eylemlerin başladığı günlerden itibaren Twitter'daki mesaj ve kullanıcı hareketliliği de gözlerden kaçmamıştır. Protestocular Twitter #Hashtag (etiket) leri ile bilgilendirilmiş, eyleme katılımlarının ve desteklerinin sağlanması yönünde yayınlar yapılmıştır. Bu arada "sesli sosyal medya" olarak nitelenecek "Zello" programı ile akıllı telefonlar üzerinden telsiz mesajlaşması ile genel ve bölgesel örgütlenmeler gerçekleştirilmiştir.

Gezi Parkı protestoları süresince sosyal medya etkisinin anlaşılabilmesi açısından bazı istatistiksel rakamların incelenmesinde fayda bulunmaktadır. Türkiye'de 16 milyon Twitter hesabı bulunurken bunlardan 8 milyon adedi aktif olarak kullanılmaktadır. Ancak eylemler başladığı andan itibaren kısa süre içinde 500 bin yeni hesap açılmış ve eylemlerde etkin rol oynamıştır.

Sosyalmedya.in sitesinden alınan bilgilere göre Türkiye'de günlük yaklaşık 8-10 milyon aralığında seyreden tweet adedi 31 Mayıs'ta 15 milyon, 1 Haziran'da 27 milyon, 2 Haziran'da 22 milyon olarak gerçekleşmiştir. 15 günlük tweet ortalaması normalin 2 katından fazla olmuştur.

Gezi Parkı etiketine sahip tweet sayısı 13,5 milyon olup bunlardan 1,2 milyonu videolu ve fotoğraflı olarak atılmış veya retweetlenmiştir. Türkiye'den sonra en çok Amerika, İngiltere ve Fransa'dan tweet atılmıştır. Türkçe'nin dışında en fazla İngiliz-



ce, Fransızca, İspanyolca, Almanca ve Rusça tweet atılmıştır. Tweetlerin atılma yoğunluğunun en fazla olduğu saatler 19.00-21.00 saatleri arasında olup ortalamanın 3 katı seviyelerinde ve saatte 1,5 milyon adet olarak gerçekleşmiştir. Yine bu saatler içinde tweet atanların sayısı 1,5 milyon adet olmuştur.

Etiketlere bakıldığında ilk olarak #DirenGeziParkı etiketi ile 30 Mayıs'ta yaklaşık olarak 150 bin tweet atılırken bu rakam 31 Mayıs'ta 1,6 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu etiketle atılan toplam tweet 7.3 milyon olup 2 milyonu yabancı dillerde gerçekleşmiştir.

#occupygezi etiketiyle toplam 2,8 milyon tweet atılırken bunların yaklaşık %60 ı diğer dillerde gerçekleşmiştir. #direnankara etiketi ile 2,1 milyon, #direngezi etiketi 1,8 milyon olmuştur. #diren etiketine sahip toplamda 4 milyon tweet atılmıştır. #Taksim etiketi ile 350 bin tweet atılırken bunlardan sadece %25 i Türkçe olarak gerçekleşmiştir.

Protestocular tarafından atılan tweetler #diren etiketli olarak gerçekleşirken diğer taraftan sağduyulu kesimler tarafından oluşturulan etiketler de toplum tarafından benimsenerek uzun süre TT listelerinde kalmıştır. #BuMilletBuOyunaGelmez, #ÜlkeniçinSağduyuluOl ve #OyunaGelmeTürkiyem etiketleri bu dönem zarfında en uzun süre (ortalama 1500'er dakika) TT listesinde kalarak #diren etiketlerine bu anlamda fark atmıştır. Toplumumuz olayların ilk anda şokunu yaşadık-tan kısa bir süre sonra sosyal med-

yada sağduyunun hakim olması için gerekli duyarlılığı göstermiştir.

Twitter'da takipçilerinin fazlalığı ile dikkat çeken sanat ve siyaset dünyasından ünlü kişilerin atmış oldukları protestoları destekleyen veya sağduyu çağrısı yapan tweetler çok fazla sayıda retweet edilerek toplumda etkin rol oynamıştır. Kitleler bu kişiler tarafından verilen mesajlara dikkat ederek saflarını belirlemişlerdir. Bu noktada özellikle devletimizin üst düzey yöneticileri tarafından verilen mesajlar kısa sürede olumlu olarak yankılanmıştır. İstanbul Valisi H. Avni Mutlu'nun olayların gelişimi ile ilgili verdiği resimli ve yazılı mesajlar, eylemciler ve toplum tarafından hadiselerin daha doğru olarak kavranmasına yardımcı olmuştur.

Gezi Parkı eylemleri dolayısıyla özellikle konuyla ilgili tweet atan ünlülerin takipçi sayıları önemli oranda artmıştır. Cumhurbaşkanı-ımız Abdullah Gül, Başbakanımız R. Tayyip Erdoğan, Cem Yılmaz ve Okan Bayülgen'in takipçi sayılarını 500 bin ile 1 milyon aralığında artmıştır. İstanbul Valisi H. Avni Mutlu'nun takipçi sayısı ise 100 binden 400 bine yükselmiştir.

Sonuç

Günümüzde sosyal medya, insanlar için vazgeçilmez iletişim, paylaşım ve izleme araçlarındandır. Neredeyse bütün bireyler, topluluklar, ticari işletmeler ve devlet kurumları sosyal medya platformlarında kendilerine yer bulmaktadır. Bireyler açısından bakıldığında, gelişmeler anlık olarak takip edilerek olumlu ve olum-

Türkiye'de günlük yaklaşık 8-10 milyon aralığında seyreden tweet adedi 31 Mayıs'ta 15 milyon, 1 Haziran'da 27 milyon, 2 Haziran'da 22 milyon olarak gerçekleşmiştir. 15 günlük tweet ortalaması normalin 2 katından fazla olmuştur.

suz tepkiler dile getirilebilmektedir. Bireylerin bu yönünü değerlendiren bazı sosyal medya provokatörleri toplumların tepkilerini sabote etmek için zaman zaman Twitter, Facebook, YouTube gibi web siteleri aracılığı ile kötü amaçlı yayınlar yapmaktadırlar. Sanal ortamda başlatılan gündem oluşturma çabaları Gezi Parkı olaylarında görüldüğü gibi meydanlarda şiddet gösterilerine de dönüşebilmektedir.

Diğer taraftan devlet kurumları açısından bakıldığında sosyal medya araçlarının toplum açısından zararlı yönlerinin ağır bastığı düşünülse bile toplumların nabzının ölçülmesi açısından önemli görülmesi gerekmektedir. Sosyal medyada gündem olarak oluşan TT listelerinin anlık, günlük, haftalık, aylık takiplerinin yapılarak hem toplumun nabzının tutulması hem de kamuoyuna doğru mesajların iletilmesi sağlanmalıdır. Bu açıdan bakıldığında toplumdaki sağduyulu kesimlerin sosyal medyada doğru mesajlara duyarsız kalmadıkları görülmektedir.