

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



FİKİR VE DÜŞÜNCE ÖZGÜRLÜĞÜ BAĞLAMINDA
SOSYAL MEDYA KULLANIM PRATİKLERİ:
TÜRK VE SURİYELİ ÖĞRENCİLER ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Ebru Gülbuğ EROL

HAZIRLAYAN
Şükrü MACUN

MALATYA-2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

**FİKİR VE DÜŞÜNCE ÖZGÜRLÜĞÜ BAĞLAMINDA
SOSYAL MEDYA KULLANIM PRATİKLERİ:
TÜRK VE SURİYELİ ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

ŞÜKRÜ MACUN

Doç. Dr. Ebru Gülbuğ EROL

Yükseklisans Tezi

Malatya-2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**FİKİR VE DÜŞÜNCE ÖZGÜRLÜĞÜ
BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA KULLANIM
PRATİKLERİ: TÜRK VE SURİYELİ
ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

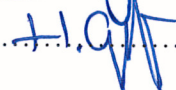
YÜKSEKLİSANS

DANIŞMAN
Doç. Dr. Ebru Gülbuğ EROL

HAZIRLAYAN
Şükrü MACUN

Jürimiz 15.03.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu yüksek lisans tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak İletişim Anabilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir

Jüri Üyelerinin Unvan, Ad Soyadı, imzası

1. Doç. Dr. Ebru Gülbuğ EROL.....
2. Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN.....
3. Doç. Dr. Hasan TOBBAŞ.....

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun
tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Ebru Gülbuğ EROL'un danışmanlığında yüksekisans tezi olarak hazırladığım *“Fikir Ve Düşünce Özgürlüğü Bağlamında Sosyal Medya Kullanım Pratikleri: Türk Ve Suriyeli Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma”* başlıklı bu çalışmanın bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun bir şekilde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Şükrü MACUN

ÖZET

İfade özgürlüğü, demokratik ülkelerde bireylere tanınan en temel haklardan biridir. Bireyler günümüzde, duygu ve düşüncelerini sosyal medya aracılığı ile aktarmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyaya yönelik bir kısıtlama veya engelleme doğrudan ifade özgürlüğü ile ilişkilendirilmektedir. Bununla beraber yine sosyal medya, devletlerin güvenliğini tehdit eden toplumsal eylemlerin organize edilmesi ya da toplumun yanlış yönlendirilmesi amacıyla art niyetli kişiler tarafından da kullanılan bir iletişim aracı olarak da kullanılabilmektedir.

Yapılan çalışmada, ülkelerinde başlayan savaşın ardından Türkiye'ye sığınan Suriyeli öğrenciler ile Türk öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları fikir ve ifade özgürlüğü bağlamında Survey Yöntemi ile incelenmiştir. Örneklem olarak ise Adıyaman Üniversitesinde okuyan öğrenciler seçilmiştir. Çalışmanın sonunda araştırmanın sonuçları değerlendirilmiş ve bir takım tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Suriye, İfade Özgürlüğü, Sosyal Medya, Sosyal Medya Pratikleri

ABSTRACT

Freedom of expression is one of the most fundamental rights granted to individuals in democratic states. Today, individuals reflect their emotion and opinion through social media. Therefore, an official restriction in regard to social media is mostly associated with an aggression to freedom of expression. Social media is also used as a tool by malicious people to threat security of a state through social movements or to mislead society.

This research analyses the habits of social media usage of Syrian refugee students who immigrated Turkey due to the civil war, and Turkish students with regards to freedom of thought and expression through the survey method. The sample of the research is undergraduate students at Adıyaman University. At the end of the thesis, the findings of the research are evaluated and several suggestions are made for further research.

Keywords: Syria, freedom of expression, social media, practices of social media.

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY	ii
ONUR SÖZÜ.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLO DİZİNİ	ix
I. BÖLÜM.....	1
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Çalışmanın Problemi.....	2
1.2. Çalışmanın Amacı	3
1.3. Çalışmanın Önemi.....	4
1.4. Çalışmanın Sınırlılıkları	4
1.5. Araştırmanın Yöntemi.....	5
1.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	5
1.7. Veri Toplama Süreci	7
1.8. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri	9
II. BÖLÜM.....	10
2.1. İLETİŞİM KAVRAMI	10
2.2. YENİ MEDYA.....	11
2.3. WEB 1.0'DAN WEB 2.0'A GEÇİŞ SÜRECİ.....	15
2.4. SOSYAL MEDYA.....	17
2.4.1. Facebook.....	21
2.4.2. Twitter.....	22
2.4.3. Instagram.....	24
2.4.4. Youtube.....	25
III. BÖLÜM	27
3.1. İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ KAVRAMI	27

3.2. İFADE ÖZGÜRLÜĞÜNÜN YASAL DAYANAKLARI	29
3.2.1. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi.....	29
3.2.2. Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme.....	30
3.2.3. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi	30
3.2.4. Ülkelerin Anayasasında İfade Özgürlüğü	31
3.3. SOSYAL MEDYANIN FİKİR VE İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ ARACI OLARAK KULLANILMASI	33
3.4. SOSYAL MEDYANIN HUKUKİ BAĞLAYICILIĞI.....	36
3.5. SOSYAL MEDYA KISITLAMALARI	40
3.6. TOPLUMSAL HAREKETLER VE SOSYAL MEDYA	42
3.6.1. Gezi Parkı Eylemleri	44
3.6.2. Wall Street Eylemleri	45
3.6.3. Arap Baharı	46
3.7. SURIYE İÇ SAVAŞI	47
IV. BÖLÜM	49
4. BULGULAR.....	49
4.1. Akıllı Telefon Kullanma Oranları	49
4.2. Telefon Değiştirme Aralıkları	49
4.3. Sosyal Medyada Vakit Geçirme Oranları.....	50
4.4. En Güvenilen Sosyal Medya Platformları.....	51
4.5. Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları	52
4.6. Politik Konularda Paylaşım Yapma Oranı.....	55
4.7. Sosyal Medyada Paylaşım Yaparken Tedirginlik Yaşama Oranı	55
4.8. Sosyal Medyayı Geniş Bir Özgürlük Alanı Olarak Görme Durumu	56
4.9. Sevdiği Liderleri ve Politik/İdeolojik Fikirleri Sosyal Medyada Takip Etme ve Onlarla İlgili Paylaşımında Bulunma Oranı.....	57
4.10. Politik Fikirlerinin Olgunlaşması Sırasında Sosyal Medyadan Etkilenme Durumu	58

4.11. İlgi Duyulan Sivil Toplum Kuruluşlarını Sosyal Medyada Takip Etme Durumu	59
4.12. Sosyal Medya Kullanımında Ülkenin Güvenliğini İlgilendiren Hususlardaki Duyarlılık	59
4.13. Sosyal Medyadaki Paylaşımların Doğruluğunu Araştırma Durumu....	61
4.14. Ülkelerini İlgilendiren Konularda Paylaşımlar Yapma Durumu.....	61
V. BÖLÜM.....	63
SONUÇ	63
KAYNAKÇA.....	66



TABLO DİZİNİ

Tablo 1: Katılımcı İstatistikleri	6
Tablo 2:Anket Maddelerine İlişkin Betimsel İstatistikler.....	8
Tablo 3:Akıllı Telefon Kullanma Durumu	49
Tablo 4: Telefon Değiştirme Aralıkları	49
Tablo 5: Sosyal Medyada Vakit Geçirme	50
Tablo 6: Sosyal Medya Platformlarına Güvenme Durumları	51
Tablo 7: Sosyal Medyayı Kullanma Amacı	52
Tablo 8:Politik Konularda Paylaşım Yapma Oranı.....	55
Tablo 9:Sosyal Medyada Paylaşım Yaparken Tedirginlik Yaşama Oranı	56
Tablo 10: Sosyal Medyayı Geniş Bir Özgürlük Alanı Olarak Görme Durumu	56
Tablo 11: Sevdiği Liderleri ve Politik/İdeolojik Fikirleri Sosyal Medyada Takip Etme ve Onlarla İlgili Paylaşımında Bulunma Oranı	57
Tablo 12: Politik Fikirlerinin Olgunlaşması Sırasında Sosyal Medyadan Etkilenme Durumu.....	58
Tablo 13: İlgi Duyulan Sivil Toplum Kuruluşlarını Sosyal Medyada Takip Etme Durumu.....	59
Tablo 14: Sosyal Medya Kullanımında Ülkenin Güvenliğini İlgilendiren Hususlardaki Duyarlılık.....	60
Tablo 15: Sosyal Medyadaki Paylaşımların Doğruluğunu Araştırma Durumu.....	61
Tablo 16: Ülkelerini İlgilendiren Konularda Paylaşımlar Yapma Durumu.....	61

I. BÖLÜM

1. GİRİŞ

İnsanın kendini ifade etme çabası geçmişten günümüze en temel ihtiyaçlarından biri olmuştur. Bunun için çeşitli yöntemler geliştiren insanoğlu, daha büyük kitlelere nasıl ulaşılabilceği, uzak diyarlara mesajların nasıl daha kısa sürede gönderebileceği gibi bir takım sorulara cevap vermeye çalışmış, bu da iletişim teknolojilerini beraberinde getirmiştir. Günümüzde ise bireyler, yeni iletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya ve internet sayesinde dünyanın dört bir yanına anında ulaşabilmektedir.

Elbette bu teknolojik gelişmelerin insanoğlu için en büyük katkılarından biri de ifade özgürlüğüne katkı sunmasıdır. İfade özgürlüğü kısaca bireylerin fikirlerini çekinmeden başka kişilerle paylaşabilmesi anlamına gelmektedir. Ancak ifade özgürlüğü kadar önemli bir diğer husus ise bu özgürlüğün nasıl kullanıldığıdır. Yani bir yerde ne kadar ifade özgürlüğünden bahsedilirse bahsedilsin eğer mesajları geniş kitlelere ulaştırabilecek bir iletişim aracı yoksa ya da kullanılmasına izin verilmiyorsa burada ifade özgürlüğü ile ilgili bir aksaklık var demektir. İşte sosyal medya, bireylerin en temel haklarından olan fikir ve ifade özgürlüklerini kullanmalarına zemin hazırlayan büyük bir sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman zaman hukuki bir takım engellere ve özgürlüğün genişlik alanı ile ilgili sübjektif yorumlamalara takılsa da sosyal medya, günümüzde ifade özgürlüğünün önemli bir aracı konumundadır.

Kitleleri kısa zamanda harekete geçirme gücüne sahip olan sosyal medya, dünyada pek çok toplumsal eylemin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır. Sosyal medyada yapılan paylaşımlarla harekete geçen toplumlar, bir takım aktivistlerin desteği ile geniş çaplı eylemlerin ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. İşte bu durum, sosyal medya konusunda devletlerin bir takım tedbirler almasına yol açmıştır. Bazı ülkeler, huzur ve güvenlik ortamının ve başka insanların kişilik haklarının korunması için sosyal medyaya yönelik kısıtlamalar veya hukuki yaptırımlar uygulayabilmektedir. Bu kısıtlama ve hukuki yaptırımların dozu arttığında ise devlet doğrudan ifade özgürlüğüne hedef alma eleştirileriyle karşı karşıya kalabilmektedir.

Tıpkı yeme içme alışkanlıkları gibi sosyal medya alışkanlıklarının da tüm kültürlerde farklılık gösterdiği bir gerçektir. Örneğin dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşayan bir toplum sosyal medya ağı olarak genellikle Facebook’u kullanırken, başka bir yerde yaşayan toplumun bu sosyal paylaşım sitesinden haberi olmayabilir. İşte bu ve bunun gibi farklılıklar ifade özgürlüğü noktasında da farklılık gösterebilmektedir. Yapılan çalışmada da Suriyelilerin ve Türklerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarındaki farklılık, fikir ve ifade özgürlüğü çerçevesinde değerlendirilmiştir.

1.1.Çalışmanın Problemi

Sosyal medya, günümüz dünyasında bireylerin düşüncelerini ifade ettiği kitle iletişim araçlarından biridir. Demokrasi kültürünü özümsemiş olan bireyler duygu ve düşüncelerini bu mecrada ifade edebilmektedir. Ancak, sosyal medya kullanım alışkanlıkları çeşitli alanlarda farklılık gösterebileceği gibi fikir özgürlüğü açısından kullanılması konusunda da farklılık gösterebilmektedir. Yapılan çalışmada; “Türk öğrenciler ile Türkiye’de mülteci olarak yaşayan Suriyeli öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarında fikir ve ifade özgürlüğü konusunda farklılıklar var mıdır?” sorusuna cevap aranmaktadır.

Bu bağlamda aşağıdaki alt problemlere de cevap aranmaktadır:

Suriyeliler, sosyal medyada paylaşım yaparken Türklere göre daha fazla tedirginlik duyarlar mı?

Suriyeliler, politik fikirlerinin oluşması sırasında sosyal medyadan Türklere göre daha az etkilenmekte midir?

Suriyeliler, sosyal medyada sivil toplum kuruluşlarının paylaşımlarına Türklere daha fazla ilgi duyarlar mı?

Suriyelilerin beğendikleri liderleri ve politik akımları sosyal medyada takip etme ve bunlarla ilgili paylaşım yapma oranı Türklere göre daha düşük müdür?

Suriyelilerin ilgi duydukları sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip etme oranı Türklere göre daha fazla mıdır?

Suriyeliler, politik fikirlerinin olgunlaşması sırasında sosyal medyadan Türklere göre daha fazla etkilenmekte midir?

Suriyeliler, ülkeyi tehlikeye sokacak paylaşımlarla ilgili Türklere göre daha duyarlı mıdır?

Suriyeliler ile Türklerin güvendikleri sosyal medya ağları arasında farklılıklar var mıdır?

Suriyeliler ile Türklerin sosyal medya kullanım amaçları arasında farklılıklar var mıdır?

1.2.Çalışmanın Amacı

Son yıllarda Suriye’de yaşanan iç savaştan dolayı dünyada büyük bir göç dalgası başlamıştır. Türkiye, coğrafi konumu itibariyle bu göç dalgasından en çok etkilenen ülkelerin başında gelmektedir. Göç İdaresi Raporlarına göre Eylül 2016 itibariyle Türkiye’de Geçici Koruma Kimlik Belgesi verilmiş 3 milyona yakın Suriyeli bulunmaktadır (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2017).

Bu çalışma, Suriye’deki baskıcı rejimin sonucunda ortaya çıkan savaşın ardından Türkiye’ye sığınan ve eğitim gören öğrenciler ile Türk öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ifade ve fikir özgürlüğü kapsamında incelenmesini amaçlamaktadır. Böylece, baskıcı rejimden gelip Türkiye’ye sığınan, burada kendilerine yeni bir hayat kuran Suriyeli mülteciler ile Türk öğrencilerin sosyal medyada düşüncelerini özgürce ifade edip edemediği gibi sorulara cevap aranması hedeflenmiştir.

Bu amaçlara ulaşabilmek adına tezin birinci bölümünde iletişim kavramı, yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile ilgili bilgilere yer verilmiş, ikinci bölümde ifade özgürlüğü, bu özgürlüğün hukuki alt zemini ve sosyal medya ile ilişkisi ele alınmış, ayrıca sosyal medyanın toplumsal olaylardaki etkilerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

1.3.Çalışmanın Önemi

Suriye'den Türkiye'ye ilk göç dalgası 2011 yılının Nisan ayında gerçekleşmiştir. Sonrasında savaşın şiddetinin her geçen gün daha da artması ve gerilimin tırmanması bu göç dalgalarının artmasına neden olmuştur. Bugün ise Suriye'deki şehirlerin yerle bir olması ve yaşanamaz hale gelmesi mültecilerin yeniden ülkelerine dönmelerini zorlaştırmıştır. Keza pek çok Suriyeli, Türkiye'de kendine yeni bir hayat kurmuş, hayat mücadelesini burada sürdürmektedir. Bu kapsamda baskıcı bir rejimin ardından Türkiye'de yaşamaya başlayan Suriyeliler ile Türklerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bunların ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmesinin araştırmaya değer bir konu olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca, sosyal medyanın toplumsal eylemlerin ortaya çıkmasında önemli bir görev üstlendiği göz önüne alındığında ülkenin huzur ve güvenliğini ilgilendiren konularda bir takım riskleri görmek ve bu konuda önlemler almak devletlerin öncelikli görevidir. Yapılan çalışma, bu konuda alınacak önlemler konusunda da destekleyici mahiyettedir.

1.4.Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada Adıyaman Üniversitesinde eğitim gören 100 Türk ve 100 Suriyeli mülteci öğrenci örneklem olarak alınmıştır. Göç İdaresinin 2016 yılı Faaliyet Raporuna göre Türkiye'de 2 milyon 284 bin 441 Suriyeli mülteci bulunmaktadır. Buna mukabil, Türkiye'nin nüfusu aynı yıl itibarı ile 79 milyon 814 bin 871'dir. Dolayısıyla resmi olarak kayıtlı Suriyeli mülteciler, Türkiye nüfusunun ortalama yüzde 3,55'ini oluşturmaktadır. Adıyaman'ın ise il nüfusu 610 bin 484, Suriyeli mültecilerin nüfusu ise 24 bin 797'dir. Yani Suriyelilerin il nüfusuna oranı yüzde 4,06'dır. Bu rakam, Türkiye ortalamasından çok farklı olmadığı için örneklem olarak Adıyaman seçilmesinde bir sakınca görülmemiştir. Ayrıca, Adıyaman Üniversitesinde, Suriyelilere yönelik eğitim faaliyetin yoğun oluşu ve Suriyeliler tarafından yoğun şekilde tercih edilmesi örneklem olarak seçilmesini güçlendirmiştir.

Araştırmanın bu bölümünde, çalışmada kullanılan araştırma desenine, katılımcılara, veri toplama sürecine ve veri analizine değinilmiştir.

1.5.Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, Adıyaman Üniversitesinde eğitim gören Türk ve Suriyeli mülteci öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının fikir özgürlüğü bağlamında incelenmesi ve farklılıkların ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu nedenle, bu araştırma betimsel (survey) araştırmasıdır. Betimsel araştırmalarda, ilgilenilen grubun var olan özellikleri olduğu gibi ortaya konur.

1.6.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Göç İdaresinin 2016 yılı Faaliyet Raporuna göre Türkiye’de 2 milyon 284 bin 441 Suriyeli mülteci bulunmaktadır. Buna mukabil, Türkiye’nin nüfusu 79 milyon 814 bin 871’dir. Dolayısıyla kayıtlı Türkiye nüfusunun ortalama yüzde 3,55’ini oluşturmaktadır. Adıyaman’da ise il nüfusu 610 bin 484, Suriyeli mültecilerin nüfusu ise 24 bin 797’dir. Yani Suriyelilerin il nüfusuna oranı yüzde 4,06’dır. Bu rakam, Türkiye ortalamasından çok farklı olmadığı için örneklem olarak Adıyaman seçilmiştir.

Adıyaman Üniversitesinde, Suriyelilere yönelik eğitim faaliyetin yoğun oluşu ve Suriyeliler tarafından yoğun şekilde tercih edilmesi örneklem olarak seçilmesini güçlendirmiştir. Çalışma kapsamında Adıyaman Üniversitesinde eğitim gören öğrencilerden 200 civarında öğrencinin çalışmaya kaynak olacak verilere ulaşılması bakımından yeterli olacağı düşünülmüştür. Bu amaçla 213 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılara ait istatistikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcı İstatistikleri

		N	%
Uyruk	TC	95	44,6%
	SRY	118	55,4%
Yaş Aralığı	18 Yaşından Küçük	3	1,4%
	18-21 Yaş	126	59,2%
	22-25 Yaş	69	32,4%
	25 Yaşından Fazla	15	7,0%
Cinsiyet	Kadın	114	53,5%
	Erkek	99	46,5%
Medeni Durumu	Evli	17	8,0%
	Bekar	196	92,0%
Eğitim Türü	Lisans	144	67,6%
	Önlisans	69	32,4%
Herhangi bir yerde çalışıyor musunuz?	Evet	43	20,2%
	Hayır	170	79,8%

Tablo 1'e göre, katılımcıların %44,6'sı (N=95) Türkiye, %55,4'ü (N=118) Suriye uyrukludur.

Katılımcıların 59,2%'si (N=126) 18-21 yaş aralığında, 32,4%'ü (N=69) 22-25 yaş aralığında, 7%'si (N=15) 25 yaşından fazla ve 1,4%'ü (N=3) 18 yaşından küçüktür.

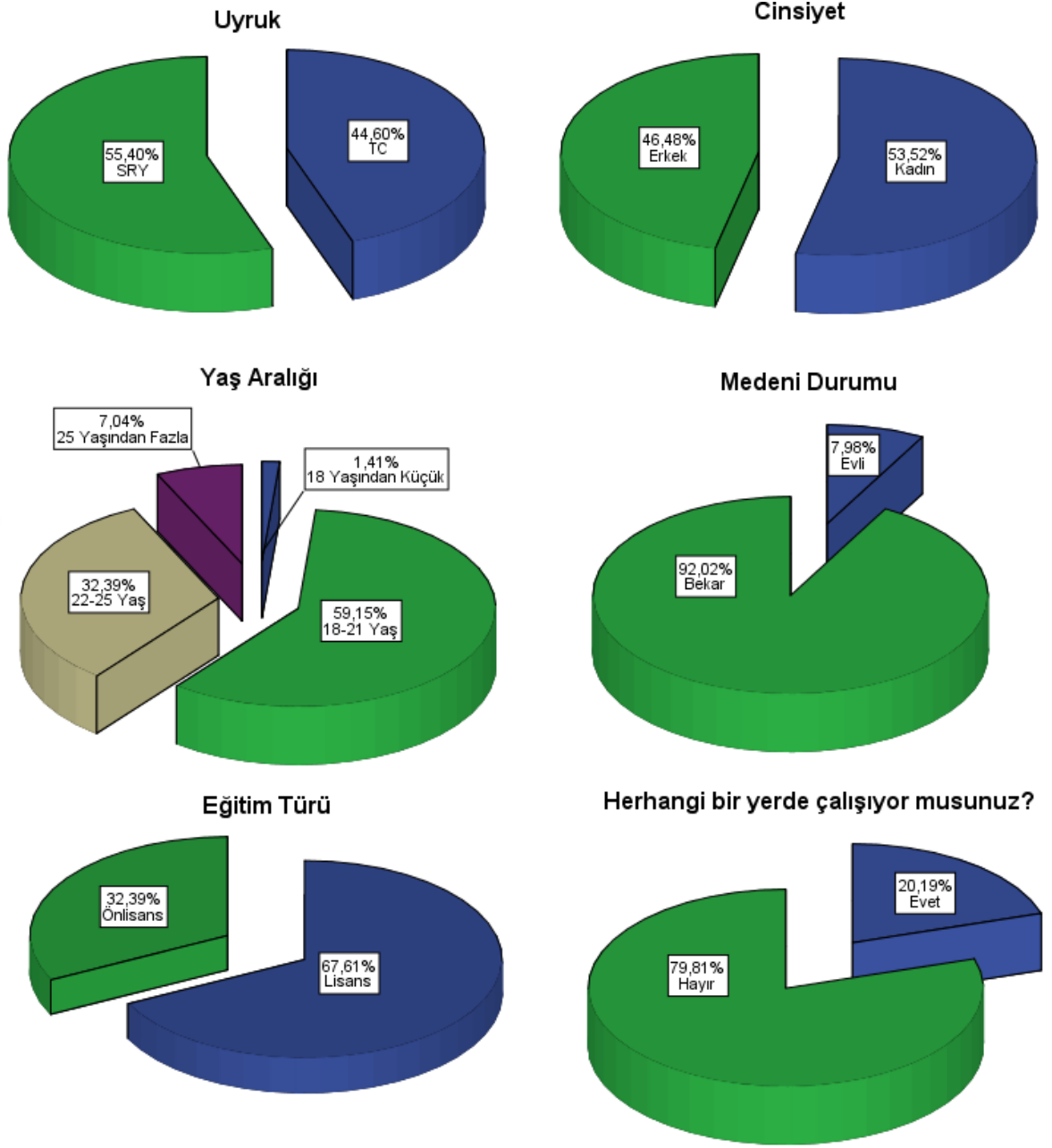
Katılımcıların 53,5%'i (N=114) kadınlardan oluşurken, 46,5%'i (N=99) erkeklerden oluşmaktadır.

Katılımcıların 92%'si (N=196) bekar iken, 8%'i (N=17) evlidir.

Katılımcıların %67,6'sı (N=144) lisans öğrencisi iken %32,4'ü (N=69) ön lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Katılımcıların 79,8%'i (N=170) herhangi bir yerde çalışmamakta iken 20,2%'si (N=43) çalışmaktadır.

Öğrencilerin uyruk, cinsiyet, yaş aralığı, medeni durumu, eğitim türü ve çalışma durumlarına göre dağılımları Grafik 1'de görsel hale getirilmiştir.



Şekil 1.

Katılımcı istatistiklerinin grafiksel gösterimi

1.7. Veri Toplama Süreci

Adıyaman Üniversitesinde eğitim gören Türk ve Suriyeli mülteci öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek için bir ölçme aracı geliştirilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Anketin ilk bölümünde demografik bilgilere ulaşılması amaçlanmıştır. Bunun yanında katılımcıların sosyal medya ve yeni iletişim teknolojileri

ile ilgili temel alışkanlıklarının ölçümlemesine yönelik sorular geliştirilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise likert ölçek kullanılarak sosyal medya kullanım alışkanlıklarının yanı sıra bunların ifade ve fikir özgürlüğü ile ilişkisinin ölçümlemesi hedeflenmiştir. Geliştirilen ve uygulanan anket ekte yer almaktadır(EK-1). Anket maddelerine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Anket Maddelerine İlişkin Betimsel İstatistikler

	N	Min	Maks	Ortalama	Std. Sap.	Çarpıklık	Basıklık
1.Facebook’un güvenilir olduğunu düşünüyorum	213	1	5	2,21	1,119	,553	-,463
2.Twitter’ın güvenilir olduğunu düşünüyorum	213	1	5	2,32	1,203	,421	-,885
3.Instagram’ın güvenilir olduğunu düşünüyorum	213	1	5	2,73	1,321	,095	-1,170
4.Youtube’un güvenilir olduğunu düşünüyorum	213	1	5	3,08	1,305	-,205	-1,062
5.Sosyal Medyayı eğlence amacıyla kullanım	213	1	5	3,39	1,171	-,383	-,601
6. Sosyal Medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla kullanım	213	1	5	3,75	,976	-,744	,463
7.Sosyal Medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla kullanım	213	1	5	3,18	1,172	-,370	-,617
8. Sosyal Medyayı arkadaşlarımdan haberdar olmak amacıyla kullanım	213	1	5	3,59	1,027	-,408	-,379
9. Sosyal medyayı, fikirlerimi özgürce ifade etmek amacıyla kullanım	213	1	5	3,02	1,242	-,164	-,945
10.Sosyal Medyayı, alışveriş yapmak amacıyla kullanım	213	1	5	2,57	1,240	,229	-,949
11.Her türlü fikrimi sosyal medyada özgürce ifade edebilirim	213	1	5	2,66	1,244	,215	-,931
12.Sosyal medyada fikirlerimi ifade ettiğimde endişe yaşarım	213	1	5	2,66	1,266	,265	-,924
13.Sosyal medya, herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecra	213	1	5	2,85	1,236	,087	-,915
14.Sevdiğim liderleri sosyal medyada takip ederim	213	1	5	2,99	1,396	-,101	-1,292
15.Sevdiğim liderler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yaparım ve desteklerim	213	1	5	2,36	1,231	,584	-,677
16.İlgi duyduğum siyasal/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip ederim.	213	1	5	2,82	1,372	,061	-1,279
17.İlgi duyduğum siyasal/ideolojik fikirler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yaparım ve desteklerim	213	1	5	2,28	1,218	,592	-,700
18.Arkadaşlarımdan sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerimin oluşmasında etkilidir	213	1	5	2,11	1,134	,786	-,235
19.Siyasi/ideolojik örgütlerin sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerimin oluşmasında etkilidir	213	1	5	2,05	1,065	,795	-,132
20.Sosyal medya paylaşımlarım ile başkalarının fikir ve düşüncelerini etkilemeye çalışırım	213	1	5	2,26	1,184	,630	-,573
21.Sosyal medya sayesinde toplumların fikir ve düşünceleri değişebilir.	213	1	5	2,94	1,110	-,118	-,599
22.İlgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları gibi sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip ederim	213	1	5	2,97	1,290	-,045	-1,087

23.İlgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları gibi sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden sosyal medya aracılığı ile haberdar olurum	213	1	5	2,95	1,22 8	-,111	-,976
24.Ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar sosyal medyada paylaşılmamalıdır	213	1	5	3,49	1,29 4	-,494	-,780
25.Sosyal medya ülkenin birlik ve bütünlüğünü tehlikeye sokacak kadar tehlikeli bir mecradır	213	1	5	3,06	1,23 1	-,001	-,880
26. Devletlerin, sosyal medyayı kısıtlayıcı tedbirler almasını doğru buluyorum	213	1	5	3,13	1,31 3	-,098	-1,109
27.Sosyal medyada gördüğüm bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştırırım	213	1	5	3,20	1,28 1	-,184	-1,003
28.Ülkemi ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yaparım	213	1	5	2,74	1,30 9	,154	-1,135

Tablo 2 incelendiğinde, tüm katılımcıların tüm maddeleri cevapladıkları, ölçek maddelerin alt ve üst limitlerinin dışında bir değer almadıkları, verilerin ortalama değerlerinin ölçeğin orta noktasına yaklaştığı, standart sapmaların nispeten yüksek olduğu ve maddelerin dağılımlarına ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin düşük olduğu, dolayısıyla, maddelerin normal dağılımdan önemli sapmalar göstermediği görülmektedir. Verilerin incelenmesinde “Hiç Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” yanıtını veren öğrenciler ifadeye katılmamış, “Katılıyorum” ve “ Çok Katılıyorum” yanıtını verenler katılmış olarak değerlendirilerek “Fikrim Yok” yanıtını veren öğrenciler değerlendirme dışı bırakılmıştır.

1.8.Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri

Verilerin analizinde betimsel istatistikler olarak frekanslar ve yüzdelerden yararlanılmıştır. Bu istatistiklere dayanarak anlam çıkartıcı istatistikler olarak Ki-Kare istatistiğine dayanan anlamlılık testleri gerçekleştirilerek gruplar arası farklılıklar test edilmiştir. Verilerin analizinde Microsoft Excel ve SPSS yazılımlarından yararlanılmıştır.

II. BÖLÜM

2.1. İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim, insanlığın varlığı kadar eski bir tarihe dayanmaktadır. İnsanın olduğu her ortamda iletişim kaçınılmaz bir durumdur. Dolayısıyla insan, iletişimin temel ögesidir. İlk çağlardan bu yana var olan bu kavram, geçmişten günümüze biçim, yöntem ve teknik olarak değişikliğe uğramıştır. Ancak iletişimin insanların birbiri ve doğa ile ilişki sağlamasına katkı sunma işlevi aynı geçerliliğini korumuştur (Işık, 2000, s. 3).

İnsanlar için iletişim yalnızca gazete okumak, radyo dinlemek ya da televizyon izlemek gibi eylemlerden ibaret değildir. İnsanlar, doğdukları andan öldükleri ana kadar geniş bir iletişim ağı içerisinde yer alırlar. Yalnızca aile ve iş yaşantısında değil toplumsal yaşamın tüm evrelerinde iletişim halindedirler (Gönenç, 2007, s. 87-91). Dolayısıyla insanın olduğu bir yerde iletişimsizlik adeta imkânsız bir durumdur. İlk çağlarda ilkel insanların mağaralara çizdikleri resimler de bebeklerin çıkardığı sesler de hatta istemsiz bir şekilde kullandığımız beden dili de ‘iletişim’ olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla iletişim için illa sözcüklere ve cümlelere ihtiyaç yoktur (Alemdar, 1996, s. 12-15).

İnsanların iletişime bu kadar önem vermelerinin temelinde haber alma ve haberdar etme ihtiyaçları vardır. İnsanlar bu ihtiyaçlarını giderebilmek adına çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Bu yöntem, zaman geçtikçe gelişim ve değişim göstermiştir (Seki, 2017, s. 1). Günümüzde ise insanların birbiri ile haberleştikleri araç ve gereçler daha teknolojik bir hale dönüşmüştür. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte insanlar anlık olarak başka kişiler ile iletişim kurabilir hale gelmiştir.

İletişimin bir amacı da insanların tutum ve davranışlarını etkilemektir. Dolayısıyla iletişim, kaynak ve hedefin birbirini etkiledikleri ya da etkilemeye çalıştıkları bir süreçtir. İletişim sürecinde, taraflardan biri mesajı gönderirken, diğeri alıcı konumunda kendisine gönderilen mesajları alır ve geri bildirimde bulur. Bu açıdan değerlendirildiğinde iletişimde temel amaç kaynak ve hedef arasında ortak bir referans alanı oluşturmak suretiyle karşı tarafın tutum ve davranışları değiştirilmeye çalışmaktır (Tutar & Yılmaz, 2013, s. 20-21).

Gazete, televizyon, radyo gibi teknolojik cihazlar insanların iletişimi açısından büyük öneme sahiptir. İnsanlar, bu kitle iletişim araçları sayesinde dünyada olup biten her şeyden haberdar olabilmektedir. Ancak, internet teknolojisi insanların iletişimde önemli bir dönüm noktasıdır. Çünkü insanlar biraz önce bahsedilen kitle iletişim araçlarından tek yönlü bir iletişime maruz kalırlar, geri bildirim şansları mümkündür değil. İnternet ise insanların çift yönlü iletişim kurabilmelerine yani geri bildirim yapabilmelerine imkân sağlayan önemli bir teknolojik gelişmedir.

Enformasyon ve iletişim kavramları genelde birbiri ile karıştırılmaktadır. Ancak ikisi de birbirinden farklı anlamlara sahiptir. Enformasyon genel anlamıyla bilginin yayınlanmasında, saklanması veya kaydında kullanılan donanım ve altyapının tümüne verilen ortak bir isimdir. Bu kapsamda, tek yönlü bilgi iletişimine enformasyon, karşılıklı bilgi alışverişine ise iletişim denilmektedir (Tutar & Yılmaz, 2013, s. 41). İletişim, bilginin başkalarına aktarılmasında, dolayısıyla yeni bilgilerin ortaya çıkmasında etkili bir unsurdur. İlkel dönemlerde bilginin başka toplumlara aktarılması oldukça güçtü. Dolayısıyla, yeni çıkan bir icadın başka toplumlar tarafından öğrenilmesi yıllar alıyor, bu durum da yeni icatların ortaya çıkmasını engelliyordu. Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, yeni çıkan bilgilerin veya icatların başka toplumlarla paylaşılmasını kolaylaştırmıştır. Bu durum da teknolojinin gelişim hızını arttırmıştır.

İnsanlar, etrafında olup biten olayları gözlemler, algılar, düşünür ve bir fikir edinir. Bu fikirlerini başka kişilere ifade etmek isterler. İşte bu ifade etme süreci de yine iletişim ile mümkündür. İnsanlar, düşündüklerini hedefe en etkili şekilde ulaştırmak isterler. Bunun için de sözlü iletişim, sözsüz iletişim ve yazılı iletişim gibi araçları kullanırlar. Elbette bireyler tüm bunlarla birlikte teknolojinin getirdiği çeşitli iletişim araçlarını da kullanarak daha fazla kişiye daha etkili bir şekilde ulaşma amacı gütmektedir.

2.2. YENİ MEDYA

İnsanların ya da toplulukların birbiri ile iletişim kurma ihtiyacı geçmişten günümüze iletişim alanında çeşitli yenilikleri de beraberinde getirmiştir. Çok eski zamanlarda mağara duvarlarına çizdiği resimlerle iletişim kuran insanoğlu, günümüzde çok daha farklı yöntemlerle iletişimini sürdürmektedir. İnsanların birbiri ile haberleşme

şekli dönemin şartlarına ve teknolojik gelişmişliğe göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler, insanların birbiri ile haberleşme ve iletişim kurma yöntemlerini etkileyen unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde teknoloji, hızlı bir şekilde gelişim göstermekte, iletişim ise bu teknolojik gelişmelerden en çok etkilenenler arasında yer almaktadır. İletişim alanında meydana gelen bu teknolojik gelişmeler “Yeni Medya” ya da “Yeni İletişim Teknolojileri” gibi ifadelerle tanımlanmaktadır (Akyol, 2015, s. 1). Ancak, bu tanımlama farklı bir tartışmayı beraberinde getirmektedir. “Yeni Medya” veya “Yeni İletişim Teknolojileri” derken kast edilen nedir? Günümüzde tablet, akıllı telefon, internet gibi araçlar yeni olarak nitelendirilebilmektedir. Peki teknolojilerinin hızla değiştiği ve geliştiği bir dünyada bunların “yeni” olarak nitelendirilmesi ne derece doğudur?

Dolayısıyla burada kullanılan “yeni” kavramı aslında belli bir teknolojik gelişmeyi tanımlamamakta, bunun çok daha ötesinde sürekli yenilenen bir gelişmeyi ifade etmektedir. 1980’lere kadar üç ayrı alan olarak gelişen yayıncılık, telekom ve bilgi işlem sektörlerinin yakınsaması sürekli yeni teknolojik araçları ve bunların sağladığı olanakları ortaya çıkarmaktadır (Tuncel, 2005, s. 91-96).

Yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmıştır. Araştırmacıların bu kavramla ilgili 1970’lerde değindikleri anlam, 1990’larda yıldızı parlayan bilgisayar ve İnternet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve sonrasında çok daha farklı boyutlara ulaşmıştır. Yeni medya, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama özelliğine sahiptir. Bu özellik sayesinde metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamlar bir araya gelebilmektedir. Buna multimedya ya da çoklu ortam denilmektedir (Dilmen, 2007, s. 114-115).

Yeni medya, demokratik süreçlere daha fazla katkı sağlaması bakımından geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Bu katkılar şu şekilde ifade edilmektedir (Timisi, 2003):

- Geleneksel medyada bir içerik bütün izleyicilere sunulmaktadır. Yeni medya teknolojilerinde ise içerikler kullanıcı merkezlidir. Böylece bilgiye erişim çok yönlü olarak sağlanmaktadır.

- Yeni medya teknolojileri elde edilen bilgiyi arttırmaktadır. Bu durum yerel, ulusal ve uluslararası haber sayısındaki artışı da beraberinde getirmektedir.
- Yeni medya sayesinde bireyler çok fazla bilgiyi aynı anda görebilmekte, değerlendirme ve yorumlarını bu bilgiler ışığında yapabilmektedir.
- Yeni medyayı kullanan bireyler, bir takım bilgi ve mesajları farklı kişilere paylaşma imkânı bulmaktadır. Dolayısıyla, bireyler yeni medyada mesaj üretebilmektedirler.
- Gelenekse medyada merkeziyetçi bir yapı içeriği belirlenmesinde etkin rol üstlenebilmektedir. Yeni medya ise bunu büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır. Teknoloji sayesinde isteyen kişiler kendi gazetesini, televizyonunu kurabilmektedir.

Lev Manovich, The Language of New Media(Yeni Medyanın Dili) isimli kitabında yeni iletişim ortamlarının temel özellikleri Sayısal Temsil, Modülerlik, Otomasyon, Değişkenlik, Kod Çevrimi olarak ifade edilmiştir (Manovich, 2002):

Sayısal Temsil: 0 ve 1 rakamları kullanılarak diğer öğelerin oluşmasını sağlayan ana gelişmedir. Manovich'e göre yeni medya kaynağı sayısal kodlardan oluşmaktadır. Böylece, bilgisayar ortamındaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir hale dönüşmektedir. Sayısal temsil, kitle iletişim araçlarına da yeni özellikler sunmuştur. Sayısal temsil, e-posta, görüntülü konuşma, mobil telefon gibi kitle iletişim araçlarında ortaya çıkmıştır (Akyol, 2015, s. 1). Özet olarak sayısal temsil; iletişim hızını, kalitesini, sayılabilirliği ve bilginin analiz imkânını arttırmış tüm bunlarla beraber daha interaktif bir iletişim ortamının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Modülerlik: Modülerlik, Sayısal Temsil prensibine dayanmaktadır. Buna göre örneğin bir web sitesi ses, görüntü, video, metin gibi pek çok parçanın bir araya gelmesiyle oluşur. Web sitesinde bir değişiklik yapılmak istendiğinde o web sitesini oluşturan parçalar üzerinde tek tek değişiklik yapılabilir (Yanık, 2016, s. 898-910). Elbette modülerlik yalnızca web sitesi için geçerli bir prensip değildir. Teknolojinin neredeyse bütün alanlarında bunu görmek mümkündür. Yukarıdaki örneğe benzer şekilde, bir videoda ses ve görüntünün bilgisayar ortamında birbirinden ayrılabilmesi ve montajlanabilmesi de bununla açıklanabilir.

Otomosyon: Otomasyon, yeni medya araçlarında birçok işlemin otomatik olarak gerçekleşebildiğini ifade etmektedir. Bu özelliğe göre kayıt cihazı, kamera gibi araçlarda insan müdahalesi gerekmemektedir (Uygun & Akbulut, 2018, s. 73-89). Elbette, bunun olması için de bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alt yapı oluşturulduğu zaman yapılmak istenen şeyler otomatik olarak yapılabilmektedir.

Değişkenlik: Yeni iletişim teknolojilerinin objeler sabit yapıda değildir. Yeni medyanın değişkenlik özelliği sayesinde nesneler farklı biçimlere dönüştürülebilir. Değişkenlik, sayısal temsil ve modülerliğin sonucunda gerçekleşen bir ilkedir (Akyol, 2015, s. 6-7).

Kod Çevrimi: Kod Çevrimi; bilgisayar ortamındaki metinlerin, görüntülerin ve seslerin çeşitli kodlamalar ile dosya yapılarına, listelere, kayıtlara ve dizinlere dönüşmesini ifade etmektedir (Aytekin & Sütçü, 2012).

Manovich'in dile getirdiği bu beş özelliğin ortak noktası dijitalleşme ya da sayısallaşma temeline dayanmasıdır. Manovich'in yapmış olduğu sınıflandırmada sayısal temsil ve modülerlik özellikleri; otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi özelliklerinin uygulama şartı ve nedeni olarak görülmektedir (Akyol, 2015, s. 8).

Martin Lister ve arkadaşları da yeni medyayı tanımlarken onun beş temel özelliğine değinmiştir. Bu özellikler sayısalılık, etkileşimlilik, hipermetinlilik, dağılma özelliği ve sanallılıktır (Lister, Dovey, Giggings, Grant, & Kelly, 2003, s. 9-44). Bu özellikler şu şekilde tanımlanmıştır (Yetkin, 2010):

Sayısalılık: Sayısalılık ya da bir diğer ismiyle dijitallik sayı temelli bir olgu olup, ikili algoritma ile ifade edilmesidir. Analog ortamda fiziksel nesneler kullanılırken, sayısal ortam 0 ve 1'lerden oluşan rakamlar kullanılmaktadır.

Etkileşimlilik: Kullanıcının verinin içeriğine müdahale edebilmesini ifade eden etkileşimlilik, kullanıcılara yeni iletişim ortamını kendi istekleri doğrultusunda kullanabilme imkanı sağlamaktadır.

Hipermetinlilik: “Hiper” kelime anlamı itibarıyla “üzerinde” ya da “ötesinde” anlamına gelmektedir. Analog ile dijital arasında farkı ifade etmek için “hiper” kelimesi

kullanılır. Hipermetinlilik, metinlerin kendi içinde ağ oluşturmalarıdır. Bu bağlamda metin, oluşturulan ağ yapısıyla kendisinin üzerinde olan metinlere erişebilmektedir.

Dağılma Özelliği: Dağılma özelliği, bilginin merkezi sistem kullanılmadan kişiselleşerek iletilmesi durumudur. Geleneksel medya anlayışında merkezi bir yapı ve buna bağlı olarak üretim ve dağıtım süreçleri bulunmaktadır. Lister'e göre dağılma özelliği sayesinde tüketici ile üretici arasındaki farklar azalmaktadır. Yeni iletişim ortamının dağılma özelliği, tüketicileri de üretici konumuna kolaylıkla geçirebilmektedir.

Sanallık: Gerçek olmayan anlamına gelen sanallık, yeni iletişim teknolojilerinin en önemli özelliklerinden biridir. Sanallık sayesinde, günlük yaşanabilecek olaylar ve ortamlar simüle edilerek bilgisayar ortamına yansıtılabilmektedir. Bu yönüyle sanallık, gerçeğin kopyasının sunumu olarak da ifade edilebilir.

Martin Lister'in ifade ettiği yeni medya özelliklerinin Manovich'in ortaya attığı özelliklerden temel farkı "etkileşim" ve "simülasyon"dur. Manovich "etkileşim" kavramına yeterince ilgi göstermezken bu kavram Lister tarafından özellikle değinilmiştir. Ayrıca Lister, simülasyon prensibi ile online etkileşimin görüntüsel sanal biçimlerini öne çıkardığını ifade etmiştir. Böylece, simülasyon ve yapay zeka devriminin yeni medya üzerindeki etkisinin daha da artacağını iddia etmiştir (Yanık, 2016, s. 898-910).

Günümüzde simülasyon (yapay zeka) sosyal medya platformları tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Yapay zeka sayesinde sosyal medya platformları, kullanıcılarının sosyal medya kullanım alışkanlıklardan çeşitli çıkarımlarda ve tahminlerde bulunmaktadır. Bu veriler ışığında bireylerin alışveriş kültürlerinden siyasal tercihlerine kadar pek çok konuda bilgiye ulaşılmakta, böylece bu kullanıcılara tercihleri ile bağlantılı reklamlar ve paylaşımlar sunulabilmektedir.

2.3. WEB 1.0'DAN WEB 2.0'A GEÇİŞ SÜRECİ

Bilgisayar teknolojilerindeki donanımsal gelişimlere paralel olarak "World Wide Web" yani "www" protokolü İsviçre'de CERN'de geliştirilmiş ve 1994 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Bu teknolojinin ilk aşaması Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır (Özüdoğru, 2014, s. 36-50). Web 1.0 kavram itibarıyla, ilkel kalan internet sitelerini

anlatmaktadır. Buna göre internet kullanıcıları yalnızca bilgiyi alan konumundadır. Dolayısıyla tek yönlü bir iletişim bulunmaktadır ve web sitelerinde herhangi bir etkileşimden söz edilemez. Bu yönüyle Web 1.0 teknolojisine sahip internet siteleri adeta bilgilendirici bir broşür niteliğindedir (Güçdemir, 2015, s. 29-35). Bu çerçevede değerlendirildiğinde etkileşimin olmadığı web 1.0 teknolojisi, günümüzde kullanılan internet ve bilgisayar teknolojisinin ilkel hali olarak değerlendirilebilir. Tek yönlü bir iletişim olması itibariyle, etkileşimin olmadığı yalnızca verilmek istenilen mesajların karşı tarafa aktarıldığı bir iletişim teknolojisidir.

Web 1.0'dan sonra gelen ve günümüzde de sıklıkla kullanılan bir başka teknoloji ise Web 2.0 olarak adlandırılmaktadır. Darcy DiNucci, "Parçalanmış Gelecek" isimli makalesinde ilk defa Web 2.0 teknolojisine değinmiş ve bunu internet sitelerinin tasarım boyutu ile açıklamıştır. Günümüz anlamıyla Web 2.0 kavramı daha sonra O'Reilly Media'nın kurucusu Tim O'Reilly tarafından da 2004 yılında bir konferans esnasında dile getirilmiştir (Köse & Çal, 2012; Aktan, 2017, s. 52; Aydın, 2017, s.101).

Web 2.0 kavramı, aslında Web 1.0 teknolojisinin yetersizliği nedeniyle doğmuştur. Web 1.0 kavramında kullanıcılar yalnızca içeriği okumakla yetiniyordu. Web 2.0 kavramı iki yönlü iletişimin kapısını aralayarak web kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak oluşturdukları bir sistem ortaya çıkarmıştır (Saraç Uslusoy, 2015, s. 25).

Web 2.0 kavramı, internet kullanıcılarının ortaklaşa paylaşarak oluşturduğu içeriklerin tümünü ifade etmektedir. Bu kavrama göre internet, web sitesi paradigmasında büyümenin çok daha ötesine geçerek sosyal ağlar, bloglar, forumlar gibi daha interaktif alanlarda gelişme göstermektedir. Paylaşımın esas olduğu bu ortamlarda kullanıcılar birer içerik üreticisi özelliği taşımaktadır (Bostancı, Siyasal İletişim 2.0, 2014). Web 2.0 kavramı, kullanıcı odaklı olması ve temel paradigmasının etkileşime dayanması itibariyle genelde sosyal medya araçlarıyla birlikte anılmaktadır. Kullanıcılar başta sosyal ağlar, bloglar ve forumlar gibi dijital mekanlarda hem diğer kullanıcılarla etkileşime geçerler fakat bunun da ötesinde bir takım içerikleri girerler. Bu içerikler, internet sayesinde çok kısa bir süre zarfında başka kullanıcılara yayılır ve onların da bu içeriğe katkı sunması sağlanır. Böylece Web 2.0 üzerinden yayılan bir bilgi ya da içerik bir kartopu misali büyüyerek başka kullanıcılara ulaşmaktadır.

Web 2.0 teknolojisi, internet kullanıcılarının duygu ve düşüncelerini paylaşabilmesine ve içeriklerle ilgili olumlu ya da olumsuz geri bildirimlerde bulunabilmesine imkan sağlamıştır. Bu durum, tek yönlü bir iletişimin olduğu Web 1.0 teknolojisinde mümkün değildir. Dolayısıyla bu açıdan değerlendirildiğinde Web 2.0 teknolojisi düşünce ve fikir özgürlüğüne de olumlu yönde katkı sağlamıştır.

Web 2.0 teknolojisini daha iyi anlamak için Web 1.0 teknolojisinin özelliklerini ifade etmek gerekmektedir. Buna göre:

- Kullanıcılar, Web 1.0 teknolojisinde içerikleri okuyabilir ya da görebilir ancak herhangi bir geri bildirimde bulunamazlar.
- Tek taraflı bir iletişim söz konusudur.
- İçerikleri genelde kullanıcılar değil, o işi yapanlar bir takım şirketler ya da yapılar belirler.
- Depolama alanı düşük olduğu için içerikler de sınırlıdır.
- İçerik çeşitliliği az olduğu için bilgi alışverişi de sınırlıdır.
- Kısıtlı miktarda bilgi paylaşıldığı için, kullanıcıların bilgi tercih edebilme imkânı da sınırlıdır.

Buradan da anlaşılacağı üzere Web 2.0 teknolojisi sayesinde kullanıcılar yalnızca mesajı almakla kalmayıp aynı zamanda etkileşimde bulunabilmekte böylece çift yönlü bir iletişim süreci başlatabilmektedirler. İçeriklerin belli başlı kullanıcıların değil herkes tarafından ve sınırsız bir şekilde paylaşılabilmesi, içeriğin devasa bir boyuta ulaşabilmesine katkı sunmaktadır.

Etkileşimin artmasıyla birlikte içeriğin bu denli büyümesi ve gelişmesi bilgiyi yalnızca tüketen değil aynı zamanda da üreten bir kullanıcı grubunun oluşmasını sağlamıştır. Web 2.0, teknolojinin kullanımını da kolaylaştırmış bireyler kolay bir şekilde web sitesi oluşturarak veya farklı platformlar kullanarak seslerini duyurabilme imkanı sağlamıştır (Eldeniz, 2010, s. 30-33).

2.4. SOSYAL MEDYA

1990'lı yılların sonlarında ortaya çıkmaya başlayan, sosyal ağlar olarak da ifade edilebilen sosyal medya; kullanıcılarına bilgi, düşünce, ve çeşitli alanlarda paylaşım

yapma imkanı tanıyan web siteleri ve çevrimiçi araçlara verilen ortak bir isimdir (Sayımer, 2008; Alıkcı, 2011). Kendi profilini oluşturarak sosyal medya denilen bu ağa katılan bir kullanıcı, kendi arkadaşlarına veya yakınlarına bu ağlar vasıtasıyla ulaşabilmekte, onlarla etkileşime geçebilmektedir.

Bir başka deyişle sosyal medya, mobil ve web tabanlı teknolojiler ile son derece interaktif ortamlarda oluşturulan içeriklerin tartışmak ve işbirliği kurmak amacıyla paylaşılmasıdır (Kietzman vd, 2011:242).

Sosyal medya, kullanıcılara duygu, düşünce ve bilgi paylaşımı imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim oluşturan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için kullanılan ortak bir terimdir (Güçdemir, 2015, s. 123). Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile birlikte bu sosyal ağlar, mobil telefon ve tablet gibi cihazlarda da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu durum sosyal ağların ulaşılabilirliğini ve kullanımını arttırmıştır.

Bir başka tanıma göre de sosyal medya, bireylerin sınırları belirlenmiş bir sistem içinde halka yarı/açık profil oluşturmaya, bağlantıda olduğu kullanıcıların listesine ulaşılmasına izin vermesi sayesinde diğer kullanıcıların sistemdeki bağlantıları görmesine ve bu bağlantıları ziyaret etmesine izin veren web tabanlı hizmetler olarak ifade edilmektedir (Büyüksener, 2009).

1996 yılında faaliyete giren Six Degrees, günümüzdekilere benzer ilk sosyal medya platformu olarak bilinmektedir. İnsanların birbirini arkadaş olarak eklediği bu sosyal medya platformu bir süre sonra anlık mesajlaşma ve blog yazma sitesine dönüşmüştür. Six Degrees ile başlayan sosyal medya serüveni günümüzde kullanılan veya kullanılmayan çok sayıda sosyal medya platformunun eklenmesi ile devam etmiştir (Bostancı, Sosyal Medya ve Siyaset, 2005, s. 57). Elbette Six Degrees'tan önce de sosyal ağlarla ilgili benzer bir takım denemeler olmuştur. Örneğin Ward Christensen ve Randy Suess isimli iki arkadaş, 1978 yılında arkadaşları ile irtibatta kalmak ve bilgi paylaşımında bulunmak için BBS isimli bir yazılımı hayata geçirmişlerdir (Sarı).

Bazı kaynaklar, sosyal medyanın Web 2.0 kavramı ile aynı olduğunu ifade etmektedir. Ancak, küçük de olsa aralarında bir fark bulunmaktadır. Buna göre Web 2.0,

bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimin teknolojik boyutunu simgelerken; sosyal medya bunun sosyal boyutunu simgelemektedir (Akar, 2012, s. 17-19).

Sosyal medya zaman ve mekân sınırı olmadan paylaşımın ve etkileşimin gerçekleştiği bir mecradır. Bireylerin zaman ve mekan sınırı olmadan paylaşım yapabilmesi, içerik üretebilmesi, yorum yapabilmesi bu platformların daha özgün olmasına neden olmuştur (Scott, 2010, s. 37-39). Bireylerin düşüncelerini ifade edebilmesi ve bilgiler paylaşabilmesi sosyal medyanın içerik yönünden zenginleşmesine katkı sunmuştur.

Sosyal medya ilk ortaya çıktığı dönemlerde hem sayıca azdı hem de kullanıcı sayısı oldukça düşüktü. Ancak, günümüzde neredeyse her haneye internetin girmesi ve akıllı telefon teknolojilerinin artması gibi nedenler, insanların sosyal medyaya ilgisini arttırmıştır. İnsanların hayatlarının her alanına giren sosyal medya, günümüzde sosyal medya kullanıcılarının birbiri ile haberleşmesine hizmet etmenin çok daha ötesinde bir etkiye sahiptir. Sosyal medya sayesinde insanlar dünyada olup biten her şeyden haberdar olabilmenin yanı sıra etrafında olup bitenleri başkaları ile paylaşabilmekte, kamuoyu oluşturabilmekte, alışveriş yapabilmektedir. Tüm bunlardan çok daha fazlasının yapılabildiği sosyal medya, oldukça geniş bir alanda etkisini göstermektedir.

Kendi başına bir kamusal alan oluşturan sosyal medya her geçen gün daha da büyümektedir. İnsanların bilgi üretme, kullanma ve onu paylaşma isteklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan internet ise sosyal medyanın büyümesinde etkin rol oynamaktadır. Bilginin dolaşım sistemi olan internet, sosyal yaşamla iç içe geçmiş ve yaşam dinamiklerini, toplum değerlerini yeniden reforme edilmesini sağlayan bir olgu haline gelmiştir (Gürbüz, 2014, s. 77). Toplumun neredeyse tüm alanına giren sosyal medya bireyleri her alanda etkilemiş, yeni akımların, yeni hayat tarzlarının ve hatta yeni fikirlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sosyal medya, yalnızca bireyleri etkilemekle kalmamış, onun sayesinde siyasi parti, sendika, sivil toplum kuruluşları gibi örgütler, kendi üyelerine ya da hedef kitlelerine mesajlarını daha kolay bir şekilde ulaştırabilme imkânına kavuşmuştur. Hatta

sosyal medyanın çift yönlü iletişimi desteklemesi sayesinde bu örgütler kendi hedef kitlelerinden geri dönüşler alabilme fırsatı yakalamıştır (Onat, 2010).

Karşılıklı etkileşim olanak sağlaması yönüyle geleneksel medya araçlarından ayrılan sosyal medya, yer ve zaman sınırını ortadan kaldırarak kısa zamanda çok büyük kitlelere ulaşmayı sağlamaktadır. Her geçen gün kullanıcı sayısını ve etkisini arttıran sosyal medya, eğitimden eğlenceye, sosyal hayattan devlet yönetimine kadar çok geniş bir alanı etkisi altına almıştır. Sosyal medya, bu güç sayesinde toplumları yönlendirebilmekte ve hatta devlet yönetimlerini değiştirebilmektedir (Darı, 2018). Son yıllarda dünyayı ilgilendiren çok önemli siyasi ve politik eylemlerde sosyal medya etkisini göstermiş, insanlar sosyal medya araçları sayesinde organize olmuştur.

Öte yandan sosyal medya, günümüzde neredeyse tüm kullanıcıların birbirini gözetlediği bir ortam haline gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya, gözetim kavramı ile özdeşleşmeye başlamıştır. “Gözetim” kavramı ise kuramcılar tarafından “panoptikon” kavramı ile birlikte anılmaktadır. Bu kavram köken itibariyle Yunan mitolojisinde yer alan Argus Panoptes efsanesine dayanmaktadır. Buna göre Panoktes, aynı anda birden fazla şeyi gören veya dört göze sahip olan ya da tüm bedeni gözlerle kaplı bir karakter olarak tasvir edilmektedir. 1791 yılında Jeremy Bentham tarafından ortaya atılan “Panoktikon” kavramına göre insanlar bir merkez tarafından gözetlenmektedir. İnsanlar, ne zaman gözetlendiklerini bilmediklerinden dolayı sürekli gözetleniyor düşüncesiyle hareket ederler (İlıcak Aydınalp, 2013). Sosyal medyanın çok sesliliğin ve demokrasinin bir parçası olduğu göz önüne alındığında, bu gözetlenme korkusu bireylerin duygu ve düşüncelerini özgür bir şekilde ifade edememe ihtimalini beraberinde getirmektedir.

Yapılan araştırmalara göre özellikle genç nüfus, zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medyada geçirdiklerini ifade etmektedir. Bu durum ///siyasetçilerin kendi kitlelerine ulaşma yöntemlerinde de değişikliğe gitmelerini zorunlu kılmıştır. Günümüzde siyasetçiler mitingler gibi geleneksel propagandalarına devam etmenin yanı sıra sosyal medyayı da bir propaganda aracı olarak kullanmaktadır (Bostancı, Siyasal İletişim 2.0, 2014). Gençlerin gündemi daha çok internet siteleri ve sosyal medya üzerinden takip etmesi, görüşlerini bu araçlarla paylaşmaları politikacıların sosyal medyaya olan ilgisini arttırmıştır (Çıldan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük, & Albayrak, 2012).

Maliyetinin çok ucuz olması özellikle siyasal iletişim kampanyalarında sosyal medya araçlarının kullanılmasını teşvik etmektedir. Siyasi partiler ve seçmenler, sosyal medya aracılığı ile yaş, cinsiyet, bölge gibi kategorilerle filtrelenmiş hedef kitleye ucuz yoldan ulaşabilmektedir.

Türkiye’de ve dünyada çok fazla sosyal medya platformu bulunmaktadır. Bunların bir kısmı zaman içerisinde popülerliğini yitirirken bunların yerine yeni sosyal medya araçları ortaya çıkmaya başlamaktadır. Aynı amaç doğrultusunda faaliyet gösterse bile kimi sosyal medya ağları kullanıcılardan yeterince rağbet görememektedir. Bununla birlikte sosyal medya ağlarının popülaritesi dünya farklılıklar göstermektedir. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında genelde Twitter, Facebook, Instagram ve Youtube sosyal ağlar yer almaktadır.

2.4.1. Facebook

Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kendi arkadaşlarının birbiri ile iletişim kurabilmesi için 2004 yılında kurulan Facebook, 2006 yılında herkesin üye olabileceği bir sosyal medya ağına dönüştürülmüştür. 2007 yılında ise yalnızca bilgisayar üzerinden kullanılma süreci sona ermiş, sosyal medya platformunun mobil uygulaması piyasaya servis edilmiştir. Kısa zaman içerisinde büyük bir gelişim ve büyüme gösteren Facebook, günümüzde en çok kullanılan sosyal medya ağlarından biridir (R., Hartley, & Rudelius, 2011, s. 61-64)

Diğer sosyal paylaşım platformlarında olduğu gibi Facebook’ta da kişisel bilgilerin ve arkadaş listelerinin yer aldığı profil sayfası bulunmaktadır. Kullanıcılar, bu profil sayfalarından yazı, fotoğraf, video gibi çeşitli içerikler paylaşabilmektedir. Bunun yanı sıra kullanıcılar, başkalarıyla da arkadaş olabilmekte, bu sayede paylaşımlar arkadaş olunan kişiler tarafından da görülebilmektedir (Golder, Wilkinson, & Huberman, 2007, s. 25-32). Facebook’un kullanımının basit olması her yaştan birey tarafından sıklıkla kullanılmasına neden olmaktadır. Böylece, bireyler hayatın her anına dair paylaşımlarını ya da herhangi bir konudaki fikir ve düşüncelerini bu ağ üzerinden rahatlıkla paylaşabilmektedir.

Facebook, diğer sosyal medya araçlarında olan pek çok özelliği bir arada barındırması ile ön plana çıkmaktadır. Kullanıcılar Facebook’tan fotoğraf, video, yazı,

hikâye, web bağlantısı gibi daha pek çok gönderiyi rahatlıkla paylaşabilmektedir. Dolayısıyla Facebook, rakiplerinde olan pek çok özelliği kullanıcılarına sunmaktadır.

Facebook; kullanıcılarına şehir, işyeri ve okul gibi kategoriler üzerinden, birden fazla ağa katılabilme imkânı sağlamaktadır. Normal kullanıcılarından herhangi bir ücret almayan Facebook, site üzerinden reklam vermek isteyenlerden ücret talep etmektedir. Kullanıcılar Facebook'ta arkadaşlarının veya herkese açık gönderileri görebilmenin yanı sıra farklı kullanıcılarla arkadaş olabilmekte, sayfaları beğenebilmekte ve gruplara dâhil olabilmektedir (Binark, ve diğerleri, 2009, s. 37-40).

Facebook yalnızca bireysel kullanıcılar tarafından değil, kurumsal yapılar tarafında da kullanılmaktadır. Özel şirketler, devlet kurumları, sivil toplum kuruluşları ve siyasi partiler gibi kurum ve kuruluşlar kendi hedef kitlelerine buradan ulaşabilmektedir. Çift yönlü iletişim fırsatı veren Facebook, bu yönü sayesinde söz konusu kurum ve kuruluşların hedef kitlelerinden geri bildirimler almalarını sağlamaktadır.

2.4.2. Twitter

Dünyanın en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biri olan Twitter; Temmuz 2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından kurulmuştur. 2011 yılında Türkçe dil seçeneği ile hizmet vermeye başlayan Twitter, 40'tan fazla dil seçeneğini barındırmaktadır. Bunların yanı sıra Twitter'ın dünyanın çeşitli bölgelerinde 35'ten fazla ofisi ve 4 bine yakın çalışanı vardır. Ayrıca, 2018 Haziran ayı itibarıyla 330 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Örselli, Sevinç, Karabulut, & Dinçer, 2018, s. 698-699).

Twitter, Eylül 2017'ye kadar kullanıcıların gönderilerini 140 karakter ile sınırlandırmış, bu tarihten sonra ise köklü bir değişime giderek bu sınırı 280 karaktere yükseltmiştir. Böylece, kullanıcılar daha fazla karakterin yer aldığı içerikler paylaşabilme imkânına kavuşmuştur.

Twitter, kullanıcılarına başka kullanıcıları takip etmek suretiyle onların paylaşımlarını görebilme, bu paylaşımları beğenme ve "Retweet" özelliği ile bunları kendi takipçileri ile paylaşabilme olanağı sunmaktadır. Bununla birlikte kullanıcılar,

“yanıtlı” özelliği sayesinde paylaşılan içeriğe cevap verebilmekte ya da karşı tarafın izin vermesi durumunda ona özel mesajlar gönderebilmektedir.

Twitter, Facebook gibi arkadaşlık yöntemine göre değil, takip yöntemine göre kurgulanmıştır. Böylece Twitter kullanıcıları zaman akışı üzerinden yalnızca takip ettikleri kişilerin paylaşımlarını görebilmektedir. Twitter kullanıcısı olan iki kişinin birbirlerinin paylaşımlarını görebilmeleri için ikisinin de karşılıklı olarak birbirini takip etmesi gerekmektedir. Facebook’ta ise iki kişinin birbirlerinin paylaşımlarını görebilmeleri için taraflardan birinin arkadaşlık isteği göndermesi ve diğerinin kabul etmesi yeterlidir.

Twitter, daha çok yazı içerikli paylaşımlar temel alınarak kurgulanmıştır. Ayrıca, kısa videolar ve fotoğraflar da paylaşılabilmekte, hatta farklı uygulamalar Twitter’a entegre edilerek canlı yayın yapılabilir. Fakat tüm bunların yanında Twitter’ın en önemli özelliklerinden biri “Trend Tophic (TT)” ya da başka bir ifadeyle “Hashtag” özelliğidir. Twitter’da kullanıcıların en fazla gündeme getirdiği ve paylaşım yaptığı konular ülkelere göre ayrılarak gündem tablosu şeklinde kullanıcılara sunulmaktadır. Bazen Twitter kullanıcıları, çeşitli konuları gündeme getirebilmek adına “TT” ya da “Hashtag” çalışması adı altında organizasyonlar yapabilmektedir. Özellikle siyasi gruplar, kendi kitlelerinin gücünü sosyal medyada da gösterebilmek adına bu çalışmalara ağırlık vermektedir. Bunun bir örneğini 2018 yılı Cumhurbaşkanlığı Seçimi sürecinde görmek mümkündür. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın “Milletimiz ‘tamam’ derse kenara çekiliriz” sözlerinin ardından Cumhurbaşkanı Adayı Muharrem İnce’yi destekleyenler tarafından #TAMAM adında bir hashtag oluşturulmuş, buna mukabil Recep Tayyip Erdoğan taraftarları da #DEVAM adında bir hashtag oluşturmuştur. İki grubun Twitter’dan birbirlerine üstünlük sağlama süreçleri seçim süreci boyunca devam etmiştir. Hatta sosyal medya üzerinden yürüyen bu rekabet, televizyonlarda tartışma programlarına bile konu olmuştur.

Buradan da anlaşılacağı üzere Twitter, bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade edebildikleri, günümüzde siyasal iletişimde sıklıkla kullanılan iletişim mecralarından biridir. Pek çok siyasetçi ve devlet adamı düşüncelerini aracısız bir şekilde ifade etmek adına bu sosyal medya ağını tercih etmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump, ülkesindeki bazı basın kuruluşlarının sahtekâr ve adaletsiz olduğunu ifade ederek, Twitter'ı onlarla savaşmak ve sözlerinin saptırılmasına fırsat vermemek adına kullandığını söylemiştir (haberturk.com, 2017). Donald Trump gibi çok sayıda lider, Twitter üzerinden seçmenlerine, kendi halkına ya da dünyaya mesaj iletmektedir.

2.4.3. Instagram

2010 yılının Ekim ayında Kevin Systrom ve Mike Krieger isimli iki girişimci tarafından kurulan Instagram, ilk ortaya çıktığı zamanlarda yalnızca I Phone için ücretsiz bir fotoğraf düzenleme ve paylaşma uygulaması olarak kullanılıyordu. Ancak, uygulama ilerleyen zamanda geliştirilerek başta Android olmak üzere tüm cihazlarda kullanılabilir hale getirildi (Can, 2016, s. 35).

Fotoğraf ve video paylaşım uygulaması olan Instagram, kullanıcıların çektikleri fotoğrafları çeşitli filtreler ile değiştirme ve paylaşma fırsatı sunmaktadır. Instagram'da filtrelenen gönderiler, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları ile entegre edilerek bu mecralarda da paylaşılabilir (Nagihan, 2016). Instagram'ın dünya genelinde 500 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye'de de giderek yaygınlaşan Instagram, 22 milyondan fazla kullanıcıya sahiptir (Can, 2017, s. 208-210).

Instagram'da kullanıcılar, çektikleri fotoğraf ve videoları daha ilginç hale getirebilmektedir. Bunları zaman tünellerinde, hikâyelerinde paylaşabilmekte ya da özel mesaj ile başka kullanıcılara gönderebilmektedir. Instagram da Twitter gibi karşılıklı takip yöntemiyle çalışmaktadır. Kullanıcılar zaman tünellerinde yalnızca takip ettiği kişilerin paylaşımlarını görebilmektedir.

Instagram'ın özelliklerden biri de canlı yayın yapılabilmesidir. Kullanıcılar, herhangi bir ek uygulamaya gerek kalmaksızın canlı yayın yapabilmektedirler. Instagram'ın daha çok genç kesim tarafından kullanılmasından hareketle, gençlere ulaşmak isteyen siyasi partiler ve liderler bu uygulamayı sıklıkla kullanmakta, seçim dönemlerinde mitinglerini canlı olarak yayınlamaktadırlar.

Her ne kadar fotoğraf ve video ağırlıklı olsa da Instagram, duygu ve düşüncelerin başkalarına aktırabildiği bir mecraadır. Kullanıcılar duygu ve düşüncelerini zaman zaman

fotoğraf ve videolarla aktarırken, bazen de onların altına yazdıkları yorumlarla kendilerini ifade etmeye çalışmaktadır.

Instagram, 2016 yılında kapsamlı bir değişikliğe gitmiş ve bu değişiklikler Instagram’a olan ilgiyi artırmıştır. Yapılan yenilikler şu şekildedir (Beynem Uran, 2018, s. 168):

Şubat 2016: *Kullanıcıların paylaştıkları videoların kaç kere görüldüğünün bilgisini vermeye başladı.*

Mart 2016: *Kullanıcıların daha uzun videolar paylaşmasını sağlayarak, sınırı 60 saniyeye çıkardı.*

Nisan 2016: *Windows 10 için mobil uygulama geliştirdi.*

Mayıs 2016: *Tasarımını tamamen değiştirdi.*

Temmuz 2016: *“Keşfet” özelliği getirerek kullanıcıların ilgisini çekebilecek paylaşımları onlarla paylaşmaya başladı.*

Ağustos 2016: *Hikâye özelliği getirerek, kullanıcıların 24 saatlik video ve fotoğraflar paylaşmasını sağladı.*

2.4.4. Youtube

Televizyonda izledikleri videoları internette bulmakta zorlanan PayPal isimli internet bankacılığı sisteminin çalışanları Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen Şubat 2005’te Youtube’u kurmuşlardır. Nisan 2005’te ise sitenin kurucuların Jawed Karim, San Diego Hayvanat Bahçesinde çektiği 18 saniyelik ilk videoyu siteye yüklemiştir. Youtube, çok kısa sürede büyümüş ve geniş kitlelere ulaşmıştır. Günümüzde de en büyük video paylaşım sitelerinden biridir. Youtube, kurulduktan yaklaşık bir buçuk yıl sonra Kasım 2006’da 1,65 milyar dolara Google tarafından satın alınmıştır. Youtube için ödenen ücretin bu denli yüksek olması, onun kısa süre içerisinde ne kadar büyüdüğüne aslında en önemli kanıtlarından biridir. Youtube günümüzde Google’ın yan kuruluşu olarak faaliyet göstermekte, her gün dünyanın dört bir yanından milyonlarca insan tarafından ziyaret edilmekte ve video eklenmektedir.

Youtube, videoları izlemek için herhangi bir üyelik istememektedir. Yaş sınırına takılmadığı sürece dileyen herkes video izleyebilmektedir. Ancak, video yükleyebilmek için sistemde profil oluşturmak gerekmektedir. Google alt yapısını kullandığından dolayı, Gmail'e sahip olan kişiler aynı zamanda Youtube'un da bir kullanıcısı durumundadır.

Youtube kullanıcıları, "kanal" adı verilen başka kullanıcıların profillerine abone olabilmektedir. Böylece kullanıcılar, bu kanallardan herhangi bir video paylaşıldığında bildirim alabilmektedirler. Youtube'un kullanıcılar açısından avantajlarından biri ise belli bir tıklanma ya da izlenme oranına ulaşıldığında video paylaşan kişiye reklam geliri sağlamasıdır. Bu yüzden, özellikle fenomenler daha fazla izlenmek adına çeşitli kampanyalar yürütmektedir. Youtube, ayrıca videoları beğenme ve onlarla ilgili yorumlar yapabilme imkânı sağlamaktadır. Böylece, paylaşılan içeriklerle ilgili geri bildirim olanağı bulunmaktadır.

Youtube'ta kullanıcılar çeşitli videolarla duygu ve düşüncelerini ifade edebilmektedir. Yayınlanan videolar farklı sosyal paylaşım ağlarında da paylaşılabilmekte, yorumlar yapılabilmekte bu da fikir ve ifade özgürlüğüne katkı sağlamaktadır. Youtube'ta da canlı yayın özelliği bulunmaktadır. Kullanıcılar, zaman zaman canlı yayınlarla da paylaşımlarda bulunabilmektedir.

III.BÖLÜM

3.1. İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ KAVRAMI

İnsanı diğer canlılardan ayıran özelliklerden biri de düşünebilme yetisidir. Sosyal hayatın içerisinde yer alan insan, hayatı boyunca bazı şeyleri algılamaya ve öğrenmeye başlar. Bu süreç insanın algıladığı ve öğrendiği konularla ilgili fikir edinme, ardından da bu fikirlerini başkalarına ifade edebilme sürecini beraberinde getirir.

Düşünme ve özgürlük kavramları birbirlerinden ayıramayacak kadar sıkı sıkıya bağlı kavramlardır. Çünkü düşünmek fikir edinmeyi ve ifade etmeyi beraberinde getirir. Bu yüzden felsefeciler düşünce özgürlüğünü, özgürlüklerin anası olarak görmektedir (Aydın N. , 2008, s. 255).

İfade özgürlüğü; bir düşüncenin, inancın, kanaatin, tutumun veya duygunun söz, yazı ya da başka vasıtalarla meşru yoldan aktarabilme, anlatabilme, yayabilme ve onları kendi düşünce ve inançları konusunda ikna edebilmeye yönelik özgürce tutum ve davranış sergileyebilme hakkıdır (Doğru & Nalbant, İstanbul, s. 182-184).

İfade özgürlüğü konusunda önemli görüşleri olan isimlerden biri John Locke'dur. Locke, mülkiyet özgürlüğü ile birlikte düşünce özgürlüğünün de olması gerektiği felsefesini ortaya koymuştur. "Hoşgörü Üzerine Bir Mektup" adlı eserinde, özgürlük konularında devlet ve kiliseden hoşgörü isterken aynı zamanda "hoşgörü" bu özgürlüğün temel argümanı olarak açıklamıştır (Akgül M. E., 2012).

İfade özgürlüğü içerik bakımından siyasi ifadeler, sanatsal ifadeler, akademik ifadeler, ticari ifadeler, dini ve ahlaki konulara ilişkin ifadeler, nefret söylemi içeren ifadeler ve şiddete teşvik eden ifadeler gibi çok geniş bir şekilde değerlendirilmektedir (Karan, 2018).

İfade özgürlüğü, demokrasinin ve birey özerkliğinin ön koşuludur. Uluslararası hukuk, antlaşma, sözleşme vb. metinlerde ifade özgürlüğü; insanın serbestçe düşünce ve bilgilere ulaşabilmesi, edindiği kanaat ve düşünceden dolayı kınanmaması, düşüncelerini

ferdi ya da topluca açıklayabilmesi, savunabilmesi ve başkalarına aktarabilmesi anlamına gelmektedir (Altıparmak, 2007, s. 7-10).

İfade özgürlüğü, 16. Yüzyılda gerçekleşen reform hareketlerinin bir sonucudur. Protestan kesim, reformun sonucunda muhalefet etme cesareti gösterebilmiştir. Böylece özgür düşüncenin önü açılmış, özellikle inanç özgürlüğü noktasında çeşitli haklar tanınmıştır. 1689 yılında ise İngiltere’de yayınlanan “Haklar Bildirisi” isimli bildiri ile ifade özgürlüğüne hukuki dayanak oluşturulmuştur. Buna göre İngiliz parlamenterlerin meclis çalışmalarında sarf ettikleri sözlerden dolayı takibata uğramaları engellenmiştir (Akgül M. E., 2012)

Bu kapsamda insanların, çeşitli amaçlar güderek bireysel ve toplum olarak düşündüklerini rahatlıkla ifade edebilme hakkına iletişim hakkı denilmektedir. İletişim hakları toplumda tam katılım, erişim ve kültürel çeşitlilik, medya özgürlüğü, geleneksel iletişim araçlarının korunması ve ifade özgürlüğü gibi unsurları kapsamaktadır. İletişim gerekli ve önemli bir insan ihtiyacı olmasının yanı sıra temel bir insan hakkını temsil etmektedir. Buna göre özgürlük, eşitlik, dayanışma, dokunulmazlık, kapsayıcılık, çeşitlilik, evrensellik ve katılım ilkeleri gibi insan haklarının uygulaması iletişim ile mümkündür. Bireylere verilen en temel haklardan biri olan iletişim hakkı, ifade özgürlüğü, bilgiye erişim hakkı, iletişim politikaları ve kültürel çeşitliliğin sağlanması ile ilgili karar alma süreçlerine yurttaşların katılımı, kamusal alandan dışlanan toplumsal grupların medya ve iletişim teknolojilerine erişimlerinin sağlanması gibi temel insan haklarını içermektedir (Şen & Şen, 2015, s. 126-129). İfade özgürlüğü başta Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği olmak üzere çok sayıda ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar tarafından güvence altına alınmıştır.

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Avrupa İnsan Hakları Komisyonu ve mahkemeleri de ifade özgürlüğüne büyük önem vermektedir. Bu alanda alınmış çok sayıda karar bulunmaktadır. Mahkemeler, ifade özgürlüğünü demokratik toplumların gelişmesindeki temel koşullardan biri olarak görmüştür (Kaygısız, 2015, s. 99-110).

İfade özgürlüğü günümüz demokratik toplumların temel özelliklerinden biridir. Bu kapsamda, bireysel gelişimin ve kendini gerçekleştirmenin en önemli destekleyicilerinden biri olması ve gerçeğin keşfi konularında çoğulcu toplumun

ihtiyaçlarının karşılanmasında payanda işlevi görmesi açısından önem taşımaktadır (Kamber, 2012, s. 9).

Birleşmiş Milletler, Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ifade özgürlüğünün çeşitli gerekçelerle sınırlandırılabilceğini ifade etmektedir. Bunlar milli güvenlik, toprak bütünlüğü ve kamu düzenidir. Ancak bu kavramlar muğlak olduğu için uygulamada bir takım sıkıntılar yaşanabilmektedir (Cankaya & Batur Yamaner, 2012, s. 71).

Özellikle bu özgürlük alanları terör bağlamında değerlendirildiğinde çok farklı sorunsallara yol açabilmektedir. İrkçi bir yaklaşımla devletlerin güvenliğini tehdit eden, insanların hayatlarını hedef alan bir takım fiiller kimi zaman bir hak arama mücadelesi olarak görülmekte, sözde hak arama mücadelesini dillendirmek ise ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilebilmektedir. Devletler bununla ilgili anayasalarında veya çeşitli hukuki metinlerde bu konuya yer verse de özellikle uluslararası kurum ve kuruluşlar ikircikli bir tutum içerisine girebilmektedir.

3.2. İFADE ÖZGÜRLÜĞÜNÜN YASAL DAYANAKLARI

Dünyada ifade özgürlüğü, ulusal ve uluslararası çeşitli sözleşme, beyanname, yasa vb. metinlerle güvence altına alınmıştır. Bu metinlerde, bireyin özgürlüklerinden bahsedilirken bu özgürlüklerin boyutu ve genişliği de ele alınmıştır. Böylece bazı metinlerde spesifik bir şekilde tarif edilmese de hangi eylem veya sözlerin ifade özgürlüğü kapsamına alınacağına dair bilgilere yer verilmiştir.

3.2.1. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi

İnsan hakları denilince akla gelen ilk hukuki dayanaklardan biri İnsan Hakları Evrensel Beyannamesidir. 10 Aralık 1948 tarihinde Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda kabul edilen beyannamenin(bildirgenin) 19. Maddesinde ifade özgürlüğüne dair metin yer almıştır. Türkiye de 6 Nisan 1949 yılında bu beyannameyi kabul etmiştir.

Madde 19:

Herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu olmaksızın herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı vardır.

3.2.2. Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme

Medeni ve Siyasi Haklara İlişkin Uluslararası Sözleşme, 1966 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda kabul edilmiştir. Bu sözleşme daha önce İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi adıyla anılan hakları daha da genişletmiş ve özgürlüğün kapsamını düzenlemiştir.

Sözleşmenin 19. Maddesinde şu ifadeler yer almıştır:

1. *Herkesin müdahaleye uğramadan, kanaat edinme hakkı vardır.*
2. *Herkesin ifade özgürlüğüne hakkı vardır; bu hak gerek sözlü, yazılı ya da basılı veya sanat eseri şeklinde, gerekse seçilen diğer herhangi bir yoldan, ülke sınırları söz konusu olmaksızın, her türlü haber ve düşüncüyü araştırma, alma ve verme özgürlüğünü içerir.*
3. *Bu maddenin 2. Fıkrasında öngörülen hakların kullanılması bazı ödev ve sorumlulukları da içerir. Bu nedenle belli kısıtlamalara konu olabilirler; ancak bunlar kanunun ön gördüğü ve:*
 - a) *Başkalarının haklarına ve ününe saygılı olmak.*
 - b) *Ulusal güvenliğin ve kamu düzeninin veya kamu sağlığı ya da ahlakının korunması için zorunlu kısıtlamalardır*

Bu madde, ifade özgürlüğünü ayrıntılı bir biçimde ele almaktadır. Maddenin ikinci fıkrasında özgürlüğün kapsamı düzenlenmiş ve bir takım sınırlamalar getirilmiştir.

3.2.3. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi

4 Kasım 1950 tarihinde kabul edilen Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, 3 Eylül 1953'te yürürlüğe girmiştir. Sözleşmede yalnızca kişisel haklar düzenlenmiş, çok sayıda hak ve özgürlüğün korunması yerine az sayıda hak ve özgürlüğün etkin bir biçimde korunmasına önem verilmiştir. Türkiye, sözleşmeyi 1954 yılında onaylamış ve Avrupa

İnsan Hakları Mahkemesinin yargı yetkisini 1987 yılında tanımıştır (Cankaya & Batur Yamaner, 2012, s. 17-18).

Madde 10:

1. *Herkes görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahalesi ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir almak ve vermek özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine bağlı tutmalarına engel değildir.*
2. *Kullanılması görev ve sorumluluk yükleyen bu özgürlükler, demokratik bir toplumda, zorunlu tedbirler niteliğinde olarak, ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu emniyetinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması, veya yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması için yasayla öngörülen bazı biçim koşullarına, sınırlamalara ve yaptırımlara bağlanabilir.*

3.2.4. Ülkelerin Anayasasında İfade Özgürlüğü

Uluslararası sözleşmelerin diğer üye ülkeler veya bunları kabul etmiş devletler tarafından karşılığı bulunmaktadır. Dolayısıyla devletler, kendi anayasalarında başta ifade özgürlüğü olmak üzere pek çok insani hakkı güvence altına almak durumundadır. Devletler anayasalarında bir yandan kendi varlıklarını ve güvenliklerini korumak adına tedbirler alırken diğer yandan da kişisel özgürlükleri koruma yoluna gitmişlerdir.

A. Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında İfade Özgürlüğü

Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında 26. Maddede yer alan hükümlerde ifade özgürlüğünden bahsedilmiştir.

Madde 26:

- a. *Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hürriyetine sahiptir. Bu hürriyet, resmî makamların*

müdahalesi olmaksızın haber veya fikir alma ya da verme serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayınların izin sistemine bağlanmasına engel değildir.

b. Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir.

c. Bu hak ve hürriyetlerin kullanılması; millî güvenliğin, kamu düzeninin, genel sağlığın, genel ahlâkın, başkalarının şöhret veya haklarının, özel veya aile hayatının korunması, suçların önlenmesi, devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, yargının bağımsızlık ve tarafsızlığının sağlanması, savaş kışkırtıcılığının engellenmesi, her türlü ayrımcılık, düşmanlık veya kin ve nefret savunuculuğunun önlenmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.

Buna göre, ifade özgürlüğüne bir takım sınırlamalar getirilmesine rağmen, özgürlük alanı temelde sınırlandırılmamıştır.

B. Suriye Cumhuriyeti Anayasasında İfade Özgürlüğü

Suriye Cumhuriyeti de Anayasalarının 20. Maddesinde ifade özgürlüğünü benzer şekilde güvence altına almış bununla birlikte çeşitli kısıtlamalar da getirilmiştir:

Madde 20:

a. Herkesin düşünce ve ifade özgürlüğü, vicdan ve din hürriyeti garanti altındadır. Hiç kimse düşünce ve inançlarını açıklamaya veya inkar etmeye zorlanamaz.

b. Devlet vicdan özgürlüğünü ve ibadet mekanlarının korunmasını temin eder. Kutsal tapınaklar ve dini türbeler dinsel ve kültürel önemi olan yerler olarak düşünülür ve devlet buraların güvenliğinin sağlanması ve korunmasının sorumluluğunu üstlenir.

c. Herkes kanuna uygun amaçlarla toplantılara, barışçıl gösterilere ve grevlere katılma hakkına sahiptir.

d. Herkes yasal her türlü araçla özgürce bilgi arama, edinme, iletme, üretme ve yayma hakkına sahiptir. Devlet kanuna uygun olarak basın ve kitle iletişim özgürlüğünü sağlar.

e. Sosyal, ırksal, ulusal veya dinsel nefret ve düşmanlığı kışkırtan; sosyal, ırksal, ulusal, dinsel ve dinsel üstünlüğü savunan propaganda ve ajitasyon yasaktır.

3.3. SOSYAL MEDYANIN FİKİR VE İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ ARACI OLARAK KULLANILMASI

Fiss (1998: 92), ‘İfade Özgürlüğünün İronisi’ isimli kitabında demokrasilerde medyanın önemine dikkat çekmiştir. Demokrasilerde halk, kendi kararını kendisi vermektedir, ancak bunun için de bilgilenmesi gerekmektedir. İşte bu konuda medyaya büyük görev düşmektedir. İfade özgürlüğü ve basın özgürlüğü demokratik toplumların olmazsa olmazıdır (Gölcü, 2015, s. 65). Bu görev, her ne kadar gazete, televizyon, radyo vb. kitle iletişim araçları geleneksel olarak yürütülse de günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medyanın bu konudaki etkisi oldukça artmıştır. Bireyler, sosyal medya üzerinden hem bilgilenmekte hem de yaptıkları paylaşımlarla düşüncelerini ifade etmekte ve toplumu bilgilendirmektedirler.

Sosyal medya, ifade özgürlüğü açısından kilit öneme sahiptir. Sosyal medya sayesinde bireyler klasik kitle iletişim araçlarına göre daha etken bir pozisyona geçmiştir. Sosyal medya sayesinde bireyler yalnızca bilgi edinmekle kalmayıp aynı zaman bilgi paylaşımı da yaparak katkı sunmaktadır (Canata, 2016, s. 186-187).

Sosyal medya ortaya çıktı andan günümüze kadar pek çok alanda etkisini göstermiş, insanların sosyo-kültürel yaşantısından moda anlayışlarına kadar kapsamlı ve önemli bir değişim-dönüşümü beraberinde getirmiştir. Bu anlamda etkisini gösterdiği bir başka alan da siyasal iletişimdir. Son yıllarda sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, siyasi partilerin ve liderlerin sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmasına neden olmuştur. Seçim kampanyaları sosyal medya üzerinden yürütölmeye başlanmış, seçmelere verilmek istenen mesajlar buradan gönderilmiş ve özellikle genç seçmene buralardan ulaşılmaya başlanmıştır. Sosyal medyanın çift yönlü iletişimi destekleme ve geri bildirime olanak vermesi böyle bir sürecin başlamasında etkili olmuştur.

Sosyal medyanın ifade özgürlüğüne katkısı yalnızca partiler, liderler, siyasi-ideolojik kurumlarla sınırlandırılmayacak kadar önemli bir konudur. Çünkü sosyal medya bunların çok daha ötesinde ifade özgürlüğüne büyük katkı sağlamaktadır. Daha önce kitap, dergi, televizyon, radyo gibi iletişim araçları ile düşüncelerini ifade etmeye

alışan insanlar teknolojinin gelişmesiyle birlikte blog, forum gibi internet sitelerinden seslerini duyurmaya çalışmıştır. Günümüzde ise sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler pek çok konuyla ilgili düşüncelerini sosyal medya ağları üzerinden ifade edebilmektedir.

Dijital teknolojinin bir sonucu olarak son yıllarda paylaşılan bilginin artması, etkileşim olanaklarının genişlemesi, kullanıcıların iletişim sürecine aktif bir şekilde katılabilmesi gibi nedenlerle internetin siyasete olan ilgiyi arttıracaağı ne sürülmüştür. Böylece, daha önce geleneksel medyaya verilen toplumu demokratikleştirme görevi günümüzde internete verilmiştir. (Göksu, 2016, s. 43). Dolayısıyla bu alanda yapılacak olan özgürleştirme veya kısıtlama faaliyeti dolaylı olarak demokrasinin de etkilenmesine neden olmaktadır.

Fikir zgrlğ kapsamında sosyal medyanın başarılı bir şekilde işleyebilmesi ve demokrasiye katkı sağlayabilmesi toplumun sosyal, ekonomik, politik, kültürel ve bireysel tüm konuları tartışabilmesi ile mümkündür. Bu yüzden yeni medyanın içerik yönünden zengin olması gerekmektedir. Zaten sosyal medya, içerik yönünden daha kapsamlı olması bakımından diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır (Algül & er, 2013, s. 51-52).

Sosyal medyanın fikir ve ifade özgürlüğü konusundaki etkisi önemli araştırma konularından biridir. Bunun için öncelikle demokrasinin temel ilkelerine bakmak gerekmektedir. Robert Dahl, Demokrasi ştne isimli kitabında demokrasinin varlığı için asgari şartları şu şekilde açıklamıştır (Dahl, 2001, s. 94).

1. Devlet politikası hakkındaki hkmet kararları üzerindeki kontrol yetkisi anayasal olarak seçilmiş organlarda toplanmalıdır.
2. Seçilmiş organlar, baskının nispeten nadir olarak görüldüğü, sık sık yapılan ve drşt idare edilen seçimlerle iş başına gelmelidir.
3. Pratik olarak bütün yetişkinler organların seçiminde oy hakkına sahip olmalıdır.

4. Pratik olarak bütün yetişkinler devlete seçimle belirlenen organlara seçilebilme hakkına sahip olmalıdır.
5. Vatandaşların geniş tanımlanmış siyasi meselelerle ilgili, ciddi ceza altında tehdidi bulunmaksızın kendilerini ifade edebilme imkânları olmalıdır.
6. Vatandaşlar, alternatif bilgi kaynaklarına ulaşma imkânına sahip olmalıdır. Bunlardan da öte, alternatif haber kaynakları mevcut olmalı ve kanunlar tarafından korunmalıdır.
7. Vatandaşlar aynı zamanda, bağımsız siyasi partileri ve menfaat gruplarını içine alan nispeten bağımsız kuruluş ve organizasyonları şekillendirebilme hakkına sahip olmalıdır.

Burada 6. Maddede bahsedilen vatandaşların siyasi meselelerle ilgili özgürce düşüncelerini ifade edebilmesi ve alternatif bilgi kaynaklarına ulaşabilme imkânına sahip olmaları gibi ifadelerin sosyal medya ile ilişkili olduğu görülmektedir. Sosyal medya sayesinde bireylere düşüncelerini ifade edebilme ortamı sağlanmaktadır. Bununla birlikte bireyler sosyal medyanın özgür ortamında farklı görüşleri de öğrenebilmekte, böylece farklı fikirlerin ortaya çıkmasına katkı sağlayabilmektedir.

İnternet ve sosyal medya araçlarının kullanımının artmasının bir başka etkisi de yöneten ve yönetilen arasındaki mesafeyi azaltmasıdır. Bu mesafenin azalmasıyla yönetilenler yöneticilerine daha kolay bir şekilde ulaşmaya başlamıştır. Böylece yönetilenler talep ya da önerilerini varsa şikâyetlerini doğrudan iletebilme imkânına kavuşmuştur (Aktaş, 2004, s. 211). Sosyal medyanın çift yönlü iletişimi desteklemesi ile birlikte yönetenler ile yönetilenler arasında karşılıklı diyaloglar da yaşanabilmektedir. Böylece, sorunların tespiti ve çözümü daha da kolaylaşmaktadır.

Sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşma ve ulaşılan kitlenin tepkisini gösterebilme gücü onu güçlü bir politik araç haline getirmiştir. Günümüzde dünyada ve Türkiye’de çok sayıda siyasetçi ve devlet adamı sosyal ağlar sayesinde tanınmakta ve aktif olarak sosyal ağları kullanmaktadır (Çıldan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük, & Albayrak, 2012, s. 2-3).

Günümüzde bazı basın kuruluşlarının radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel iletişim araçlarında bir takım siyasetçilere ya da partilere sansür uygulaması, yayınlarında yer vermemesi de sosyal medyaya olan ilgiyi arttırmıştır. Sansür uygulanan siyasetçiler ve partiler sosyal medya ağında örgütlenerek seslerini duyurmaya, düşüncelerini bu platformlar üzerinden hedef kitlelerine ulaştırmayı amaçlamaktadır. Bunun yanında sivil toplum kuruluşları da son yıllarda sosyal medyayı aktif olarak kullananlar arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Onlar da benzer şekilde yeni gönüllüler bulmak ve faaliyetleri hakkında toplumu bilgilendirmek adına sosyal medya ağlarını sıklıkla kullanmaktadır. Hatta sosyal ağlar üzerinden çok sayıda sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya siyasetçiler ve siyasi partilerin görüş ve düşüncelerini toplumla paylaştıkları bir platform olmanın yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının da benzer şekillerde kullandıkları önemli bir iletişim aracıdır.

3.4. SOSYAL MEDYANIN HUKUKİ BAĞLAYICILIĞI

İnsanoğlu geçmişten günümüze hep anlama ve anlaşılma çabası içerisinde olmuştur. Ortaya çıkan her icat, gelişim ve teknoloji insanın kendisini daha iyi anlatabilmesi ve iletişim kurabilmesi için bir fırsat oluşturmuştur. Günümüzde Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal ağlar insanların birbiri ile iletişimini sağladığı gibi bireylerin kendilerini ifade edebildikleri ve seslerini başkalarına da duyurabildikleri bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsanların kendilerini özgürce ifade etmelerini sağlayan bu mecra, ifade özgürlüğüne ve demokrasi kültürüne katkı sunmakla beraber bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Bu olumsuzluklar, bireylerin kimi zaman sosyal medyada yaptıkları paylaşımlardan dolayı kamu hukuku ya da özel hukuk açısından cezai müeyyidelerle karşı karşıya kalması olarak ifade edilebilmektedir (Uluş & Süslü, 2016, s. 340-344). Sosyal medya üzerinde kimi zaman gerçekleşen bu hukuk ihlalleri “bilgi suçları”, “siber suç”, “internet suçları” gibi farklı şekillerde de isimlendirilmektedir.

Bu suçlar, internet kullanıcıları tarafından teknolojik aygıtlar kullanılmak suretiyle kişilere, topluma ve devlete karşı işlenebilmektedir. Başta akıllı telefon olmak üzere internet bağlantısı olan taşınabilir cihazların tüm bilişim mecralarında rahatlıkla ve

yaygın olarak kullanılmaya başlanması ve kontrol mekanizmasının zayıflaması bu suçları önlenemez duruma getirmiştir (Bahar, 2018, s. 2-8).

İnternet ortamında milyonlarca kullanıcı her gün sayısız paylaşımlar yapmaktadır. Bu paylaşımlarda kimi zaman devlet büyükleri hedef alınırken, kimi zaman terörü öven, ülke güvenliğini tehdit eden ya da bir başkasını veya toplumu yaralayan ifadeler kullanılabilmekte, bu da bireylerin yargı yoluyla cezalandırılmasına neden olmaktadır.

İnternet, kimi zaman sınırsız bir özgürlük alanı gibi algılanabilmektedir. Ancak, devletler kendi güvenlik ve itibarlarının yanı sıra vatandaşlarının haklarını da korumakla görevlidirler. İnternetin ve sosyal medyanın bu denli hayatımıza girdiği, günlük yaşantımızın bir parçası olduğu göz önüne alındığında bu konuda tedbirler almak devletlerin öncelikli görevleri arasına girmiştir. Bu yüzden devletler, başta sosyal medya olmak üzere internetin her alanıyla ilgili etkin bir mücadele yürütülmekte, bununla ilgili denetim mekanizmaları oluşturmaktadır.

Bilginin ve içeriğin oldukça fazla olduğu sosyal medyada yalnızca tek bir suçtan bahsetmek mümkün değildir. Sosyal medyada dolandırıcılıktan hakarete, kumardan iftiraya kadar çok geniş bir yelpazede suç teşkil eden unsurlar yer alabilmektedir. Bunlar Türkiye Cumhuriyeti yasalarında kişiye karşı işlenen suçlar, topluma karşı işlenen suçlar ve devlete karşı işlenen suçlar başlıkları altında şu şekilde kategorize edilmiştir (Bahar, 2018, s. 26):

KİŞİYE KARŞI İŞLENEN SUÇLAR	TOPLUMA KARŞI İŞLENEN SUÇLAR	DEVLETE KAR İŞLENEN SUÇLAR
Tehdit – Hakaret – Şantaj (TCK 106, 125,107)	Nefret ve Ayrımcılık (TCK 122)	Devletin Egemenlik Alametlerini Aşağılama (TCK 300)
Dolandırıcılık (TCK 158)	Kişilerin Huzur ve Sükûnunu Bozma (TCK 123)	5816 Sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun
Adil Yargılamayı Etkilemeye Teşebbüs (TCK 288)	Kişiler Arasındaki Konuşmaların Dinlenmesi ve Kayda Alınması (TCK 133)	Türk Milletini, Türkiye Cumhuriyeti Devletini, Devletin Kurum ve Organlarını Aşağılama (TCK 301)
Müstehcenlik (TCK 226) Fuhuş (TCK 227) Cinsel Taciz (TCK 105)	Suç İşlemeye Tahrik (TCK 214)	Savaşta Yalan Haber Yayma (TCK 323)
İftira (TCK 267)	Halkı Kin ve Düşmanlığa Tahrik veya Aşağılama (TCK 216)	Gizli Kalması Gereken Bilgileri Açıklama (TCK330) Yasaklanan Bilgileri Açıklama (TCK 336)
Güveni Kötüye Kullanma (TCK 155)	Kanunlara Uymamaya Tahrik (TCK 126)	Göreve İlişkin Sırrın Açıklanması (TCK 258) Gizliliğin İhlali (TCK 285)
Suç Delillerini Yok etme, Gizleme veya Değiştirme (TCK 281)	Kumar Oynanması İçin Yer ve İmkân Sağlama (TCK 228)	Yasaklanan Bilgileri Siyasal veya Askerî Casusluk Maksadıyla Açıklama (TCK 337)
Ses veya Görüntülerin Kayda Alınması (TCK 286)	Halkı Askerlikten Soğutma (TCK 318)	Cumhurbaşkanına Hakaret (TCK 299)
Adil Yargılamayı Etkilemeye Teşebbüs (TCK 288)	Askerleri İtaatsizliğe Teşvik (TCK 319)	Suç İşlemek Amacıyla Örgüt Kurma Suçu (TCK 220)

Görüldüğü gibi üç kategoriye ayrılan bu suçlarla ilgili çeşitli cezai yaptırımlara yer verilmiştir. Yalnızca Türkiye Cumhuriyeti yasalarında değil, neredeyse bütün ülkelerde bu ve benzeri suçlarla ilgili tedbirler alınmıştır. Bunları, bireylerin özgürlük alanını ve ifade özgürlüğünü kısıtlayan unsurlar olarak değerlendirmekten ziyade bireylerin kişilik haklarını ve güvenliklerini güvence altına alan yasalar olarak değerlendirilmek daha doğru olacaktır. Aynı şekilde söz konusu yasalarla devletin ve toplumun güvenliğine ilişkin tedbirler de alınmıştır. Yani devlet, bir yandan bireyleri korurken diğer yandan da kendini ve toplumu koruyucu önlemler almıştır.

Türkiye’de başta sosyal medya olmak üzere bilişim suçlarıyla ilgili etkin bir şekilde mücadele edebilmek adına, 5809 sayılı Elektronik ve Haberleşme Kanununa eklenen bir madde ile Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanının başkanlığında Siber Güvenlik Kurulu kurulmuştur (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2017). Bu kurul şunlardan oluşmaktadır:

- Dışişleri Bakanlığı Müsteşarı,
- İçişleri Bakanlığı Müsteşarı,
- Milli Savunma Bakanlığı Müsteşarı,
- Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Müsteşarı,
- Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarı,
- Milli İstihbarat Teşkilatı Müsteşarı,
- Genelkurmay Başkanlığı Muhabere Elektronik ve Bilgi Sistemleri Başkanı,
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanı,
- Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu Başkanı,
- Mali Suçları Araştırma Kurulu Başkanı,
- Telekomünikasyon İletişim Başkanı

Bakanlar Kurulunca 11/6/2012 tarihli ve 2012/3842 sayılı “Ulusal Siber Güvenlik Çalışmalarının Yürütülmesi, Yönetilmesi ve Koordinasyonuna İlişkin Karar” 20/10/2012 tarihli ve 28447 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Buna göre Siber güvenlikle ilgili Ulaştırma ve Alt Yapı Bakanlığına şu görevler verilmiştir:

- Ulusal Siber Güvenliğin sağlanması için politika, strateji ve eylem planlarını hazırlamak,
- Kamu kurum ve kuruluşlarına ait bilgi ve verilerin güvenliği ile mahremiyetinin güvence altına alınmasını sağlamaya yönelik usul ve esasları hazırlamak,
- Ulusal Siber Güvenliğin sağlanmasında kamu kurum ve kuruluşlarında teknik altyapının oluşturulmasını takip etmek, uygulamaların etkinliğinin doğrulanmasını ve test edilmesini sağlamak,
- Ulusal bilgi teknolojileri ve iletişim altyapısını ve sistemleri ile veri tabanlarının güvenliğini sağlamaya, kritik altyapıları belirleyerek bunlara yönelik siber tehdit ve saldırı izleme, müdahale ve önleme sistemlerini oluşturmaya, ilgili merkezleri kurmaya, kurdurmaya, bu sistemlerin denetimi, işletimi ve sürekli güçlendirilmesine yönelik çalışmaları yapmak,
- Ulusal Siber Güvenliğin sağlanmasında her türlü milli çözümlerin ve siber saldırı müdahale araçlarının geliştirilmesi ve üretilmesini teşvik etmek, kullanımını sağlamak,
- Ulusal Siber Güvenlik açısından kritik kurum ve konumlar için gerekli ve yeterli sayıda uzman personelin temini, eğitimi ve gelişimini planlamak, koordine etmek ve yürütmek,
- Bu karar çerçevesinde diğer ülkeler ve Uluslararası kuruluşlarla işbirliği yapmak,
- Ulusal Siber Güvenlik konusunda bilinçlendirme, eğitim ve farkındalığı artırma çalışmaları yürütmek,
- Bilgi güvenliği alanında eğitim, test ve çözüm üretme alanında çalışan gerçek ve tüzel kişilere usul ve esaslarını belirleyerek güvenlik belgesi vermek,
- Siber Güvenlik Kurulunun sekretarya hizmetlerini yürütmek

3.5. SOSYAL MEDYA KISITLAMALARI

Devletler, ülkedeki huzur ve güvenlik ortamını oluşturmak adına yalnızca suç işleyenleri cezalandırmazlar. Bunun ötesinde suç işlenmesini önlemek ve bu konuda tedbirler almak devletlerin öncelikli görevleri arasındadır. Sosyal medyaya yönelik kısıtlama ve yasaklamalar ise kimi zaman suç işlenmesini önlemek amacıyla olabileceği

gibi kimi zaman da demokratik olmayan bir şekilde muhalif ve aykırı seslerin kısılması amacıyla uygulanabilmektedir. Günümüzde İran, Bangladeş, Mısır, Çin, Kuzey Kore, Mauritius, Fas, Suriye gibi daha pek çok ülkede kısmî ya da sürekli olarak çeşitli sebeplerle bazı sosyal medya platformları erişime engellenmektedir.

Modern toplumlarda ifade özgürlüğüne yönelik kısıtlamalar getirilmesi eşitlik kuralına aykırılık olarak görülmektedir. Buna göre her insanın hem içerik olarak hem de biçimsel anlamda aynı şeyleri ifade etmesi, standartların dışına çıkmaması gerçek düşüncenin ortaya çıkmasını engelleyici bir durum olarak görülmektedir. Ancak buna rağmen modern toplumlarda bu özgürlüğün devletin güvenliği, kamu güvenliği, kamu yararı gibi unsurların dikkate alınarak kullanılması hedeflenmiştir (Aydın N. , 2008, s. 256). Dolayısıyla modern devletlerde, her ne kadar özgürlükten bahsedilse de sınırsız ve zarar verici bir özgürlük söz konusu değildir.

İnternetin bilgiye erişmede, fikirleri ifade etmede ve daha pek çok temel hak ve hürriyetlerin kullanılmasında etkili olması, bu konudaki kısıtlamalarda daha hassas davranılması düşüncesini beraberinde getirmiştir. Orantısız kısıtlamalar kişilerin en temel haklarından yoksun bırakma durumunu ortaya çıkarmakta, bu da başka tartışmaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Sınar, 2001, s. 43). Bu durum aslında internetin hayatımızın her alanına girmesiyle ilgili bir durumdur. Son yıllarda internet, insanların yaşamsal aktivitelerinin o denli içindedir ki buraya yapılan en ufak bir müdahale insanın eğlenme özgürlüğü, fikirlerini açıklama özgürlüğü, bilgiye erişme özgürlüğü gibi pek çok alanda onun etkilenmesine yol açmaktadır.

Sosyal medyada en çok karşılaşılan suçlardan biri kişilik haklarının ihlal edilmesidir. Kişilik haklarının korunmasının anayasal güvence altına alınması kimi zaman sosyal medyanın kısıtlanmasının haklı bir gerekçesi olarak algılanabilmektedir. Ancak, ifade özgürlüğünün de temel bir insan hakkı olduğu unutulmamalı, kişilik haklarının ihlal edilmesi ile ifade özgürlüğü arasındaki o ince çizgi muhafaza edilmelidir (Gülseren, 2014, s. 15-19). Aynı şekilde topluma karşı veya devlete karşı suç teşkil eden içerikler de “ince çizgi” olarak değerlendirilebilir. Bu çizgi aşıldığı takdirde bireylere bir takım hukuki cezalar gelebileceği gibi sosyal medyaya yönelik de kısıtlamalar uygulanabilmektedir.

Bu kısıtlamalar bazen içerik sağlayıcının tamamen erişime kapatılması şeklinde uygulanabilmektedir. Örneğin 6 Mart 2007 tarihinde Ankara 5. Sulh Ceza Mahkemesi kararı ile Atatürk'e hakaret içeren video bulunmasından dolayı Youtube tamamen erişime kapatılmıştır. Bu yasak söz konusu videonun siteden kaldırılması sonucunda 31 Ekim 2010'da sona ermiştir. Söz konusu yasaklamalar içerik sağlayıcının kısmen erişime engellenmesi şeklinde de uygulanabilmektedir. Böylece, sosyal medya ağı tamamen yasaklanmadan yalnızca suç teşkil eden içeriğin URL'si erişime kapatılmakta, böylece bu içeriği kimse görememektedir.

Sosyal medya üzerinde devletin gerçekleştirdiği denetimler her ne kadar yalnızca kısıtlama veya yasaklama olarak görülse de aslında denetim mekanizmasının başka bir boyutu daha bulunmaktadır. Devletler, sosyal medyayı bir gözetleme aracı olarak da kullanabilmektedir. Böylece toplumun ne konuştuğu, ne düşündüğü gibi bir takım soruları cevaplandırırken aynı zaman da kitlesel eylem organizasyonlarını da önceden öngörebilmekte ve tedbirler alabilmektedir (Doğan, 2013, s. 211).

Türkiye'de sosyal medya erişimine yönelik erişim yasaklar ve diğer uygulamalar "5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" çerçevesinde yürütülmektedir. Bu kanun, 23 Mayıs 2007 tarihinde 26530 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile birlikte Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı kapatılmış yerine Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu kurulmuştur.

5651 Sayılı Kanuna 6 Şubat 2014 tarihinde eklenen madde ile Erişim Sağlayıcıları Birliği kurulmuştur. Özel hukuk tüzel kişiliğine sahip Birliğin merkezi Ankara olup esas görevi 5651 sayılı Kanun'un 8. Maddesi kapsamı dışında kalan erişim engelleme kararlarının erişim sağlayıcılara iletilmesi ve koordinasyonun sağlanmasıyla görevlidir (Erişim Sağlayıcılar Birliği, 2018).

3.6. TOPLUMSAL HAREKETLER VE SOSYAL MEDYA

İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinden bu yana pek çok direniş, ayaklanma, toplumsal hareketler gerçekleşmiştir. Bunların temel nedeni ise adaletsizlik, eşitsizlik gibi yine insanlar tarafından oluşturulan olumsuzluklardır. Toplamlar kimi zaman kendi

aralarındaki anlaşmazlıkları kimi zaman da yönetim ile anlaşmazlıklarından dolayı kitlesel eylemlerle seslerini duyurmak ve amaçlarına ulaşmak isterler.

Toplumsal hareketler, genel itibariyle toplumsal yapılar arasında meydana gelen çatışmada oluşan ve kolektif eylem biçimleri olarak ortaya çıkan hareketler şeklinde ifade edilebilir. (Collas, 2002, s. 66-75) Kavramın kökeni 18. yüzyıla dayandırılrsa da 20. Yüzyıl modernizm ve toplumsal düzen ile ilgili sorgulamalar, bu konudaki asıl tartışmaların oluşmasına zemin hazırlamıştır (Advan, 2015, s. 13)

Yaşanan sıkıntıları tersine çevirme ve değiştirme talebiyle ortaya çıkan toplumsal hareketler, 18. Yüzyılın sonlarında İngiltere’de başlayıp, 19. Yüzyılda Avrupa, Kuzey Amerika ve başka yerlerde kök salmıştır (Markoff, 1996, s. 44-45). 1960’ların sonlarından itibaren toplumsal hareketler, “eski” ve “yeni” olarak iki şekilde kategorize edilmeye başlanmıştır. “Yeni Toplumsal Hareketler” genellikle çevre, ekoloji, insan hakları, feminizm, barış gibi temalar etrafında doğan mücadeleler için kullanılan kullanılmaktadır. “Eski Toplumsal Hareketler” ise milliyetçi hareketler ve sınıf çatışmaları gibi nedenlerden dolayı ortaya çıkan toplumsal hareketleri ifade etmektedir (Özen, 2015). Günümüzde dünyanın dört bir yanında hem “Eski Toplumsal Hareketler” olarak tanımlayabileceğimiz şekilde hem de “Yeni Toplumsal Hareketler” olarak ifade edebileceğimiz türden pek çok eylem ile karşılaşılabilir.

Toplumsal hareketlerin en gerekli ihtiyaçlarından biri kuşkusuz organizasyondur. Bunun sağlanabilmesi için güçlü bir iletişim ağına ihtiyaç vardır. Daha önceki dönemlerde geleneksel medya araçları ile sağlanan bu iletişim, günümüzde internet ve iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya gibi alternatif iletişim araçları ile yürütölmeye başlanmıştır.

Sosyal ve politik karşı çıkışların sonucunda ortaya çıkan toplumsal hareketler, değişime açıktır. Dolayısıyla özellikle son yıllarda ortaya çıkan toplumsal hareketler “iletişimsel eylem” olarak da ifade edilmeye başlanmıştır. Böylece, yeni bir toplumsal hareket tarzı ortaya çıkmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasında ve amacına ulaşmasında en önemli faktör iletişimdir. İnsanlar iletişim sayesinde ortak bir paydada buluşup birlikte hareket edebilme kabiliyetlerini arttırmaktadırlar (Uyar, 2003, s. 134-140).

Günümüzde internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte insanların organize olma ve birlikte hareket edebilme noktasındaki iletişim kabiliyetleri de artmıştır. İnsanlar, sosyal medya aracılığıyla fikir ve düşüncelerini ifade edebilmekte ve kendilerine destekçiler bulabilmektedir. Kimi zaman birbirini hiç tanımayan, daha önce birbiri ile hiç görüşmemiş insanlar sosyal medya sayesinde organize olabilmektedir. İşte bu sosyal medyanın toplumsal hareketlerdeki gücünü göstermektedir.

Geleneksel medya zaman zaman sansürlerle ve politik engellemelerle karşı karşıya kalabilmektedir. İşte bu durumlarda ana akım ve geleneksel medya ile sesini duyuramayan insanlar alternatif medyaya yönelmektedir. Her geçen gün daha fazla insanın internet kullanması alternatif medyaya olan talebi arttırmıştır (Resuloğlu Geylani, 2014, s. 11-12).

Geleneksel medya, sansürlere ve politik engellemelere takıldığı için, özellikle ezilen sınıfların alternatif medyaya yönelmesi doğal bir süreçtir. Alternatif medya, özellikle İnternet aracılığı ile ezilenlerin ve muhaliflerin sesi olmaktadır. Giderek daha fazla sayıda insan internet kullanmaktadır. Bu durum da alternatif medyaya olan ilgiyi arttırmış, onu yaygınlaştırmış ve güçlendirmiştir.

Türkiye’de ve dünyada son yıllarda çok önemli toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasında ve güçlenmesinde sosyal medya büyük rol üstlenmiştir. İnsanlar, sosyal medya üzerinden birbiri ile iletişime geçmiş, videolar yayınlamış, canlı yayınlar yapmış, eylemlerin gerçekleştiği yerlerin görüntülerini başka kişilerle paylaşmış böylece daha fazla insana ulaşmayı amaçlamıştır. Hatta eylemciler sosyal medya sayesinde seslerini dünyaya duyurabilme imkânı bulmuştur. Yakın dönemde ortaya çıkan pek çok toplumsal eylemde bunun örneklerini görebilmemiz mümkündür.

3.6.1. Gezi Parkı Eylemleri

Gezi Parkı olayları 27 Mayıs 2013 akşamı Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi’ni protesto etmek amacıyla Gezi Parkı’nda yaklaşık 50 göstericinin toplanmasıyla başlamıştır. Park çevresinde bir araya gelen grup önce inşaat çalışmasını yürüten firmanın çalışmalarını engellemiş, daha sonra iş makinalarının yeniden çalışmasını önlemek için Gezi Parkında nöbet tutacaklarını açıklamışlardır. 29 Mayıs 2013 sabahında güvenlik güçlerinin eylemcileri dağıtmak için yaptığı müdahale büyük bir tepki ile karşılanmış,

ardından 31 Mayıs ile 15 Haziran 2013 tarihlerinde devam eden çok büyük kitlesel eylemlere dönüşmüştür (Ete & Taştan, 2013, s. 21-27).

Bu eylemlerde sosyal medyanın haberleşme ve örgütlenme aracı olarak yoğun şekilde kullanılmıştır. Hatta bazı insanlar sosyal medya ile Gezi Parkı eylemleri sayesinde tanışmıştır. Böylece eylemler sanal bir ortama taşınmış ve birbirini hiç tanımayan çoğu insan ortak bir platformda aynı amaç etrafında bir araya gelmiştir (Tufan Yeniçiktı, 2014, s. 264).

Gezi Parkı Eylemleri, sosyal medyanın siyasal alanda nasıl bir etki oluşturabileceği ve kitlelerin nasıl harekete geçirebileceği noktasında önemli bir örnektir. İstanbul Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi kapsamında Gezi Parkı'ndaki ağaçların kesilmesi üzerine başlayan protesto eylemleri bir anda farklı siyasal talepler içeren eylemlere dönüşebilmiş ve tüm ülkeye yayılmıştır. Bunda sosyal medyanın etkisi kuşkusuz çok büyüktür (Topbaş & Işık, 2014, s. 215-217).

Taksim Gezi Parkı olayları 2013 yılına damgasını vuran son yılların en önemli sosyal hareketlerinin başında gelmektedir. Bu olayları önemli kılan ise Gezi Parkı ile ilgili mesajların, videoların ve fotoğrafların sosyal paylaşım sitelerinde paylaşılması böylece insanların organize olması, çekmiş oldukları görüntüleri, fotoğrafları paylaşarak diğer insanları olaylar hakkında bilgilendirmesidir (Tufan Yeniçiktı, 2014, s. 264-269).

3.6.2. Wall Street Eylemleri

“Biz Yüzde 99’uz. Wall Street’i işgal et!” hareketi olarak ortaya çıkan Wall Street Eylemleri, 17 Eylül 2011 tarihinde New York’ta başlamış ve kısa sürede küresel kapitalizmin kalbi olarak bilinen Manhattan’dan tüm dünyaya yayılmıştır. Amerika’da yaklaşık 100 şehir ve dünyada neredeyse 1500 şehirde destek bulan bu hareket Wall Street’e karşı büyük bir mücadele olarak ortaya çıkmıştır. Wall Street hareketi Mısır ve Tunus’taki halk ayaklanmalarından ilham almıştır (Şen, 2012, s. 139).

Wall Street olayları, Bush döneminden beri devam eden ekonomik daralmanın sadece fakir Amerikalıları değil orta sınıf insanları da etkilemeye başlaması sonucunda ortaya çıkmıştır. Böylece suçlu arayan halk Amerikalıların yüzde 1’ine tekâmül eden zengin kesimi hedef tahtasına oturtmuştur.

Amerikan polisinin eylemleri bastırma sırasında sergilediği sert tutum, eylemciler tarafından video ve fotoğraflarla sosyal medya aracılığı ile dünyaya servis edilmiştir. Böylece, o güne kadar göstericilerin eylemlerini görmezden gelen ana akım medya, kamusal bir eyleme dönüşen bu olayları izleyicilerine aktarmak ve gündemine almak zorunda kalmıştır. Nitekim sosyal medya sayesinde ve ünlülerin de katılımı ile olaylar artmış ve büyük bir kitlesel eyleme dönüşmüştür (Eren & Aydın, 2014, s. 197-205).

Herhangi bir lider olmadan yatay olarak örgütlenen eylemciler, gerek eylemlerin organizasyonunda gerekse seslerini duyurmada sosyal medyayı aktif olarak kullanmışlardır. Eylemler yaklaşık olarak 2 yıl sürmüş ve bu süreçte eylemciler, özellikle Twitter'ı etkin bir şekilde kullanmışlardır (Metin, 2016, s. 221-267).

3.6.3. Arap Baharı

Tarihte her olayın sembolik bir başlangıcı bulunmaktadır. Ortadoğu'da ve Kuzey Afrika'da yakın tarihimizde büyük bir değişime neden olan olaylar silsilesi 17 Aralık 2010 tarihinde Tunuslu Muhammed Buazizi'nin kendini ateşe vererek yakmasıyla başlamıştır. Daha sonra tüm dünyayı etkileyen bir hale dönüşen bu olayların kitlesel eylemlere dönüşmesinin temelindeki etkenin ise söz konusu ülkelerde yaşayan halkın uzun yıllardır huzursuz, gergin ve katı bir politika ile yönetilmeleri olarak açıklanmaktadır (Usul, 2011).

Arap Baharı adeta bir domino etkisi ile Tunus'un ardından Lübnan, Mısır, Ürdün, Moritanya, Sudan Umman, Yemen, Bahreyn, Libya, Fas, Irak ve Suriye başta olmak üzere daha pek çok ülkeyi etkilemiştir. Birbirinden tamamen bağımsız bu ülkelerin kısa sürede benzer amaçlar doğrultusunda eylemler yapmasında sosyal medyanın gücü elbette göz ardı edilemez. Facebook, Youtube, Twitter gibi sosyal ağları sıkça kullanan Arap toplumu, böylece söz konusu ülkelerle fiziki sınırlarını ortadan kaldırmıştır (Yüksel, 2013).

Tüm bunlardan anlaşılacağı üzere, sosyal medya bireylerin fikir ve düşüncelerini özgür bir şekilde dile getirmeleri noktasında demokratik bir zemin oluştururken aynı zamanda çok büyük kitlesel eylemlerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. İnsanlar, sosyal medya sayesinde fiziki sınırları ortadan kaldırarak dünyanın dört bir yanında meydana gelen her türlü olaydan haberdar olabilmekte ve toplumsal reflekslerini buna

göre şekillendirebilmektedir. Bu durum sosyal medyanın gerek bireyler gerekse toplumlar üzerinde ne denli güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Elbette sosyal medyanın yalnızca olumsuz olarak algılanmamalı, onun önemli bir iletişim aracı olduğu unutulmamalıdır. Devletlerin en kritik ve savunmasız dönemlerinde en önemli güçlerinin iletişim ağı olduğu düşünüldüğünde sosyal medya toplumları bir araya getirme, kamuoyunu aynı hedefe kitleme potansiyeline sahiptir.

3.7. SURİYE İÇ SAVAŞI

2011 Şubat ayında Tunus'ta başlayan “Arap Baharı” protestolarında Mısır'da Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek'in devrilmesi, Suriye halkı arasında yankı bulmuştur. Dera'da yaşayan iki kadın doktor, telefonda görüşürken “Mübarek gitti, darısı bizim başımıza... İnşallah bizimki de başımızdan gider” sözlerinden olayı gözaltına alınmış, saçları kesilerek cezalandırılmış ve her türlü aşağılanmaya maruz bırakılmıştır (Bilgi Teknolojileri Kurumu, 2018).

Bu durumu hazmedemeyen çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu halk tarafından ortaya çıkan eylemler rejim tarafından sert karşılık görmüş daha sonra silahların kullanılmaya başlanması olayların büyümesine neden olmuştur. Suriye'den Türkiye'ye ilk göç dalgası 2011 yılı Nisan ayında gerçekleşmiş ve o günden bu yana milyonlarca Suriyeli sınır komşusu Türkiye başta olmak üzere pek çok ülkeye göç etmek zorunda kalmıştır.

Türkiye, ülkemize gelen Suriyelileri geçici koruma ile koruma altına almıştır. Türkiye, açık sınır politikası ile ülke topraklarına kabul, geri göndermeme, gelenlerin temel ve acil ihtiyaçlarının karşılanması şeklinde sıralanabilecek üç temel unsuru kapsayacak şekilde Suriyelileri misafir etmektedir. 04/04/2013 tarihli ve 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu'nun 91'inci maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 13/10/2014 tarihli ve 2014/6883 sayılı Geçici Koruma Yönetmeliği ile bu uygulamalar yasal zemine oturtulmuştur (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2015)

Türkiye'de resmi rakamlara göre 2018 yılı itibarıyla 3 milyon 628 bin Suriyeli mülteci yaşamaktadır. Bunların yalnızca 143 bini Suriyeliler için kurulan kamplarda kalırken, kalanı ise bu kampların dışında yaşamaktadır. En fazla Suriyeli bulunduran

illerin başında ise İstanbul, Şanlıurfa, Hatay, Gaziantep, Adana, Mersin, Bursa, İzmir, Kilis Konya gibi iller gelmektedir. Suriyeliler toplamda Türkiye nüfusunun yüzde 4,50'sini oluşturmaktadır (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2019). Elbette bu rakamların dışında gayri resmi olarak Türkiye’de yaşayan çok sayıda Suriyeli de bulunmaktadır.

Neredeyse 8 yıla varan bu süre zarfında Suriyelilerin bir kısmı Türkiye’de iş kurmuş veya iş bulmuştur. Önemli bir bölümü de yardım kuruluşlarının desteği sayesinde yaşamlarını sürdürmektedir. Türkiye Cumhuriyeti tarafından bazı Suriyelilere vatandaşlık hakkı da verilmiştir. İçişleri Bakanı Süleyman Soylu’nun açıklamalarına göre Ocak 2019 itibariyle 79 bin 820 kişi Türkiye vatandaşlığı almıştır. Bunlardan 53 bin 99 kişi 18 yaşının üstündedir (Hürriyet Gazetesi, 2019).



IV. BÖLÜM

4. BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın problem durumu doğrultusunda cevap aranan sorular sırasıyla değerlendirilerek aşağıdaki gibi ayrı ayrı raporlanmıştır.

4.1. Akıllı Telefon Kullanma Oranları

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin akıllı telefon kullanma oranları ve uyruk ile akıllı telefon kullanma arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Akıllı Telefon Kullanma Durumu

		Akıllı telefon kullanıyor musunuz?		Toplam	Ki-Kare	p
		Evet	Hayır			
Uyruk	TC	94	1	95	0,634	0,426
	SRY	115	3	118		
	Toplam	209	4	213		

Tablo 3'e göre, akıllı telefon kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyukları ile akıllı telefon kullanma oranları arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

4.2. Telefon Değiştirme Aralıkları

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin telefon değiştirme aralıkları ve uyruk ile telefon değiştirme aralıkları arasındaki ilişkiye ait bağımlılık katsayısı sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Telefon Değişirme Aralıkları

		Telefonunuzu ne zamandan beri kullanıyorsunuz?				Toplam	Bağımlılık	p
		0-1 Yıldır	1-2 Yıldır	2-3 Yıldır	3 Yıldan Fazla			
Uyruk	TC	21	23	11	40	95	0,253	0,002
	SRY	8	20	18	72	118		
	Toplam	29	43	29	112	213		

Tablo 4'e göre, Suriye uyruklu öğrencilerin telefon değiştirme aralıkları Türkiye uyruklu öğrencilere göre daha seyrek. Bağımlılık testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile telefon değiştirme aralıkları arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p < 0,05$).

4.3. Sosyal Medyada Vakit Geçirme Oranları

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyada vakit geçirme süresi ve uyruk ile sosyal medyada vakit geçirme süresi arasındaki ilişkiye ait bağımlılık katsayısı sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Sosyal Medyada Vakit Geçirme

		Sosyal medyada ortalama kaç saat vakit harcıyorsunuz?				Toplam	Bağımlılık	p
		1 Saatte n Az	1-3 Saat Aras	3-5 Saat Arası	5 Saatten Fazla			
Uyruk	TC	24	41	16	14	95	0,150	0,177
	SRY	16	57	26	19	118		
	Toplam	40	98	42	33	213		

Tablo 5'e göre, Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyada vakit geçirme süresi Türkiye uyruklu öğrencilere göre daha fazla görünmektedir. Ancak, bağımlılık testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyada vakit geçirme süresi arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p > 0,05$).

4.4. En Güvenilen Sosyal Medya Platformları

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube platformlarına güvenme durumları ve uyruk ile güvenilen sosyal medya platformu arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Sosyal Medya Platformlarına Güvenme Durumları

		Sosyal medya platformunun güvenilir olduğunu düşünüyorum		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Facebook	TC	71	5	76	10,422	0,001
	SRY	54	19	73		
	Toplam	125	24	149		
Twitter	TC	51	16	67	0,026	0,872
	SRY	66	22	88		
	Toplam	117	38	155		
Instagram	TC	53	17	70	16,894	0,000
	SRY	39	51	90		
	Toplam	92	68	160		
Youtube	TC	38	31	69	6,605	0,010
	SRY	32	60	92		
	Toplam	70	91	161		

Tablo 6’ya göre, Facebook’un güvenilir olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyukları ile Facebook’un güvenilirliği arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p < 0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrenciler Facebook’un genel olarak güvenilir olmadığını düşünmekle birlikte, Suriyeli öğrenciler Türkiyeli öğrencilere göre Facebook’a daha fazla güvenmektedir.

Tablo 6’ya göre, Twitter’ın güvenilir olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyukları ile Twitter’ın güvenilirliği arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p > 0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrenciler Twitter’ın genel olarak güvenilir olmadığını düşünmekle birlikte, Suriyeli öğrenciler ile Türkiyeli öğrencilerin Twitter’a güvenme eğilimleri benzerdir.

Tablo 6'ya göre, Instagram'ın güvenilir olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile Instagram'ın güvenilirliği arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p<0,05$). Buna göre, Suriyeli öğrenciler, Türkiyeli öğrencilere göre Instagram'a daha fazla güvenmektedir.

Tablo 6'ya göre, Youtube'un güvenilir olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile Youtube'un güvenilirliği arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p<0,05$). Buna göre, Suriyeli öğrenciler, Türkiyeli öğrencilere göre Youtube'a daha fazla güvenmektedir.

Tablo 6'daki bulgular bir arada değerlendirildiğinde Suriyeli öğrenciler, Türkiyeli öğrencilere göre Facebook, Instagram ve Youtube'a daha fazla güvenirken, Twitter'a benzer düzeyde güven duymaktadırlar. Türkiye uyruklu öğrenciler, genel olarak, Suriye uyruklu öğrencilere göre sosyal medya platformlarına daha az güvenmektedir.

4.5. Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amaçları ve uyruk ile sosyal medyayı kullanma amaçları arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medyayı Kullanma Amacı

	Sosyal medyayı kullanma amacı			Toplam	Ki-Kare	p
	Katılmıyorum	Katılıyorum				
Eğlence	TC	13	61	74	10,750	0,001
	SRY	32	44	76		
	Toplam	45	105	150		
Bilgi Edinme	TC	7	64	71	0,814	0,367
	SRY	13	76	89		
	Toplam	20	140	160		
Politik Gündem	TC	16	42	58	3,350	0,067
	SRY	37	50	87		
	Toplam	53	92	145		
Arkadaştan Haberdar	TC	14	57	71	0,054	0,816
	SRY	17	63	80		
	Toplam	31	120	151		
Fikirleri Paylaşma	TC	38	26	64	8,227	0,004
	SRY	32	57	89		
	Toplam	70	83	153		
Alışveriş	TC	44	30	74	3,216	0,073
	SRY	55	20	75		
	Toplam	99	50	149		

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı eğlence amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden azdır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı eğlence amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p < 0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı eğlence amacıyla kullanma oranları yüksek olmakla birlikte, Türkiyeli öğrenciler Suriyeli öğrencilere göre sosyal medyayı eğlence amacıyla daha fazla kullanmaktadır.

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p > 0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla kullanma oranları yüksek olmakla birlikte, her iki uyruktan öğrenciler de sosyal medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla benzer düzeyde kullanmaktadır.

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden azdır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla kullanma oranları nispeten yüksek olmakla birlikte, her iki uyruktan öğrenciler de sosyal medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla benzer düzeyde kullanmaktadır.

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı arkadaşlarından haberdar olmak amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı arkadaşlarından haberdar olmak amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşlarından haberdar olmak amacıyla kullanma oranları nispeten yüksek olmakla birlikte, her iki uyruktan öğrenciler de sosyal medyayı arkadaşlarından haberdar olmak amacıyla benzer düzeyde kullanmaktadır.

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı fikirlerini özgürce ifade etme amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı fikirlerini özgürce ifade etme amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık söz konusudur ($p<0,05$). Buna göre, Türkiye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı fikirlerini özgürce ifade etme amacıyla kullanma oranları düşük iken Suriyeli öğrencilerin yüksektir. Dolayısıyla, Suriyeli öğrenciler Türkiyeli öğrencilere göre sosyal medyayı fikirlerini özgürce ifade etme amacıyla daha fazla kullanmaktadır.

Tablo 7'ye göre, sosyal medyayı alışveriş amacıyla kullanan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı alışveriş amacıyla kullanma arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Buna göre, Türkiye ve Suriye uyruklu öğrencilerin sosyal medyayı alışveriş amacıyla kullanma oranları düşük olmakla

birlikte, her iki uyruktan öğrenciler de sosyal medyayı alışveriş amacıyla benzer düzeyde kullanmaktadır.

Tablo 7’deki bulgular bir arada değerlendirildiğinde Suriyeli öğrenciler ile Türkiyeli öğrenciler soysalı medyayı en çok çeşitli konularda bilgi edinme ve arkadaşlarından haberdar olma amacıyla kullanmaktadır. En az alışveriş ve politik gündemi takip etme amacıyla kullanmaktadırlar. Türkler eğlence amacıyla sosyal medyayı Suriyelilere göre daha fazla kullanırken, Suriyeli öğrenciler fikirlerini özgürce ifade etme amacıyla Türkiyeli öğrencilerden daha fazla kullanmaktadır.

4.6. Politik Konularda Paylaşım Yapma Oranı

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade etme ve uyruk ile her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade etme arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Politik Konularda Paylaşım Yapma Oranı

		Her türlü fikrimi sosyal medyada özgürce ifade edebilirim		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	55	18	73	8,082	0,004
	SRY	42	37	79		
	Toplam	97	55	152		

Tablo 8’e göre, her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade edebilen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade edebilme oranları arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$).

4.7. Sosyal Medyada Paylaşım Yaparken Tedirginlik Yaşama Oranı

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyada fikirlerini ifade etmede endişe yaşama durumları ve uyruk ile fikirlerini ifade etmede endişe yaşama durumları arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Sosyal Medyada Paylaşım Yaparken Tedirginlik Yaşama Oranı

		Sosyal medyada fikirlerimi ifade ettiğimde endişe		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	52	27	79	0,167	0,683
	SRY	47	28	75		
	Toplam	99	55	154		

Tablo 9'a göre, sosyal medyada fikirlerini ifade etmede endişe yaşayan Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyada fikirlerini ifade etmede endişe yaşama oranları arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

4.8. Sosyal Medyayı Geniş Bir Özgürlük Alanı Olarak Görme Durumu

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyanın herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecra olması ve uyruk ile sosyal medyanın herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecra olması arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Sosyal Medyayı Geniş Bir Özgürlük Alanı Olarak Görme Durumu

		Sosyal medya, herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecradır		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	45	25	70	3,359	0,067
	SRY	39	40	79		
	Toplam	84	65	149		

Tablo 10'a göre, sosyal medyayı herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecra olarak gören Suriye uyruklu öğrencilerin sayısı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ancak Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyayı herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebileceği bir mecra olarak görmesi arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

4.9. Sevdiği Liderleri ve Politik/İdeolojik Fikirleri Sosyal Medyada Takip Etme ve Onlarla İlgili Paylaşımında Bulunma Oranı

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sevdiği liderleri ve politik/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip etme ve onlarla ilgili paylaşımında bulunma oranı ve uyruk ile sevdiği liderleri ve politik/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip etme ve onlarla ilgili paylaşımında bulunma oranı arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Sevdiği Liderleri ve Politik/İdeolojik Fikirleri Sosyal Medyada Takip Etme ve Onlarla İlgili Paylaşımında Bulunma Oranı

		Katılma Durumu		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Sevdiği Liderler	TC	42	39	81	1,211	0,271
	SRY	40	52	92		
	Toplam	82	91	173		
İdeolojileri Takip	TC	49	30	79	3,724	0,054
	SRY	44	49	93		
	Toplam	93	79	172		
İdeolojileri Paylaşma	TC	68	13	81	4,505	0,034
	SRY	61	26	87		
	Toplam	129	39	168		

Tablo 11’e göre, sevdiği liderleri sosyal medyada takip eden Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ancak Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sevdiği liderleri sosyal medyada takip etmeleri arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Tablo 11’e göre, ilgi duyduğu siyasal/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip eden Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ancak Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile ilgi duyduğu siyasal/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip etmeleri arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Tablo 11’e göre, ilgi duyduğu siyasal/ideolojik fikirler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yapan ve destekleyen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile ilgi

duyduğu siyasal/ideolojik fikirler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yapma ve desteklemeleri arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre, Türkiyeli ve Suriyeli öğrencileri genel olarak ilgi duyduğu siyasal/ideolojik fikirler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yapma ve destekleme oranları düşük iken Suriyeli öğrenciler Türklere göre daha fazla paylaşım yapma ve destekleme eğilimindedir.

4.10. Politik Fikirlerinin Olgunlaşması Sırasında Sosyal Medyadan Etkilenme Durumu

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin politik fikirlerinin olgunlaşması sırasında sosyal medyadan etkilenme durumu ve uyruk ile politik fikirlerinin olgunlaşması sırasında sosyal medyadan etkilenme durumu arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Politik Fikirlerinin Olgunlaşması Sırasında Sosyal Medyadan Etkilenme Durumu

		Katılma Durumu		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Arkadaşların Paylaşımları	TC	83	3	86	20,343	0,000
	SRY	59	24	83		
	Toplam	142	27	169		
Örgütlerin Paylaşımları	TC	76	5	81	7,002	0,008
	SRY	72	18	90		
	Toplam	148	23	171		

Tablo 12’ye göre, arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarının siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyukları ile arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarının siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olma durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre, Türkiyeli ve Suriyeli öğrenciler arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarının siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olduğuna düşük düzeyde katılırken Suriyeli öğrenciler Türklere göre daha fazla etkilendiğini düşünmektedir.

Tablo 12’ye göre, siyasi/ideolojik örgütlerin sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin

uyrukları ile siyasi/ideolojik örgütlerin sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerimin oluşmasında etkili olma durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre, Türkiyeli ve Suriyeli öğrenciler siyasi/ideolojik örgütlerin sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olduğuna düşük düzeyde katılırken Suriyeli öğrenciler Türklere göre daha fazla etkilendiğini düşünmektedir.

4.11. İlgi Duyulan Sivil Toplum Kuruluşlarını Sosyal Medyada Takip Etme Durumu

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin ilgi duyulan sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip etme durumu ve uyruk ile ilgi duyulan sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip etme durumu arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. İlgi Duyulan Sivil Toplum Kuruluşlarını Sosyal Medyada Takip Etme Durumu

		İlgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları gibi sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip ederim		Toplam	Ki-Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	37	35	72	0,150	0,698
	SRY	43	46	89		
	Toplam	80	81	161		

Tablo 13’e göre, ilgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları gibi sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip eden Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerle benzerdir. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile ilgi duyulan sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip etme durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

4.12. Sosyal Medya Kullanımında Ülkenin Güvenliğini İlgilendiren Hususlardaki Duyarlılık

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medya kullanımında ülkenin güvenliğini ilgilendiren hususlardaki duyarlılık ve uyruk ile sosyal medya kullanımında ülkenin güvenliğini ilgilendiren hususlardaki duyarlılık arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 14’te verilmiştir.

Tablo 14. Sosyal Medya Kullanımında Ülkenin Güvenliğini İlgilendiren Hususlardaki Duyarlılık

		Katılma Durumu		Toplam	Ki-Kare	P
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Engelleyici Paylaşımlar	TC	17	63	80	4,394	0,036
	SRY	29	51	80		
	Toplam	46	114	160		
Tehlikeli bir Mecra	TC	34	29	63	1,446	0,229
	SRY	36	46	82		
	Toplam	70	75	145		
Kısıtlayıcı Tedbirler	TC	29	45	74	1,898	0,168
	SRY	44	44	88		
	Toplam	73	89	162		

Tablo 14'e göre, ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar sosyal medyada paylaşılmaması gerektiğini düşünen Türkiye uyruklu öğrencilerin oranı Suriye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar sosyal medyada paylaşılmaması durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre, Türkiyeli ve Suriyeli öğrenciler ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar sosyal medyada paylaşılmaması gerektiğine yüksek düzeyde katılırken Suriyeli öğrenciler Türkiye uyruklu öğrencilere göre daha az katılmaktadır.

Tablo 14'e göre, sosyal medyanın ülkenin birlik ve bütünlüğünü tehlikeye sokacak kadar tehlikeli bir mecra olduğunu düşünen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ancak Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyanın ülkenin birlik ve bütünlüğünü tehlikeye sokacak kadar tehlikeli bir mecra olması durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Tablo 14'e göre, devletlerin, sosyal medyayı kısıtlayıcı tedbirler almasını doğru bulmayan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden azdır. Ancak Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile devletlerin, sosyal medyayı kısıtlayıcı tedbirler almasını doğru bulma durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

4.13. Sosyal Medyadaki Paylaşımların Doğruluğunu Araştırma Durumu

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımların doğruluğunu araştırma durumu ve uyruk ile sosyal medyadaki paylaşımların doğruluğunu araştırma durumu arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo 15. Sosyal Medyadaki Paylaşımların Doğruluğunu Araştırma Durumu

		Sosyal medyada gördüğüm bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştırırım		Toplam	Ki- Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	23	54	77	7,877	0,004
	SRY	42	39	81		
	Toplam	65	93	158		

Tablo 15’e göre, sosyal medyada gördüğü bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştıran Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden azdır. Ki-Kare testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile sosyal medyada gördüğü bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştırma durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$).

4.14. Ülkelerini İlgilendiren Konularda Paylaşımlar Yapma Durumu

Türkiye ve Suriyeli öğrencilerin ülkelerini ilgilendiren konularda paylaşımlar yapma durumu ve uyruk ile ülkelerini ilgilendiren konularda paylaşımlar yapma durumu arasındaki ilişkiye ait Ki-Kare testi sonuçları Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. Ülkelerini İlgilendiren Konularda Paylaşımlar Yapma Durumu

		Ülkemi ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yaparım		Toplam	Ki- Kare	p
		Katılmıyorum	Katılıyorum			
Uyruk	TC	56	24	80	8,058	0,005
	SRY	41	44	85		
	Toplam	97	68	165		

Tablo 16’ya göre, ülkesini ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yapan Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazladır. Ki-Kare

testi sonuçlarına göre, öğrencilerin uyrukları ile ülkesini ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yapma durumu arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmuştur ($p<0,05$).



V. BÖLÜM

SONUÇ

İfade özgürlüğü, günümüz dünyasında bireylere tanınan en temel haklardan biridir. Demokratik ülkelerin olmazsa olmazı konumunda olan bu özgürlük alanı iletişim teknolojilerinin artmasıyla birlikte çoğu zaman sosyal medya ağlarıyla birlikte anılır duruma gelmiştir. Bireyler Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ve benzeri sosyal medya ağlarıyla düşüncelerini kısa zamanda pek çok kişiye ulaştırabilmektedir. Bu durum liderler, sanatçılar, iş adamları ve toplumun her kesiminden insan için sosyal medya özgürlüğünün ifade özgürlüğü ile birlikte anılması sürecini beraberinde getirmiştir.

Oldukça geniş ve kontrolü zor olan bu özgürlük alanı zaman zaman devlet güvenliğini tehdit eden veya iktidar sahiplerini rahatsız eden toplumsal olayların oluşmasına neden olabilmektedir. Aynı şekilde sosyal medyada ifade özgürlüğünü kullandığını iddia eden bireyler, başka kişilerin kişilik haklarına saldırıda bulunabilmektedir. Bu yüzden söz konusu özgürlük alanı ulusal ve uluslararası çeşitli hukuki metinlerle kontrol altına alınmaya çalışılmıştır.

Öte yandan sosyal medya kullanım alışkanlıkları kişilere ve toplumlara göre farklılıklar gösterebilmektedir. Çalışmada Suriyelilerin Facebook, Instagram ve Youtube’u Türklere göre daha fazla, Twitter’ı ise her iki grubun da benzer düzeyde güvendiği görülmüştür.

Bununla birlikte katılımcıların sosyal medyayı hangi amaçla kullandıkları da önem arz etmektedir. Buna göre Türk öğrenciler ve Suriyeli öğrencilerin sosyal medyayı en çok bilgi edinme ve arkadaşlarından haberdar olma amacıyla kullandıkları anlaşılmıştır. Ancak, katılımcılara yöneltilen bu soruya verilen cevaplarda sosyal medyayı eğlence amacıyla kullananların oranı Suriyelilere göre Türklere daha fazladır. Buna mukabil, sosyal medyayı fikirlerini özgürce ifade etmek amacıyla kullanma oranı ise Suriyelilerde daha fazladır.

Sonuçlar yine ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirildiği takdirde her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade edebilen Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden fazla olduğu anlaşılmıştır. Ki-Kare testine göre, öğrencilerin uyrukları ile her türlü fikrini sosyal medyada özgürce ifade edebilme oranları arasında istatistiksel bir anlamlılık olduğu görülmüştür.

Katılımcılara, siyasi tercihlerinin oluşmasında sosyal medyada diğer kişilerin yapmış olduğu paylaşımların etkili olup olmadığı da sorulmuştur. Buna göre Suriyeli öğrenciler, Türklere göre sosyal medyadaki paylaşımlardan siyasi tercihlerin oluşması konusunda daha fazla etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Sivil toplum kuruluşları, demokrasi kültürü ve ifade özgürlüğünün önemli bir aracıdır. Bu kapsamda özellikle Suriye’den gelen mültecilerin birlikte hareket edebilmek adına sivil toplum kuruluşlarına sosyal medyada daha fazla ilgi gösterdiği öngörüldüyse de her iki grubunda cevapları benzerlik göstermiştir.

Katılımcılara ülkenin birlik ve bütünlüğünü tehlikeye sokacak sosyal medya paylaşımlarıyla ilgili ne düşündükleri sorulmuştur. Buna göre, Türkler ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar yapılmaması gerektiğini düşünürken, Suriyeliler bunda bir sakınca görmemektedir. Bununla birlikte ülkelerini ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yapma oranı Suriyeliler de yüksek iken Türklere daha düşüktür. Öte yandan başka bir araştırmada Suriyelerin Türkiye’nin ekonomik ve siyasi gündemine ilgi duydukları ortaya çıkmıştır (Balcı, 2017, s. 106-114)

Toplumsal olaylarda sosyal medya üzerinden kamuoyunu yanıltıcı bilgiler sıklıkla paylaşılabildiği ve kitlelerin manipüle edilebildiği bilinen bir gerçektir. Bu yüzden Suriyelere ve Türklere sosyal medyada gördükleri paylaşımların doğruluğunu araştırıp araştırmadıkları da sorulmuştur. Araştırmada, sosyal medyada gördüğü bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştıran Suriye uyruklu öğrencilerin oranı Türkiye uyruklu öğrencilerden az olduğu görülmüştür.

Bu veriler ışığında çalışmada ön görülen *“Türklerin sosyal medyada düşüncelerini Suriyelere göre daha rahat ifade edebildikleri”* varsayımının tersine sonuçların çıktığı görülmüştür. Katılımcıların ankete verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde genel olarak Suriyeli mültecilerin Türklere göre sosyal medyada

tedirginlik duymadan duygu ve düşüncelerini daha rahat ifade edebildikleri görülmüştür. Siyasi ve politik konularda düşüncelerini de Suriyelilerin Türklere göre daha özgür bir şekilde ifade edebildikleri tespit edilmiştir.

Bu durumunda nedenleri elbette araştırılması gereken önemli bir konudur. Ancak yapılan çalışma çerçevesinde bu konu değerlendirildiğinde Türkiye’de yaşayan vatandaşların paylaştıkları içeriklerin hukuki bir karşılığının olduğunu bildikleri için daha temkinli davrandıkları tahmin edilmektedir. Bununla birlikte Türklerin gelecek ve iş kaygısının da bunda etkili olabileceği değerlendirilmektedir.

Sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde Suriyelilerin düşüncelerini ifade etme konusunda daha rahat oldukları görülmüştür. Suriyelilerin anti-demokrat bir kültürden demokratik bir ülkeye gelmelerinin onlardaki özgürlük arzularının güçlenmesinde önemli bir etki oluşturduğu tahmin edilmektedir.

Suriyeli katılımcıların *ülkenin huzur ve güvenliğini tehdit edici paylaşımlar yapmakta sakınca görmedikleri, sosyal medyadaki paylaşımlardan etkilendikleri ve gördükleri paylaşımların doğruluğunu araştırmadıkları* sonuçları göz önüne alındığında bu özgürlük düşüncesinin ülke güvenliği için bir takım riskleri de beraberinde getirebileceği düşünülmektedir. Özellikle toplumsal olaylarda sosyal medyanın gücü göz önüne alındığında söz konusu kesimin provoke edilme durumu söz konusu olabilir. Bu konuda tedbirler alınmalıdır. Toplumsal olaylar sırasında dezenformasyon ile sıklıkla karşılaşılması böyle bir durum gerçekleştiğinde

Elbette tüm bunlarla birlikte Türklerin sosyal medyada düşüncelerini ifade etmekten çekinmesinin nedenleri de başlı başına araştırılması gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü ifade özgürlüğü demokratik bir hak olmanın çok daha ötesinde ülkeyi kalkındıracak ve insanlığa katkı sunacak fikirlerin ortaya çıkmasında önemli bir role sahiptir. Bu kapsamda devletin ilgili organları vatandaşların bu çekincelerinin nedenlerini tespit etmeli buna çareler aramalıdır.

KAYNAKÇA

- Advan, A. (2015). *Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya Kullanımı Çerçevesinde Taksim Gezi Parkı Eylemi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Akar, E. (2012). *Sosyal Medya Pazarlaması*. Efil Yayınevi.
- Akgül, M. E. (2012). İfade Özgürlüğünün Tarihsel Süreci ve Milli Güvenlik. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1-42.
- Akgül, M., & Akdağ, M. (2017). Türkiye’de Yeni Medya Eğitimi Üzerine Niceliksel Bir Betimleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 210-220.
- Aktan, E. (2017). *Sosyal Medya ve Siyasal Katılım*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aktaş, H. (2004). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*. Konya: Tablet Kitapevi.
- Akyol, O. (2015). Yeni İletişim Teknolojilerinin Ortak Özellikleri. M. G. Genel içinde, *Yeni Medya Araştırmaları-1* (s. 1). Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Alemdar, K. (1996). *İletişim ve Tarih*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Algül, A., & Üçer, N. (2013). Çokluk Ortamında Yokluk Mu?: Sosyal Medyada Demokrasi Arayışına Dair Sosyo-Kültürel Bir Çalışma. A. Algül, & N. Üçer içinde, *Yeni Medyada Demokrasi* (s. 19-54). Konya: Literatürk.
- Algül, F. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Kuzey Ormanları Savunması Hareketine Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Marmara İletişim Dergisi*(22), 139-152.
- Alikılıç, Ö. A. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Altıparmak, K. (2007). Bitmeyen Soru: İfade Özgürlüğü. G. Alpkaya, K. Altıparmak, A. Amouroux, Z. Arslan, C. Badse, F. Başkaya, . . . Ş. Yurdatapan içinde, *İfade Özgürlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Aydın, A. (2017). *Sosyal Medya Paradigmasındaki Dönüşümün Siyasal Katılıma Etkisi*. Isparta: Mustafa Kemal Üniversitesi Doktora Tezi.
- Aydın, N. (2008). *İnsan Hakları Demokrasi ve Medya*. İstanbul: Kum Saati Yayınları.
- Aytekin, Ç., & Sütçü, C. S. (2012). Yeni Medya ve Ağ Nesli: Türkiye Örneği. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1-13.
- Bahar, A. (2018). Bilişim Suçları, İletişim ve Sosyal Medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 1-36.
- Balcı, E. (2017). *Kimlik ve Aidiyet Bağlamında Zorunlu Göç ve Uyum: Ankara Önder Mahallesi Örneği*. Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Beynem Uran, A. (2018). *Küresel Kahve Markalarının Instagram Üzerinden Gerçekleştirdiği Marka Kişiliği Bazlı İletişim Çalışmalarının Çift Yönlü Analizi: Starbucks_TR, Cariboucoffetr, Caffeneroturkiye*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Bilgi Teknolojileri Kurumu. (2018, 2 1). *2011-2017 ... Suriye’de 6 yılda neler oldu?* 10 2, 2018 tarihinde [btg.gov.tr](https://www.btk.gov.tr/2011-2017-suriyede-6-yilda-neler-oldu/): <https://www.btk.gov.tr/2011-2017-suriyede-6-yilda-neler-oldu/> adresinden alındı
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2017, 12 15). 11 13, 2018 tarihinde Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu: <https://www.btk.gov.tr/siber-guvenlik-kurulu> adresinden alındı
- Binark, M., Yıldırım, A., Toprak, A., Aygöl, E., Börekçi, S., & Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: 'Görülüyorum Öyleyse Varım'*. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.
- Bostancı, M. (2005). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Konya: Palet Yayınları.
- Bostancı, M. (2014). Siyasal İletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*, 84-96.

- Büyükşener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. B. Üniversitesi içinde, *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 19-23). İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Can, L. (2016). *Sosyal Medya Reklamlarının Markaya Yönelik Tutuma Etkisi: Facebook Üzerinde Bir Uygulama*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Can, L. (2017). Sosyal Medya Pazarlaması Kanalı Olarak Instagram’da Algılanan Sürü Davranışı ve Satın Alma Niyeti. *Akademik Barış Dergisi*, 208-220.
- Canata, F. (2016). 5651 Sayılı Kanun Kapsamında İnternet Düzenlemeleri ve Düşünce-İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 185-205.
- Cankaya, Ö., & Batur Yamaner, M. (2012). *Kitle İletişim Özgürlüğü*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, K., Küçük, E., & Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü,. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. Uşak.
- Dahl, R. (2001). *Demokrasi Üstüne*. (B. Kadioğlu, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Darı, B. (2018). Sosyal Medya ve Siyaset:Türkiye'deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı. *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-10.
- Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 114-115.
- DiNucci, D. (1999, 7 18). Fragmented Future. *Print Magazine*, 220-222.
<http://www.darcyd.com>: <http://www.darcyd.com> adresinden alındı
- Doğan, D. (2013). Sosyal Medya İfade Özgürlüğü İçin Dost Mu Düşman Mı? 1. *Ulusal Yeni Medya Çalışmaları Kongresi* (s. 209-218). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.

- Doğru, O., & Nalbant, A. (İstanbul). *İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi Açıklama ve Önemli Kararlar*. 1991: Legal Yayıncılık.
- Eldeniz, L. (2010). İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web2.0. F. Aydoğan, & A. Akyüz içinde, *İkinci Medya Çağında İnternet*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Eren, V., & Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(16), 197-205.
- Erişim Sağlayıcılar Birliği*. (2018, 11 23). 11 23, 2018 tarihinde <https://www.esb.org.tr>: <https://www.esb.org.tr> adresinden alındı
- Ete, H., & Taştan, C. (2013). *Kurgu İle Gerçek Arasında Gezi Eylemleri*. Ankara: SETA Yayınları .
- Golder, S., Wilkinson, D., & Huberman, B. (2007). Rhythms of Social Interaction: Messaging Within a Massive Online Network. *Third Communities and Technologies Conference* (s. 41-66). içinde Michigan State University.
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2015, 2 2). 12 11, 2018 tarihinde http://www.goc.gov.tr/icerik6/Ge%C3%A7ici%20Koruman%C4%B1n%20Unsur%C4%B1_409_558_1095_icerik adresinden alındı
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2017). *2016 Türkiye Göç Raporu*. Ankara: Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*. (2018, 8 14). Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: http://www.goc.gov.tr/icerik3/ gecici-koruma_363_378_4713 adresinden alındı
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2019, 01 24). 01 29, 2019 tarihinde http://www.goc.gov.tr/icerik3/ gecici-koruma_363_378_4713 adresinden alındı
- Göksu, V. (2016). *Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Konya: Çizgi Yayınevi.
- Gölcü, A. (2015). *Türkiye'de Demokrasi Kültürü ve Medya*. İstanbul, Literatürk Yayınları.

- Gönenç, Ö. (2007). İletişimin Tarihsel Süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* .
- Güçdemir, Y. (2015). *Sanal Ortamda İletişim - Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gülseren, F. Ş. (2014). İnternet Ortamında İşlenen Hakaret Suçları. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 15-33.
- Gürbüz, G. (2014). *Sosyal Medya ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye’de Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- haberturk.com. (2017, 12 31). 08 2018, 09 tarihinde haberturk.com:
<https://www.haberturk.com/trump-in-twitter-i-siklikla-kullanma-sebebi-buymus-1777317#> adresinden alındı
- Hürriyet Gazetesi. (2019, 01 19). 01 21, 2019 tarihinde
<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/bakan-soylu-acikladi-oy-kullanacak-suriyelilerin-sayisi-41087942> adresinden alındı
- Ilıcak Aydınalp, G. (2013). Sosyal Medyaya Halkla İlişkiler Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(4), 1-37.
- Işık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Mikro Yayınları.
- İşman, A., & Albayrak, E. (2014). Sosyal Ağlardan Facebook’un Eğitime Yönelik Etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 129-138.
- Kamber, S. (2012). *İfade Özgürlüğü*. Ankara: T.C. Başbakanlık İnsan Hakları Başkanlığı Uzmanlık Tezi.
- Karan, U. (2018). *Anayasa Bireysel Başvuru El Kitapları Serisi-İfade Özgürlüğü*. Ankara: Anayasa Mahkemesi.
- Kaygısız, Ü. (2015). Düşünce Özgürlüğüne Verilen Önem Açısından Hukuk Sistemlerine Kavramsal Bir Yaklaşım. *Akademik Bakış Dergisi*, 99-110.

- Kerin, R., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2011). *Marketing The Core*. USA: MC Graw Hill.
- Köse, U., & Çal, Ö. (2012). Web 2.0 Servislerinin Sosyolojik Değerlendirilmesi. *Akademik Bilişim Konferansı*. Uşak: Uşak Üniversitesi.
- Lincoln, S. R. (2009). *Mastering Web 2.0, Kogan Page*. Kogan Page.
- Lister, M., Dovey, J., Giggings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media*. New York: Routledge.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*.
- Markoff, J. (1996). *Waves of Democracy, Social Movements and Political Change*. Thousand Oaks: Pine Grove Press.
- Metin, O. (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Alan Araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267.
- Nagihan, T. Y. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 92-115.
- Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(31), 103-122.
- Owen, F. (1998). *The Irony of Free Speech*. London: Harvard University Press.
- Örselli, E., Sevinç, İ., Karabulut, N., & Dinçer, S. (2018). Web 2.0 Uygulamalarının Seçim Çalışmalarındaki Yeri: Anayasa Referandumu ve Twitter Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(57), 696-713.
- Özen, H. (2015). Meydan Hareketleri ve ‘Eski’ ve ‘Yeni’ Toplumsal Hareketler. *Mülkiye Dergisi*, 39(2), 11-40.

- Özüdoğru, Ş. (2014). Bir Web 2.0 Uygulaması Olarak Bloklar: Blokların Dinamikleri ve Blok Alemi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 36-50.
- Resuloğlu Geylani, S. (2014). *Arap Baharı, Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Tunus Ve Mısır Örneği*. İstanbul: Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans Tezi.
- Saraç Uslusoy, B. (2015). Bilişim ve Pazarlama. A. Çetinkaya, A. M. Kırık, & Ö. E. Şahin içinde, *Bilişim* (s. 11-29). İstanbul: Hiperlink.
- Sarı, H. (tarih yok). *hasansari.com.tr*. 08 02, 2018 tarihinde *hasansari.com.tr*: <http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf> adresinden alındı
- Sayimer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Scott, D. M. (2010). *The Now Rules Marketin&PR*. New Jersey: MediaCat .
- Seki, Ö. (2017). *İkna Edici İletişim Açısından Korku Çekiciliği Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Kamu Spotları Örneği*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yüksek lisans Tezi.
- Sınar, H. (2001). *İnternet ve Ceza Hukuku*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Şen, F. (2012). Toplumsal Hareketler ve Medya: “Wall Street İşgali”nin Medyada Temsili. *Global Media Journal Turkish Edition*(2), 138-167.
- Şen, F., & Şen, F. (2015). İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 122-136.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Topbaş, H., & Işık, U. (2014). Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Parkı Eylemleri Sosyal Medya. *Birey ve Toplum*, 4(7), 197-230.
- Tufan Yeniçiktı, N. (2014). İletişimsel Eylem ve Facebook: Gezi Parkı Olaylarında Sosyal Medyanın Gücü. *Selçuk İletişim Dergisi*, 263-284.

- Tuncel, H. (2005). Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya. S. Alankuş içinde, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya* (s. 91-96). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Tutar, H., & Yılmaz, K. (2013). *Genel ve Örgütsel Boyutuyla İletişim*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uluş, G., & Süslü, B. (2016). Örnek Yargı Kararlarıyla Sosyal Medya Hukuku. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 337-353.
- Uşul, A. R. (2011). *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC)*. 12 10, 2018 tarihinde http://www.gpotcenter.org/dosyalar/resul_presentation_11apr2011.pdf adresinden alındı
- Uyar, T. S. (2003). Toplumsal Hareketler ve Çevre. L. Sanlı içinde, *Toplumsal Hareketler Konuşuyor* (s. 133-148). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Uygun, E., & Akbulut, D. (2018). Karnavaleks Kurma ve Instagram Ortamına Yansımaları. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 73-89.
- Yanık, A. (2016, Ağustos). Yeni Medya Nedir Ne Değildir? *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(45), 898-910.
- Yetkin, D. (2010). Yeni İletişim Ortamı Olarak Video Oyunu. *Marmara Üniversitesi Yeni İletişim Ortamları ve Etkilim Konferansı*. içinde İstanbul.
- Yüksel, O. (2013, 07 05). *Arap Baharı ve Sosyal Medya*. 12 11, 2018 tarihinde Politik Akademi: <http://politikakademi.org/2013/07/arap-bahari-ve-sosyal-medya/> adresinden alındı

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, “Türk ve Suriyeli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İfade ve Fikir Özgürlüğü Bağlamında İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması: Adıyaman Üniversitesi” isimli akademik bir çalışma amacıyla size sunulmuştur.

Vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak olup, söz konusu çalışmaya katkı sunacaktır. Bu yüzden cevaplarınızı içtenlikle vermenizi rica eder vakit ayırdığınız için teşekkür ederim.

Şükrü MACUN

Uyruk

☐ Türkiye Cumhuriyeti

☐ Suriye

Yaş Aralığı

☐ 18 Yaşından Küçük

☐ 18-21 Yaş

☐ 22-25 Yaş

☐ 25 Yaşından Fazla

Cinsiyet

☐ Kadın

☐ Erkek

Medeni Durumu

☐ Evli

☐ Bekar

Eğitim Türü

☐ Lisans(4 Yıllık)

☐ Ön Lisans(2 Yıllık)

Herhangi bir yerde çalışıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

Akıllı telefon kullanıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

Telefonunuzu ne zamandan beri kullanıyorsunuz?

- ☐ 0-1 yıldır
- ☐ 1-2 yıldır
- ☐ 2-3 yıldır
- ☐ 3 yıldan fazla

Sosyal medyada ortalama kaç saat vakit harcıyorsunuz?

- ☐ 1 Saatten Az
- ☐ 1-3 Saat Arası
- ☐ 3-5 Saat Arası
- ☐ 5 Saatten Fazla

Sosyal Medyada çok fazla vakit harcadığınızı düşünüyor musunuz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Uyandığınızda ilk baktığınız sosyal medya platformu hangisidir?

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Youtube
- ☐ Instagram
- ☐ Diğer

Sosyal medyanın vakit kaybı olduğunu düşünüyor musunuz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Facebook'un güvenilir olduğunu düşünüyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Twitter'ın güvenilir olduğunu düşünüyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Instagram'ın güvenilir olduğunu düşünüyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Youtube'un güvenilir olduğunu düşünüyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal Medyayı eğlence amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal Medyayı çeşitli konularda bilgi edinme amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal Medyayı politik gündemi takip etmek amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal Medyayı arkadaşlarımdan haberdar olmak amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medyayı, fikirlerimi özgürce ifade etmek amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal Medyayı, alışveriş yapmak amacıyla kullanırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Her türlü fikrimi sosyal medyada özgürce ifade edebilirim	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medyada fikirlerimi ifade ettiğimde endişe yaşarım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medya, herkesin görüş ve düşüncelerini özgürce ifade	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum

edebileceği bir mecradır					
Sevdiğim liderleri sosyal medyada takip ederim	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sevdiğim liderler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yaparım ve desteklerim	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
İlgi duyduğum siyasal/ideolojik fikirleri sosyal medyada takip ederim.	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
İlgi duyduğum siyasal/ideolojik fikirler ile ilgili sosyal medyada paylaşım yaparım ve desteklerim	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Arkadaşlarımın sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerimin oluşmasında etkilidir	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Siyasi/ideolojik örgütlerin sosyal medya paylaşımları siyasal tercihlerimin oluşmasında etkilidir	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medya paylaşımlarım ile başkalarının fikir ve düşüncelerini etkilemeye çalışırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medya sayesinde toplumların fikir ve düşünceleri değişebilir.	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
İlgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları gibi sivil toplum kuruluşlarını sosyal medyada takip ederim	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
İlgi duyduğum dernek, vakıf ve öğrenci toplulukları	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum

gibi sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden sosyal medya aracılığı ile haberdar olurum					
Ülkenin birlik ve bütünlüğünü engelleyen paylaşımlar sosyal medyada paylaşılmamalıdır	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medya ülkenin birlik ve bütünlüğünü tehlikeye sokacak kadar tehlikeli bir mecradır	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Devletlerin, sosyal medyayı kısıtlayıcı tedbirler almasını doğru buluyorum	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Sosyal medyada gördüğüm bir siyasi paylaşımın doğruluğunu araştırırım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum
Ülkemi ilgilendiren politik konularda sosyal medyada paylaşım yaparım	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Çok Katılıyorum