

**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA VE KAMU POLİTİKASI ETKİLEŞİMİ: 2023
KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Öznur KARAGÖZOĞLU**

**Niğde
Temmuz, 2024**

T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

SOSYAL MEDYA VE KAMU POLİTİKASI ETKİLEŞİMİ: 2023
KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Öznur KARAGÖZOĞLU

Danışman
Doç. Dr. Cenay BABAOĞLU

Niğde
Temmuz, 2024

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sosyal Medya ve Kamu Politikası Etkileşimi: 2023 Kahramanmaraş Depremleri Üzerine Bir Değerlendirme” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 01/08/2024

ÖZNUR KARAGÖZOĞLU

ÖN SÖZ

Bu çalışmada sosyal medya ve kamu politikası kavramları arasındaki ilişki ve etkileşimi 2023 Kahramanmaraş depremleri özelinde açıklamaya çalıştım. Aynı zamanda çalışmamın, bundan sonra bu konuyla ilgili yapılacak araştırmalara da örnek teşkil etmesini amaçladım.

Yüksek Lisans tezimi çalışırken her zaman ve her aşamada yardımlarını ve desteklerini gördüğüm kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Cenay BABAOĞLU'na müteşekkirim. Yalnızca yüksek lisans aşamasında değil, tüm eğitim yaşamımda her zaman arkamda duran ve desteklerini esirgemeyen kardeşim Özlem KARAGÖZOĞLU KURRA'ya da teşekkürlerimi sunarım.

ÖZNUR KARAGÖZOĞLU

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYA VE KAMU POLİTİKASI ETKİLEŞİMİ: 2023 KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

KARAGÖZOĞLU, ÖZNUR
Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Cenay BABAOĞLU
Haziran 2024, 129 sayfa

Toplumu etkileyen olayların sosyal medya vasıtasıyla daha fazla insana ulaşması neticesinde kamusal politikalar üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Geçmişte bakıldığında “Wikileaks Devrimi, Arap Baharı, Wall Street’i İşgal Et” ve Türkiye’de meydana gelen “Gezi Parkı Olayları”na benzer örnekler, sosyal medyayla beraber tanınmış, büyümüş, destekçi kazanmış, kamuoyunu ve kamu politikalarını etkilemiştir. Bu hareketlerin yanı sıra insan müdahalesi olmadan ve beklenmeyen bir zamanda gerçekleşen doğal afetler de sosyal medya ve kamuoyu üzerinde aynı etkiyi yaratmıştır. Güçlü bir iletişim aracı olarak sıkça kullanılan sosyal medya, afet yönetimi ve ardından oluşturulan politikalarda oldukça kritik bir role sahip olmuştur. Bu çalışmanın amacı; sosyal medya ve kamu politikası ilişkisini detaylı bir biçimde ele almak aynı zamanda sosyal medyanın kamu politikası üretim sürecinde oynadığı rolü ve etkisini ortaya koymaktır.

Tez kapsamında öncelikle sosyal medyanın tanımı ve gelişim süreci literatür temelinde incelenmiştir. Ardından, kamu politikası kavramı kamu ve politika şeklinde bölünerek açıklanmış ve kamu politikası aktörlerine yer verilmiştir. Sonrasında sosyal medya ve kamu politikası kavramlarının birbirleriyle ilişkili olduğu yönleri ele alınmıştır. Bu kapsamda, sosyal medyanın kamu politikası üretim sürecine olan etkisi, çeşitli toplumsal olaylar çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ardından, 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremleri üzerinden afetlerin sosyal medyaya yansımaları ve son bölümde ise, kamu politikası üretim sürecine etkisi analiz edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde sosyal medyanın; toplumun düşüncelerini duyurabilme, gündem belirleme, politika talepleri ve politika uygulaması gibi kamu politikası üretim sürecine direkt etkide bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Politikası, Sosyal Medya, Deprem, Kamuoyu.

ABSTARCT

MASTER THESIS

SOCIAL MEDIA AND PUBLIC POLICY INTERACTION: AN ASSESSMENT ON THE 2023 KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKES

KARAGÖZOĞLU, Öznur

Public Adminisration

Supervisor: Associate Professor Cenay BABAOĞLU

July 2024, 129 pages.

It is observed that events affecting society have an impact on public policies as a consequence of reaching more people through social media. In the past, cases such as the "Wikileaks Revolution, the Arab Spring, Occupy Wall Street" and the "Gezi Park Events" in Turkey have been recognised, grown, gained supporters and influenced public opinion and public policies with social media. In parallel to these actions, natural disasters that occurred unexpectedly and without human intervention had the same influence on social media and public opinion. Social media, commonly used as a powerful communication tool, has had a critical role in disaster management and subsequent policies. This study aims to examine the relationship between social media and public policy in detail and to reveal the role and impact of social media in the public policy-making process.

Within the scope of the thesis, firstly, the definition and development process of social media is analysed on the basis of the literature. Then, the concept of public policy is explained by dividing it into public and policy and public policy actors are included. Afterwards, the interrelated aspects of the concepts of social media and public policy are discussed. In this context, the impact of social media on the public policy making process is evaluated within the framework of various social events. Then, the reflection of disasters on social media through the 6 February 2023 Kahramanmaraş earthquakes and its impact on the public policy making process were analysed in the last section. As a result of the analysis, it has been determined that social media has a direct impact on the public policy making process such as making public opinion heard, agenda setting, policy demands and policy implementation.

Keywords: Public Policy, Social Media, Earthquake, Public Opinion.

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	i
YEMİN METNİ.....	ii
ÖN SÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTARCT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR	xii

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

1.1. Sosyal Medya Kavramı.....	8
1.2. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci	11
1.3. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkı.....	14
1.4. Sosyal Medya ve İnternet.....	17
1.5. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci ve Mobil Aygıtlar	18
1.6. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci ve Sosyal Konular	20
1.7. Sosyal Medya Araçları.....	24
1.7.1. Bloglar	24
1.7.1.1. Kişisel Blog.....	25
1.7.1.2. Temasal Blog.....	25
1.7.1.3. Kurumsal Bloglar	26
1.7.2. Mikrobloglar	26
1.7.3. Açık Kaynaklı Projeler	28
1.7.4. Sosyal Ağ Siteleri (Arkadaşlık Siteleri).....	29

1.7.5. Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri	30
1.7.6. İçerik Grupları.....	30
1.7.7. İnternet Forumları.....	31

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU POLİTİKASI

2.1. Politika Kavramı.....	34
2.2. Kamu Kavramı	36
2.3. Kamu Politikası Kavramı.....	37
2.4. Kamu Politikası Aktörleri	41
2.4.1. Resmi Aktörler	42
2.4.1.1. Parlamento	42
2.4.1.2. Yürütme organı	43
2.4.1.3. Bürokrasi	45
2.4.1.4. Yargı Organı.....	46
2.4.1.5. Politika Kurulları.....	47
2.4.1.6. Ofisler	49
2.4.2. Sivil aktörler.....	50
2.4.2.1. Siyasi partiler	50
2.4.2.2. Vatandaşlar.....	52
2.4.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)-Baskı Grupları	53
2.4.3. Medya Araçları ve Sosyal Medya.....	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE KAMU POLİTİKASI İLİSKİSİ

3.1. Kamu Politikasını Etkileyen Bir Araç Olarak Sosyal Medya	59
3.2. Kamu Kurumları ve Sosyal Medya Politikaları	62
3.3. Kamu Politikalarının Sosyal Medyada Gündem Oluşturması	66
3.3.1. Medya Gündemi	69
3.3.2. Politika Gündemi.....	69
3.3.3. Kamu Gündemi	70
3.4. Sosyal Medya ve Dezenformasyon	70
3.5. Sosyal Medya ve Kamu Politikası İlişkisinin Toplumsal Olaylar Üzerinden İncelenmesi.....	72

3.5.1. Wikileaks Devrimi	73
3.5.2. Arap Baharı	74
3.5.3. Wall Street’i İşgal Et.....	76

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

6 SUBAT 2023 KAHRAMANMARAS DEPREMLERİ

4.1. Depremlerin Sosyal Medyada Yansıması ve Kamu Politikalarına Etkisi	83
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	105
KAYNAKÇA.....	112
ÖZGEÇMİŞ.....	129



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.	<u>Örnek Hashtag Tweetleri.....</u>	<u>85</u>
Tablo 2.	<u>Örnek Mention Tweetleri.....</u>	<u>88</u>
Tablo 3.	<u>Kahramanmaraş Depremleri Sonrası Sosyal Medyada Paylaşılan İddialar.....</u>	<u>94</u>

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekil 1.</u>	<u>6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Sonrası Çekilen Fotoğraflar</u>	<u>81</u>
<u>Sekil 2.</u>	<u>Örnek Hashtag Tweetleri</u>	<u>86</u>
<u>Sekil 3.</u>	<u>Örnek Hashtag Tweetleri</u>	<u>86</u>
<u>Sekil 4.</u>	<u>Örnek Mention Tweetleri</u>	<u>88</u>
<u>Sekil 5.</u>	<u>Örnek Mention Tweetleri</u>	<u>88</u>
<u>Sekil 6.</u>	<u>6 Şubat 2023 Tarihli Dezenformasyon Bülteni</u>	<u>90</u>
<u>Sekil 7.</u>	<u>6 Şubat – 14 Mart 2023 Deprem Dezenformasyon Bültenleri</u>	<u>91</u>
<u>Sekil 8.</u>	<u>6 Şubat – 14 Mart 2023 Deprem Dezenformasyon Bültenleri İddiaları ...</u>	<u>92</u>
<u>Sekil 9.</u>	<u>Afet Sonrası İhtiyaçlar Listesi</u>	<u>98</u>
<u>Sekil 10.</u>	<u>Deprem Sonrası Yapılan Çalışmalar</u>	<u>99</u>
<u>Sekil 11.</u>	<u>Deprem Sonrası Yapılan Çalışmalar</u>	<u>101</u>

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.	<u>06 Şubat-06 Haziran 2023 Tarihleri Arasında Paylaşılan Tweet Sayısı</u>	<u>83</u>
Grafik 2.	<u>08-15 Şubat 2023 Tarihleri Arasında En Çok Kullanılan Etiketler (%)....</u>	<u>84</u>
Grafik 3.	<u>Mention Frekans Grafiği</u>	<u>87</u>



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
AKUT	: Arama Kurtarma Derneği
BT	: Bilişim Teknolojileri
CİMER	: Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi
DASK	: Doğal Afet Sigortalar Kurumu
DMM	: Dezenformasyonla Mücadele Merkezi
DSİ	: Devlet Su İşleri
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
GSB	: Gençlik ve Spor Bakanlığı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MSB	: Millî Savunma Bakanlığı
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OGM	: Orman Genel Müdürlüğü
OHAL	: Olağanüstü Hal
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TOKİ	: Toplu Konut İdaresi Başkanlığı
TT	: Top Trend
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
YİKOB	: Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı
YÖK	: Yüksek Öğretim Kurulu

GİRİŞ

Gelişen teknoloji ve küreselleşen dünya ile birlikte iletişim şekli reel ortamdaki sanal ortama hızlı bir geçiş sürecine girmiştir. Bu süreçte sosyal medya da bu değişim en önemli unsuru haline gelmiştir. Günümüzün en fazla tercih edilen platformu olarak öne çıkmış ve yediden yetmişe tüm bireylerin ulaşabileceği bir platform olarak yerini almıştır. Sosyal medya, bireylerarası iletişimi sağladığı gibi, yalnızca bir kişinin geleneksel medya yollarına başvurmaksızın kitlelere hitap etmesine de imkân tanımaktadır (Çalışır, 2015: 119). Hızla ilerleyen teknoloji ve bulut sisteminin sağladığı imkanlar doğrultusunda televizyondan tabletlere hatta evdeki neredeyse tüm teknolojik aletlere kadar tüm cihazlar Web'e entegre olmuştur. Web teknolojisiyle beraber sunulan farklı iletişim araçları sayesinde, etkileşime açık, katılım oranı yüksek ve kendisi içinde dayatılmış olanı değil de araştıran, sorular soran ve bu doğrultuda söz hakkına sahip fertlerden bahsetmek olanaklıdır.

Kamu politikası, ilk olarak 1950'lerde Amerikan siyaset biliminde ortaya çıkmış ve akademik çalışma alanı olarak 1950'li yıllardan günümüze devamlı bir biçimde yaygınlaşmakta ve derinleşmektedir. Hükümetlerin yaptıklarının yanı sıra yapamadıklarının da kamu politikası dahilinde incelenmesi önemli bir hususa dikkat çekmektedir. Yani kamu politikasının tanımı o kadar kapsayıcıdır ki her şeyin kamu politikası olarak analiz edilmesi riskini barındırmaktadır. Neticede kamu politikasının amaç ve gayelere yönelik bir süreçten oluştuğu belirtilebilir.

Sosyal medya, kamu politikası açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir. Kamu politikasını oluşturan devlet aygıtlarının sosyal medyayı kendilerine sosyal medya politikaları üretmek için kullanmaları, sosyal medya vasıtasıyla kamuoyu baskısı oluşturmaları ve sosyal medya platformlarının özgürlüğü ve gizliliği korumak adına kontrol ve denetim mekanizmalarının zayıf olmasından kaynaklanan olası sonuçlarından biri olan dezenformasyon sayılabilir.

Sosyal medya günümüzde, kamu politikası üretme sürecinde daha aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır. Özellikle, 2008 yılındaki Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanlık seçimlerinde iyiden iyiye hissedilen sosyal medyanın gücü, bu tarihten sonra yaşanan, üretilen kamu politikasına karşılık kamuoyu tarafından toplanan tepkilerin ortaya konulduğu Ukrayna ve Arap Baharındaki olaylarda kendini kanıtlamıştır.

Bireyler, gruplar, örgütler, kurum ve kuruluşlar arasındaki iletişim ve haberleşmeyi daha kolay ve daha hızlı hale getiren bunun da ötesinde anlık etkileşim kurma olanağı sağlayarak kamu politikası üretme sürecini doğrudan etkileyen sosyal medya mecrasının bu süreçte oynadığı rolün anlaşılması, kamu politikalarını oluşturanlar ve bu oluşturulan politikalardan etkilenenler çerçevesinde oldukça önemlidir. Türkiye’de özellikle 2000’li yılların başında yayılmaya başlayan sosyal medya kavramı, önemli sosyal ve politik olaylarda ne kadar etkili olduğunu göstermiştir. Özellikle de 2023’te meydana gelen Kahramanmaraş merkezli ancak çok geniş bir bölgede 11 ili etkileyen büyüklüğü 7 üzerinde olan iki deprem Türkiye bağlamında değerlendirildiğinde sosyal medyanın afet gibi olaylarda oynadığı role ve kamu politikaları üzerindeki etkisine önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Sosyal medya çerçevesinde afetler incelendiğinde hem afetzedeler hem de afetten haberdar olan bireyler, sosyal medya üzerinden iletişim imkânı bulmuşlardır. Buradan hareketle, ortak eylemlerde bulunabilmenin planlanabildiği söylenebilir. Afet sonrasındaki süreçte ise en önemli şey hızlı bir biçimde toparlanabilmektir. 6 Şubat 2023’te gerçekleşen Kahramanmaraş depremleri ve sonrasında meydana gelen depremler; hem afet esnasında bireylerin ve politika üreticilerinin sosyal medya üzerindeki tutumlarını hem de afet sonrasında oluşturulacak politikalara etkilerini inceleyebilmek için önemli bir örnektir.

Bu çerçevede tezin ilk ve ikinci bölümünde, temel kavramlar; üçüncü bölümünde, sosyal medyayla kamusal politikalar arasındaki ilişki; dördüncü bölümünde, 6 Şubat 2023’te meydana gelen Kahramanmaraş depremleri, son bölümdeyse sonuç ve değerlendirmeler bulunmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; “kamu politikası” ve “sosyal medya” arasında değişik boyutlara sahip olan ilişkiyi tespit etmektir. Bununla beraber, ulaşılmak istenen hedef, kamu politikasıyla sosyal medya arasındaki ilişkileri derinlemesine değerlendirmek ve ele almak bu doğrultuda sosyal medyanın kamu politikası üretim

sürecindeki etkilerini belirlemektir. Bu tespit, 2023 Kahramanmaraş depremleri çerçevesinde yapılmıştır. Bu genel amaç bağlamında aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır:

1. Kamu politikası üretim ve uygulama sürecinde, sosyal medya mecralarının etkileri nelerdir?
2. 2023 Kahramanmaraş depremleri sürecinde sosyal medyanın rolü ne olmuştur?
3. 2023 Kahramanmaraş depremleri sürecinde ve sonrasında oluşturulan kamu politikaları nelerdir ve sosyal medyanın nasıl bir etkisi olmuştur?

Afetler, küresel iklim değişikliğine, insan kaynaklı nedenlere veya terör olaylarına bağlı olarak artan doğaya ve canlılara büyük zararlar veren olaylardır. Depremler ya da başka bir ifadeyle yer sarsıntıları, litosferde aniden beliren enerjiden kaynaklı oluşan sismik dalgalanmaların yeryüzünü sarsması olaylarıdır. Türkiye’de büyüklüğü 7 ve üzerinde olan son depremler 6 Şubat 2023 günü yaşanan Kahramanmaraş merkezli depremlerdir. İlk depremin merkezi Pazarcık olup saat 04.17’de 8,6 km derinlikte Mw 7.7 büyüklüğünde gerçekleşmiştir. İkinci depremin ise merkez üssü Elbistan olup 7 km derinlikte Mw 7.6 büyüklüğünde gerçekleşmiştir (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı [AFAD], 2023: 3). Söz konusu depremler, Türkiye’de şimdiye kadar meydana gelen en büyük ikinci ve üçüncü depremler olarak kaydedilmiştir (Marangoz ve İzci, 2023: 6). Depremler, ağır bina hasarlarına ve bina göçmelerine neden olmuştur. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’nın depremin etkilerini belirlemek amacıyla depremin hemen ardından bölgede yürüttüğü çalışma kapsamında 19 Şubat 2023 itibarıyla, hasar gören binalardaki toplamda 3 milyondan fazla bağımsız birimde hasar tespit çalışmaları yapılmış ve bunlar hasar derecelerine göre sınıflara ayrılmıştır. Buna göre, tam rakamlarla ağır hasarlı ve yıkık durumda olan 384 binden fazla bağımsız birim tespit edilirken, 133 binden fazla bağımsız birimin orta hasarlı olduğu, 1 milyondan bağımsız birimin ise az hasarlı olduğu saptanmıştır (Tercan, 2023: 81). İçişleri Bakanı Ali Yerlikaya’nın en son açıkladığı verilere göre (2 Şubat 2024), depremlerde hayatını kaybeden vatandaşların sayısı 53 binden fazla iken, yaralanan vatandaşların sayısı ise 107 bini aşmıştır (BBC Türkçe, agis, 2024). Bu depremler esnasında ve sonrasında, sosyal medya ve kamuoyunda devletin uyguladığı kamu politikaları üzerine pek çok tartışma meydana gelmiştir.

Bu gündem, problemlerin nedenleri, sembolleri, sonuçları, vatandaşların ve kamu görevlilerinin dikkatini çeken kamusal sorunlardan oluşmaktadır. Gündem aslında, siyasal süreçte kendisine yer bulacak kamusal sorunlarla ilgilenmeyi gerektirmektedir. Bu açıdan yasama döneminden önceki bir dizi kamu politikası tasarısı gündemle yakından ilgilidir (Taş, 2020: 650). Kolay, ucuz, hızlı bir iletişim aracı olan sosyal medya, bu nitelikleriyle kamu politikalarını etkileme gücüne sahiptir. Bu etkinin ortaya çıkması ve gelişimi, iletişim işlevine bağlı değişmekte ve çok farklı yönlerde gidebilmektedir. Sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanan ve takip eden kamu politikası üreticileri, buradan elde ettikleri verileri politika üretim sürecine dâhil ederek bu sayede gelebilecek tepkileri önceden kestirip, politikalarını şekillendirebilmektedirler. Aynı zamanda politika üretim sürecinde ve uygulama sonrasında ortaya çıkan tepkileri yakından izleme şansı da bulabilmektedirler. Kamuoyunun sosyal medya kullanması ise bu platformlarda kolayca diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmelerine ve tepki gösterdikleri konulara ilişkin kendileriyle aynı fikirde olan kullanıcıları bulmalarına imkân tanımaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya kullanan politikacı sayısının artması ve devlet organları arasında sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, devlet ve kamuoyu arasında direkt iletişimde bulunma fırsatı sağlanmıştır. Sosyal medya, sahip olduğu güçle, bireylerin kitleler halinde bir araya gelmesini sağlayan ve kamu politikasını etkileyen bir araç olmakla kalmayıp, iktidarları bile yıkabilen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Göçoğlu, 2014: 70).

Göçoğlu (2014) tarafından hazırlanan, “Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi” isimli çalışmanın konuyla ilgili literatürde önemli kaynaklardan biri olduğu söylenebilir, ancak bu çalışmada konuyla ilgili sadece genel bir değerlendirmeye gidilmiştir. Korkmaz (2014) tarafından yazılan yüksek lisans tezinde ise, kamusal politikalar ve sosyal medya arasındaki etkileşim, Gezi Parkı Olayları çerçevesinde değerlendirilerek literatüre farklı bir bakış açısıyla yaklaşmıştır. Erkaraman (2023) tarafından yazılan “Sosyal Medyanın Depremlerde Kullanımı: 6 Şubat Pazarcık ve Elbistan Depremleri Örneği” başlıklı makalesinde depremlerin sosyal medyadaki yansımalarını değerlendirmiştir. Demir (2023) ise sosyal medya dezenformasyonunu 2023 Kahramanmaraş depremleri ve sonrasında meydana gelen depremler çerçevesinde inceleyerek, literatüre farklı bir yorum kazandırmıştır. Balcı ve Keser (2023) tarafından yazılan, “Kamu Politikalarının Oluşturulma Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi:

Dezenformasyon, Manipölasyon ve Propaganda” başlıklı makale ise, kamu politikası oluşturma sürecinde sosyal medyanın etkilerini ortaya koymaya yönelik bir çalışma olması açısından önemli bir kaynaktır. Çetin (2021)’in yazdığı kamu politikası ve gündem belirleme kuramı arasındaki ilişkiyi konu alan makale, “Sağlıkta Dönüşüm Programı” kapsamında incelenen de gündem belirleme kuramının kamusal politikalara dair etkisinin anlaşılması açısından literatüre katkı sunmaktadır.

Kamu politikası ve sosyal medya etkileşimi, bugüne kadar pek çok araştırmaya konu olmuştur. Bununla birlikte, 2023 Kahramanmaraş depremleri üzerine de pek çok araştırma yapılmıştır. Ancak bu etkileşimi, 2023 Kahramanmaraş depremleri çerçevesinde inceleyen bir tez çalışmasına rastlanmamıştır. Bu çalışma, alanında ilk olmasının yanı sıra, söz konusu etkileşime farklı bir bakış açısı kazandırması açısından da önemlidir. Bununla beraber, incelenen bu konu üzerinde yapılan tespitler ve getirilen önerilerin, teorik açıdan problemin anlaşılmasına katkı sağlaması, bu çalışmanın önemi içinde sayılabilmektedir.

Bu tez çalışmasında aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir:

1. Sosyal medya, kamu politikaları üretim sürecini önemli ölçüde etkileyen bir değişkendir.
2. Globalleşen dünya ile beraber çağımızın öne çıkan kitle iletişim araçlarından olan sosyal medya, bireylerin hayatını her alanda etkileyen önemli bir merkez konumuna gelmiştir.
3. Bu çalışmada ele alınan 2023 Kahramanmaraş depremlerinin, araştırılmak istenilen alan olan sosyal medya ve kamu politikası etkileşimini yansıttığı varsayılmıştır.

Bu çalışma, kamu politikası ve sosyal medya ilişkisini 2023 Kahramanmaraş depremleri ve sonrasında meydana gelen depremler çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. 2000’lerin başından itibaren yayılmaya başlayan sosyal medyanın, günümüze kadar olan süreçte kamu politikası ile ilişkisi incelenmiştir. Kahramanmaraş depremleri bağlamında ise, 2023 baz alınarak geçen bir yıllık süreçle sınırlı kalmıştır.

Çalışmanın, yapılış, temel aldığı felsefe, bakış açısı ve değerlendirme şekline göre farklı yöntemler bulunmaktadır. Bunlar; nicel ve nitel araştırma olarak iki başlıkta incelenmektedir. Araştırmayı yapandan bağımsız bir biçimde gerçekliği kabul eden ve kendi dışındaki gerçeğin de objektif biçimde gözlenerek ve ölçülerek analiz

edilebileceğini kabul eden olgucu yaklaşım, “nicel araştırma” şeklinde adlandırılmaktadır. Araştırmayı yapanın bilgileriyle tecrübeleri ışığında gerçekliğin kendi bağlamında adlandırılmasını temel alan ve pozitivist olmayan, yorumcu bakış açısıysa nitel araştırma şeklinde adlandırılmaktadır (Kuruca, 2022: 43). Bu bağlamda çalışma, sosyal medya ve kamu politikası etkileşimini, 2023 Kahramanmaraş depremleri özelinde ortaya koymaktadır. Çalışmada kapsamlı verilere ulaşmak istendiğinden, bilimsel çalışma metotlarından nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma konusuna bakılmaksızın bütün bilimsel araştırmaların, incelemek için bir veriye ihtiyaçları vardır. İhtiyaç durulan bu veri ise araştırmanın konusunu belirleyen olguları içinde bulunduran, evrende bulunmaktadır. Nitel çalışmalarda evren, araştırmayı yapanın ele aldığı ve üzerinde durduğu olguları içine alan insan toplulukları, toplumsal gruplar ya da farklı olaylar ve olgulardır. Bu bağlamda evren, bilim adamının üzerinde durduğu olayı ya da olguyu en iyi yansıtabileceğini düşündüğü ya da hakkında bilgi almayı istediği gruplara verilen isimdir (Baltacı, 2018: 234). Çalışmanın evreni olarak güncel bir konu olan, 2023 Kahramanmaraş depremleri belirlenmiştir. Örneklem ise, evreni simgelemek üzere çeşitli tekniklerle belirlenen ve evreni temsil eden faktörlerdir (Özen ve Gül, 2007: 397). Çalışmanın örneklemine ise, 2023 Kahramanmaraş depremleri üzerine yapılan sosyal medya paylaşımları oluşturmaktadır.

Bu araştırmada, verilerin elde edilmesinde nitel çalışma metotlarından biri olan, örnek olay incelemesi kullanılmıştır. Bu metot, bir ya da birkaç olayı derinlemesine incelemektedir. Kimi zaman, bir zaman dilimindeki toplumsal olaylar üzerinde de durulabilmektedir (İlgar ve Coşgun-İlgar, 2013: 201). Bu yöntem doğrultusunda; sosyal medya ve kamu politikası etkileşimi, 2023 Kahramanmaraş depremleri üzerine değerlendirilmiş olup, yapılan değerlendirmelerde doküman incelemeleri yapılarak istatistik verilere ulaşılmıştır. Nitel bir çalışma olması nedeniyle, öncelikle sosyal medya, kamu politikası ve 2023 Kahramanmaraş depremlerine dair kavramsal çerçeve oluşturulmuş, bununla birlikte literatürde yer alan mevcut çalışmalar üzerinden detaylı okumalar yapılmıştır. Çalışma kapsamında herhangi bir anket çalışması veya görüşme yapılmamış, konuya ilişkin yapılan uygulamalara ve bu uygulamalar neticesinde elde edilen verilere ulaşılarak bu veriler üzerinden analiz yapılmıştır. Çalışma içerisinde yer alan veriler, doküman incelemesi modeli kapsamında toplanmış ve ilgili sosyal medya paylaşımları ele alınmıştır. Konuyla alakalı, kitaplar, makaleler, yüksek lisans ve

doktora tezleri, haber yazıları ve bildiriler, ayrıntılı olarak incelenmiştir. Literatürde yer alan ve çalışmanın kaynağı olarak kullanılan bu çalışmaların tamamı, bilimselliği kanıtlanmış kaynak ve yayınlardan elde edilmiştir. Ayrıca kaynaklara erişimde çeşitli online akademik veri tabanları kullanılmıştır.

Bu çalışmada verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz metodu tercih edilmiştir. Bu analizin amacı, görüşmeyle gözlemin sonucunda toplanmış olan dataların hedef kitleye sunulmasıdır. Söz konusu analizlerde, verilerle ilgili bulgular özetlenmektedir ve özetlerse bilim adamının kişisel birikimiyle yorumlanmaktadır (Baltacı, 2019: 379). Bu bağlamda, araştırma yürütülürken kitap, makale, dergi, yüksek lisans ve doktora tezleri, sosyal medya paylaşımları ve bildirilerden yararlanılmıştır. Kaynak incelemesine dayalı olan bu çalışmada, sosyal medya ve kamu politikalarıyla alakalı kaynaklar, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu yöntem ile, var olan verilerin detaylı bir biçimde incelenmesinin ardından birbirleriyle olan ilişkileri değerlendirilmiş ve buradan sonuçların neler olabildiği üzerinde durulmuştur. Bu analiz bağlamında 2023 Kahramanmaraş depremlerinin sosyal medya ve kamu politikası etkileşimi ile ilişkisi kategorize edilmiş ve aralarındaki ilişki ortaya konmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı açıklanarak, sosyal medyanın gelişim süreci aşamalı olarak anlatılmıştır. Bununla birlikte, sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farklar ortaya koyulmuştur. Bu farklardan hareketle, sosyal medya ve internet ilişkisi üzerinde durulmuştur. Sosyal medyanın gelişim süreci incelendiğinde, mobil aygıtlar ve sosyal konular üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Yine bu bölümde, sosyal medya araçlarından; bloglar, mikrobloglar, açık kaynaklı projeler, sosyal ağ siteleri, sosyal haber ve sosyal işaretleme siteleri, medya paylaşım siteleri, içerik grupları ve internet forumları açıklanmıştır.

1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya; tabanını toplumun oluşturduğu, etkileşimli, içerik paylaşımı ve iş birliği yapılabilen kanalların tümüne verilen isimdir (Aydın, 2017: 70). Kullanıcıların karşılıklı olarak, çevrimiçi bir biçimde iletişim kurmasına olanak sağlayan, içerik paylaşımı yapılabilen ve bu içeriklerin içinde öznel yorumlar yapılabilmesine imkân sağlayan, sosyal ağ sitelerinden oluşmaktadır. Bu tanıma ek olarak sosyal medya, birbirlerinden bağımsız bir biçimde gelişmiş, tüketicilerin kendi içeriklerini paylaşabilmelerini ve diğer kullanıcılarla paylaşımlarını temin eden online uygulamalardandır (Nuran, 2015: 31). Sosyal medya teriminin ana unsurlarından olan “sosyal” sözcüğü, bireylerin diğer bireylerle olan iletişimini ifade etmektedir. Bireylerin, duygu ve düşüncelerini diğer bireylerle rahatça paylaşabilmeleri ya da kendileri gibi düşünen bir gruba dahil olmak istemeleri, insan olmanın getirdiği bir

gereksinimdir. “Medya” sözcüğü ise, diğer bireylerle iletişimde bulunma şekillerimizin tümü anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda medya, geçmişten günümüze kadar uzanan; davul, yazı ve çan gibi geleneksel yöntemlerle birlikte mesaj, fotoğraf, e-posta, telgraf ve cep telefonu gibi yapılan tüm iletişim şekillerini kapsamaktadır (Aydın, 2017: 71).

Ağlar ve internet kavramı işin içine girdiği için yeni medya, sosyal medya olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada ilk defa toplum bilimci Stanley Milgram’ın (1967) kavramsallaştırdığı “küçük dünya (smart world) fenomeni” bireylerin internette bağlantılar oluşturup iletişime geçmeye başlamaları ile kuvvetlenmiştir. İyiler (2009) sosyal medyayı tanımlarken ana ereğinin, bireyler, içerik ve veriler arasındaki etkileşimleri kolaylaştırmak olduğunu ve söz konusu etkileşimle yeni iş şekilleri, toplumsal yapılarla teknolojik sunumların özendirilmesinin hedeflendiğini ifade etmektedir (Özdemir vd., 2014: 59).

Globalleşen dünya ile iletişim şekli reel ortamdan sanal ortama hızlı bir geçiş sürecine girmiştir. Bu süreçte sosyal medya da bu değişim ve dönüşümün en önemli aracı haline gelmiştir. Günümüzün en fazla kullanılan mecrası olarak ön plana çıkmış ve yediden yetmişe tüm bireylerin ulaşabileceği bir platform olarak yerini almıştır. Sosyal medya, bireylerarası iletişimi sağladığı gibi, yalnızca bir kişinin geleneksel medya yollarına başvurmaksızın, kitlelere hitap etmesine de olanak sağlamaktadır (Çalışır, 2015: 119). Sosyal medya, kişilerin doğrudan veya medya araçları vasıtasıyla iletişim kurmalarına şans vermektedir. Ayrıca bireylerin, yalnızca kendi seçtikleri kişilerle iletişim kurup paylaşımda bulunabilmesini sağladığı gibi, tanımadığı kişilerin de ulaşabileceği şekilde, ürettikleri içerikleri paylaşabilme imkânı sunmaktadır (Ahlqvist vd., 2008: 13). Katılımcıların kendilerine tanımlayıcı bir profil oluşturabilmeleri ve diğer katılımcılarla bağlantı kurabilmeleri, sosyal ağ sitelerini son zamanlarda oldukça popüler bir hale getirmiştir. Bu sitelerde güdülen amaç, bireylerin bağlantı zincirini kullanarak, yeni ilişkiler edinmesine olanak sağlamaktır. Temelde sosyal ağ siteleri, bir dizi temel varsayımdan meydana gelmektedir. Bu varsayım, “insanların daha fazla bağlantı kurmasına ihtiyaç vardır ve bunu kolaylaştırmanın en iyi yolu mevcut bağlantılardan oluşan bir ağ kullanmaktır” varsayımdır (Donath ve Boyd, 2004: 71).

Gelişen teknoloji ile beraber, geleneksel medya yöntemleri daha zayıf bir hal alırken, sosyal medya, gün geçtikçe güçlenmektedir. Radyo, televizyon, posta, faks, dergi vb. kitle iletişim araçlarıyla tek yönlü iletişim araçlarının tümünü kapsayan

geleneksel medya gerek maliyeti gerekse yalnızca belli bir zümrenin fikirlerini paylaşabildiği ve yayınlatabildiği bir ortam olmasından dolayı, sosyal medya karşısında gün geçtikçe güç kaybetmektedir (Kırık, 2017: 231). Sosyal medya, iki yönlü iletişimi ve hızlı yayılım ve etkileşime olanak sağladığı için daha etkin bir konuma yerleşmiştir. Sosyal medya kavramının ana hedefi ise sınırlandırılmış geleneksel medya yöntemleri yerine, daha özgür bir alanda içerik üretmek ve bunu kendine özgü bir biçimde sunarak, etkileşimi artırmak ve daha geniş kitlelere ulaşımını sağlamaktır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 261).

Sosyal medyanın iki temel unsuru; medya bileşeni ve sosyal boyutudur. Medya bileşeni olan “Sosyal Varlık Teorisi” (Short, Williams ve Christie, 1976) incelendiğinde, medya, iletişim kurabilen, fiziki, işitsel ve görsel temas şeklinde açıklanan “sosyal varoluş” derecesine göre farklılaşmaktadır. Sosyal varoluş, ortamın yakınlığından (kişilerarası-aracılı ya da eş zamanlı-eş zamansız) etkilenmektedir. Aracılı (örneğin telefon görüşmesi), kişiler arası (örneğin yüz yüze tartışma) ve asenkron (örneğin e-posta) iletişimlerin eşzamanlı (örneğin canlı sohbet) iletişimlerden daha düşük olması beklenebilir (Haenlein ve Kaplan, 2010: 61). Bununla beraber, sosyal medya kavramını açıklayacak bir “sosyal teori” yaklaşımından da söz edilebilir. Bu yaklaşıma göre; toplumsallık sürecini oluşturan üç sosyal bilgi biçimi vardır. Bunlar: “Bilişsellik”, “İletişim” ve “İş birliği”dir. Bu yaklaşımda bireylerin, diğer bireylerle etkileşime geçmek için kullandıkları belirli bilişsel özellikleri vardır ve böylece ortak etkileşim alanları oluşturulmaktadır. Kimi hallerde, söz konusu alanlar sadece iletişim için değil, ayrıca topluluk inşasıyla genel toplumsal sistemlerin yeni özelliklerinin beraber üretilmesine yönelik olarak da kullanılmaktadır (Trottier ve Fuchs, 2015: 5).

Sosyal medya kavramı sosyal boyuttan incelendiğinde, Schau ve Gilly’e (2003: 393) göre, insanların kişisel bir web profili oluşturmaya karar vermesinin temel sebebi, kendilerini siber dünyada sunma isteğidir. Kendini sunum kavramı, tüm sosyal etkileşimlerde insanların, diğer insanların kendileriyle ilgili edindikleri izlenimleri kontrol etme arzusuna sahip olduklarını ifade etmektedir. Genellikle böyle bir sunum kendini açığa vurma yoluyla yapılmakta ve sosyal medya bağlamına uygulandığında, gerektirdiği kendini ifşa etme derecesine ve izin verdiği kendini sunma türüne dayalı olarak iki ayrı şekilde yapılabilmektedir (Haenlein ve Kaplan, 2010: 62).

1.2. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci

Sosyal medyanın tarihi incelendiğinde 1971 yılında, ilk e-posta gönderilmiş ve bu olay internet üzerinden iletişimin tarihçesini başlatmıştır. Gündelik yaşamın bir parçası olma çerçevesindeki adımları 1990'lı yıllarda atılmış olan “İnternet” ve ilk defa O'Reilly'nin ürettiği “Web 2.0” kavramlarıyla gelişen sosyal medya, bütün dünyayı çepeçevre saran iletişim vasıtaları şeklinde bireylerin günlük yaşamlarında merkezi bir konumdadır (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014: 133). ABD'nin Utah ve Kaliforniya eyaletlerinde bulunan üniversitelerde, dört düğümü bulunan ağlar geliştirilmiştir. Bu dönemde ilk internet ağı kabul edilen “Arpanet” ve “Alohanet” bu temeller üzerinde hızlı bir gelişim kaydetmiştir. 1991 yılında “World Wide Web” bulunmuştur. 1990'ların ortalarına gelindiğinde ise sosyal ağlar ve internetin hızlı bir gelişim kazanmasıyla beraber sosyal medyanın gündelik yaşamlara hızlı bir giriş yaptığı görülmektedir. Sosyal medya, diğer adıyla yeni medyanın Türkiye'deki başlangıcı ise, 1993 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)'de Ankara-Washington arasında kiralanmış bir bağlantı kurularak gerçekleştirilmiştir (Başlar, 2013: 777).

Britannica Çevrimiçi Ansiklopedisi'ne benzer şahsi internet siteleri ve içerikler paylaşma Web 1.0'e ait iken, Web 2.0 ortaya çıktığında yerini bloglar, ortak projeler ve Wikiler'e bırakmıştır (Kaplan ve Haenlien, 2010: 61). Web 2.0 ile sosyal medya kavramlarının yazarlar tarafından eş anlamlı olarak kullanıldığı ve kullanıcıların tecrübeleri, işte ve sosyal alanlarda bilgilerini artıran açık kaynak, katılımcı kontrolündeki çevrimiçi sitelerin bütünü şeklinde konumlandıkları anlaşılmaktadır (Barutçu ve Tomaş, 2013: 8; Constantinides ve Fountain, 2008). Web 2.0, bilgi akışını kolaylaştıran, kullanıcı ağlarının oluşturulmasını desteklemiştir. Bunun yanı sıra, işletmelere, pazarlarıyla iletişim kurma ve iletişimde kalma, müşterilerinin ihtiyaçlarıyla düşüncelerini öğrenme ve onlarla direkt olarak ve kişiselleştirilmiş bir biçimde etkileşim kurma konusunda yeni fırsatlar sunmuştur (Constantinides ve Fountain, 2008: 212).

1970'lerin ortasında, gelişmekte olan iletişim kavramı ve bilgisayar teknolojilerinin birlikte işlerlik kazanmasıyla birlikte sosyal medya kavramı, günden günde hayatın her alanına yayılmıştır. Bulunduğumuz yüzyılda insanın iletişim gereksinimi, gündelik ihtiyaçlar kadar önem kazanmıştır (Bostancı, 2010: 1). Web 2.0 teknolojileri ve internet, geleneksel iletişim unsurları ve medya pahasına haber ve daha

önemlisi haberleşme aracı olarak, bireylerin gündelik hayatını gün geçtikçe daha fazla etkilemektedir. Kullanıcıların çoğu, artık haber ağı olarak geleneksel medyadan çok sosyal medyayı tercih etmektedir. Gazeteler ve diğer yazılı basın türleri ve televizyon istikrarlı bir düşüş yaşamaktayken, internet ve kablolu haber kullanıcılarının sayısının giderek arttığı görülmektedir (Constantinides, 2007: 5). Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve yayılımı, internetle beraber medya hayatına giren multimedya cihazlarının geniş yelpazeli özellikleri sayesinde, üretici ve tüketici arasındaki farkları en aza indirdiği için, iletişimde ve hayatın her alanında ilk sırada yer almaktadır (Kırık, 2017: 233).

Hızla ilerleyen teknoloji ve bulut sisteminin sağladığı imkanlar doğrultusunda, televizyondan tabletlere hatta evlerde kullanılan neredeyse tüm teknolojik aletlere kadar tüm cihazların Web'e bağlanmasıyla birlikte Web 3.0'a geçilmiştir. Web 3.0, yani farklı bir isimle Semantik Web, kullanıcıyı tanıyan akıllı interneti ifade etmektedir. Tüm bilgilerin depolandığı büyük bir veri tabanı ve arama yapan kullanıcıların bilgilerini hafızasında tutup, onların önceden yaptığı araştırma bilgilerini de elinde bulunduran bir sistem sayesinde kullanıcısının doğru ve hızlıca sonuca ulaşmasını mümkün kılmaktadır (Korucu ve Yavuzaslan, 2017: 42). Web araçlarının sağladığı olanaklar doğrultusunda kullanıcılar, iletişimin çözümlenmesine ilişkin yeni bir güce sahip olmaktadır. Web teknolojisiyle beraber sunulan farklı iletişim araçları sayesinde, etkileşime açık, katılım oranı yüksek ve kendisine dayatılanı doğrudan sorgulamadan kabul etmek yerine, kendi haklarını araştırarak, sorgulayan ve bu doğrultuda daha fazla söz hakkına sahip bireylerden bahsetmek mümkün olmuştur. Bu bireyler, kültür, ekonomi ya da ticaret gibi birçok alanda kendini göstermeye başlamış, bu durum ise özellikle gazetecilik gibi bazı mesleklerin de dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019: 514-515).

Yeni teknolojiler ve iletişim araçlarının toplumsal, ekonomik ve siyasal alanlarda sağladığı ciddi değişiklikleri Arbamson ve arkadaşları (1989) (Aktaran Turan, 2007: 38) altı başlıkta incelemiştir:

- 1. Elde edilen enformasyon miktarını artırması:** Yeni iletişim kanallarının açılmasıyla, önceki mevcut bilgi ve enformasyona erişilmesini sağlayan yeni araçlar ortaya çıkarmıştır. Bilgisayar iletişimiyle birlikte, bireyler kamu sektöründe depolanan bilgiye veya kütüphane imkânlarına daha kolay ulaşmaya başlamıştır

2. **İletişimi hızlandırması:** Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte enformasyon ve bilgiye, zaman ve mekân sınırlamaları olmadan erişim mümkün olmuştur
3. **Kitleli yayıncılıktan dar yayıncılığa geçilmesi:** İletinin toplu bir biçimde dağıtılması yerine, kitlelerin gereksinimleri ve özellikleri incelenerek dağıtılması esasına dayanmaktadır.
4. **Ademi-merkezileşme:** Klasik medya unsurlarının yüksek maliyetli yatırımlar gerektirmesi ve hükümetler tarafından sansür, denetim ve kontrollere tabi olması, tekeli bir yapı oluşturmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte bu yapının ve belli başlı tekellerin hegemonyasının yıkılması söz konusu olabilecektir. İnternet gibi yeni teknolojiler, kullanıcıların kendi şahsi elektronik gazetesini oluşturmaya olanak tanımaktadır.
5. **Etkileşim kapasitesini artırması:** İletişim sürecine, yeni iletişim teknolojilerinin kattığı en önemli unsur ise, kullanıcıların karşılıklı etkileşim kapasitesini artırmasıdır (Aktaran Turan, 2007: 38).

Sosyal medyanın gelişim sürecinin başlangıcında, farklı insanlarla iletişim kurmayı sağlayan bir mecra olması ve bu tür mecralara olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşılması, teknolojik gelişmelerin her alanda henüz oturmamış olması, yapılacak aktivitelerin azlığı ve henüz telefon ve bilgisayar gibi mobil cihazların hayatın her alanında yaygınlaşmamış olması bu mecraanın sistematik bir biçimde oluşturulmasını geciktirmiştir. Globalleşen dünya ve gelişen teknolojiyle beraber, internetin de hayatımıza girmesi, sosyal medyayı herkese her arenada temsil hakkı sunmuş ve dijital çağın gereklerine cevap verdiği için bireylerin yaşamında büyük ve önemli bir yer kaplamıştır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 255). Günümüzde artık hemen hemen tüm firmaların, Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK), siyasi grupların ve diğer özel ve kamu kuruluşlarının resmi bir web sayfası bulunmaktadır, çalışanlar da hemen her gün internette vakit geçirmekte iletişimlerini de internet üzerinden sağlamaktadırlar. Böylelikle bu yeni medya daha şeffaf, daha açık ve daha etkileşimli bir iletişim aracı şeklinde işlemektedir. Kuruluşlar ve takipçileri böylece, birbirlerinin hareketlerini ve etkinliklerini takip edebileceği daha etkin bir dayanağa kavuşmuşlardır. Hız kavramı bu doğrultuda ön plana çıkarak gerek coğrafi gerekse demografik boyutta kapsama alanı genişlemiş; böylelikle iletişimde uzak mesafelerin artık herhangi bir engel teşkil etmediği, insanların kitleler arasından seçilip ayıklanarak adreslenebildiği bir iletişim gelişmiştir. Sosyal medya bu sayede bireysel kullanıcılar veya kullanıcı grupları

arasında bilgi alışverişine ve böylelikle karşılıklı etkileşime girmelerine imkân sağlayabilmiştir. Buna karşılık teknolojinin (iletişim teknolojileri de buna dahil) kendi başına bir politik akla sahip olmayıp üretimden tüketime kadar olan süreçte toplumsal ilişkileri şekillendiren hegemonik bir mücadele alanı olduğu, toplumsal yaşamın ve toplumsal ilişkilerin de bu mücadele sonucunda evrildiği, yapılandığı ya da inşa edildiği düşünüldüğünde sosyal medya okuryazarlığının geliştirilmesine de önem verilmesi gerekmektedir (Zafer ve Vardarlıer, 2019: 357).

1.3. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkı

Yazılı basın paradigması olarak da adlandırılan geleneksel medya, çevrimiçi haber ağları ve akıllı telefonlar kullanılarak bireylerin haberlere hızlı erişiminin mümkün olmadığı, internet öncesi dönemde gelişmiştir. Haber tüketiminin kişisel ilgi alanlarına göre bireyselleştirme olanağı, çevrimiçi bir biçimde sunulan bilginin genişliği ve günde birçok kez güncel haber alabilme özellikleri, kitleleri çevrimiçi olmaya itmiştir (Rajendran ve Thesinghraj, 2014: 610). Dijitalleşmeyle beraber bu yeni dijital çağın ve ekonominin yapıtaşlarından biri haline gelen sosyal medyanın temel özelliklerinin başında, hızlı, kolay ve ucuz olması gelmektedir. Bireyler, sosyal medya mecralarını, genellikle az veya sıfır maliyetle kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın diğer bir özelliği de içerik yaratması ve bu içeriği diğer kullanıcılarla paylaşan oldukça aktif bir kullanıcı kitlesine sahip olmasıdır. Öte yandan geleneksel medya üretimi incelendiğinde, genellikle uzmanlaşmış kişiler ve belli bir eğitim sürecinden geçmiş olan bireyler, profesyonel olarak faaliyet gösterirken, sosyal medyada ise, platforma erişebilen ve her kesimden insanlar içerik üretebilmekte ve bu içerik üreticileri, farklı yeteneklere ve yeni bakış açılarına sahip olabilmektedirler (Çalışkan ve Mencik, 2015: 261).

Sosyal medya ve geleneksel medyayı ayıran yapısal farklardan biri de sosyal medyanın bütün etkileşimlere açık olmasıdır (Konuk ve Güntaş, 2019: 9). Bu özelliği sosyal medyanın; kolay yönlendirilebilir, amacından uzaklaştırılabilir ve provoke edilebilir bir araca dönüşmesine imkân sağlamakta ve herhangi bir toplumsal hareket tarafından başlatılan haklı bir hareket, sosyal medya aracılığıyla amacından çok kolay

bir şekilde saptırılabilir (Babacan, 2013: 137). Geleneksel medyada ses, durağan görüntüler (resimler), hareketli görüntüler ya da bunların bileşimleri, zaman ve yer sınırlarına bağlıyken, sosyal medya bunları hızla aşarak yayılmaktadır. Geleneksel medya, azdan çoğa doğru bir iletişime dayalı olarak çalışırken, sosyal medya çoktan çoğa iletişim sağlamaktadır (Uluç ve Yarcı, 2017: 90). Geleneksel medya kanalları ise sınırlıdır. Öte yandan sosyal medya için okunmuş, duyulmuş ve güncellenmiş olan tüm iletiler, bir süreçtir ve genellikle alıcı yorumlamakta ve düzeltmektedir (Lester, 2012:118).

Geleneksel medya, monolog temel üzerinde şekillendirilmiştir. Sosyal medya ise tam da bu noktada, geleneksel medyadan ayrılmaktadır, çünkü sosyal medya, birey ile diyalog halindedir. Geleneksel medyada, bir bilgi sunulur ve mümkün olan herkes bu bilgiyi almaktadır. Fakat bu bilgiyi alan kitle hakkında herhangi bir bilgi (yaş grubu cinsiyeti, medeni durumu, mesleği vb.) edinme ve verilen bilgi hakkında gerçekten ne düşündüklerini öğrenmenin herhangi bir yolu yoktur. Sosyal medyada ise kullanıcılar üye olurken, kendileri hakkında bazı bilgileri vermektedirler, sunulan bilgi herkese ulaşmakta ve herkes bunun hakkında özgürce yorum yapabilmekte, beğenebilmekte, önerebilmekte, eleştirebilmekte ya da paylaşabilmektedir. Bundan dolayı sosyal medyada, kullanıcı, okuyucu, izleyiciyi ya da dinleyici pasif durumdan çıkarak, aktif bir duruma gelmektedir (Bulunmaz, 2011: 25). Nitekim, sosyal medya platformlarında paylaşılan iletilerin hızı, göz önüne alındığında, bireylerin aktif bir tüketim içinde bulundukları görülebilmektedir (Öztürk ve Karahasanoğlu, 2015: 799).

Geleneksel medya ve sosyal medyanın farklarından biri de bireylerin kendi ürettikleri ya da farklı ağlardan kopyaladıkları paylaşımlardan zevk almalarıdır. Sosyal medyadaki içerikler ya kullanıcılar tarafından üretilmekte ya da farklı sitelerden kopyalanabilmektedir. Öte yandan geleneksel medya böyle bir imkân tanımamaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 262). Sosyal medya ve geleneksel medya, iletişim yapısı yönüyle de birbirlerinden ayrılmaktadır. Geleneksel medyanın sahip olduğu bir merkezîyetçi yapıdan söz etmek mümkündür. Geleneksel medya araçları, belirli kesimlerin kontrolünde işlemekte ve içerikler bu hususta düzenlenmekteyken, bunun neticesinde hegemonik bir süreç ortaya çıkmaktadır. Öte yandan bu süreç, sosyal medya ile kırılmıştır. Geleneksel medyanın kısmen tek yönlü iletişim süreci, sosyal medya ile değişmiştir. Geleneksel medyada etkileşim süreci, kullanıcıların, haberlere ilişkin düşüncelerini telefon ya da mektup gibi kanallarla iletmeleriyle mümkünken, sosyal

medya ile beraber bu süreç hız kazanmıştır. Bununla beraber kullanıcılar, geleneksel medya araçlarına ulaşabilmek için farklı bir araca daha gereksinim duymaktadırlar. Kullanıcıların düşüncelerinin diğer kullanıcılar tarafından görülememesi nedeniyle geleneksel medyadaki etkileşim süreci daha çok “editorial” bir nitelik taşımaktadır. Sosyal medya ile beraber bu süreç hızlı bir biçimde gerçekleşmekte ve kullanıcılar düşüncelerini kamuya açık bir biçimde ifade edebilmektedir (Polat, 2018: 52).

Akıncı ve Bat (2012) (Aktaran Çalışkan ve Mencik, 2015: 262), sosyal medyanın söz konusu açıklamalar bağlamında geleneksel medyadan farkları şu şekilde özetlemiştir:

Erişim: Her iki medya türü de tüm insanların ortak bir kitleye ulaşmasına olanak sağlamaktadır.

Erişilebilirlik: Klasik medya için üretimlerde bulunmak, genel olarak özel şirketlerle devletlerin sahipliğindeyken, sosyal medya vasıtaları genellikle herkesçe az ya da sıfır maliyet ile kullanılabilir.

Kullanılabilirlik: Klasik medyadaki üretimler, daha çok uzmanlaşmış yeteneklerle eğitim gerektirmektedir. Sosyal medyada ise isteyen herkes bu tür şartlara tabi olmadan üretimde bulunabilmektedir.

Yenilik: Etki ve tepkisini anlık olarak gösteren sosyal medyaya nazaran geleneksel medya iletişimlerinde, zaman farkı daha uzun olmaktadır (günler, haftalar, hatta aylar) Sosyal medyada ise tepkilerin hangi zaman aralığında olacağına katılımcılar karar vermektedir.

Kalıcılık: Geleneksel medya bir kez üretildikten sonra, bir daha değiştirilememektedir. Söz gelimi, bir dergi makalesi, basılıp dağıtıldıktan sonra yayınlanan makalede herhangi bir değişiklik yapılamazken sosyal medyada üretilen içerik, yapılan yorumlarla ya da yeniden düzenlemelerle anlık olarak değiştirilebilmektedir.

Geri Bildirim: Geleneksel medyada geri bildirim gecikmeli olurken, sosyal medyada geri bildirim anlıktır (Apuke, 2016: 84).

Etkileşim: Sosyal medyada kullanıcılar, geleneksel medyanın pasif tüketim ve “al ya da bırak” özelliklerine kıyasla çok daha fazla seçenekle, kendi materyallerini

yaratma, görüntülemeyi kendi isteklerine göre kişiselleştirme ve kolayca etkileşim kurma fırsatına sahiptir (Apuke, 2016: 84).

Yukarıda verilen tanımlar ve karşılaştırmalardan hareketle sosyal medyanın bütün özellikleriyle geleneksel medyayı kapsadığı ortaya konulmuştur. Aynı zamanda büyük bir kullanıcı kitlesine sahip olması bu düşünceyi destekler niteliktedir.

1.4. Sosyal Medya ve İnternet

Sosyal medya ve internet arasında güçlü bir ilişki söz konusudur. Bu sebeple ikisi de birbirini tamamlar niteliktedir. Bilgisayarların gelişimi 1950’de hızlandığı için, internetin gelişimi de bilgisayarlara bağlı bir biçimde ortaya çıkmıştır. IP yani internet protokolünü ilk kullanan Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı’na desteklenen “Arpanet” olmuştur. İnternetin kökeni ise 1962 yılında Massachusetts Institute of Technology’nin ortaya attığı galaktik ağ kavramıyla tartışmaya ve konuşulmaya başlanmıştır (Çakır ve Topçu, 2005: 75). Bu bağlantı başlarda askeri haberleşme amaçlı kullanılmış olsa da sonradan kapsamı genişletilmiştir. 1965 senesinde, çevirmeli telefon hatlarıyla Kaliforniya’daki bilgisayar ile Massachusetts’deki bir bilgisayar arasında bağlantı kurulmuştur. 1970’lerde Donald Davies, ağ teorisini İngiltere’de bir laboratuvarında pratiğe dökerek, internetin gelişimi konusundaki gelecek yıllarda yapılacak olan çalışmalara ışık tutacak çalışmalar gerçekleştirmiştir. İnternet konusundaki gelişmelerin önünü “Arpanet” açmıştır. Bu bağlantı sayesinde, ağların birbirine bağlanması ve genişlemesi mümkün olmuştur (Kutup, 2010: 12). 1980’lerde üniversitelerde bilgisayar merkezleri kurulması fikri ortaya atılmış ve bu fikir, 1980’lerin sonuna doğru hayata geçirilerek bu bilgisayar merkezlerinin birbiri arasında bağlantı olması sağlanmıştır. 1991’de Tim Berners Lee bir devrim yaratarak “www”yi bulmuş ve bu sayede internet, günümüzdeki modern halini almaya başlayarak, dünyada kendine önemli bir yer edinmiştir (Erdem, 2010: 37).

İletişim süreci, internetle beraber sosyal medyanın da işin içine girmesiyle farklı bir boyut kazanmıştır. Sosyal medya, internetle birlikte, kitle iletişim araçları, bloglar, mikrobloglar, tartışma forumları, online alışveriş siteleri, sosyal ağlar ve arkadaşlık siteleri gibi birçok alanı da beraberinde getirmiştir (Korkmaz, 2014: 14). 1991’de

“www” yani internet, 2004’te Facebook, 2005’te Youtube, 2006’da Twitter¹ oluşturulmuş ve yeni medyanın gelişim süreci, hızlı bir biçimde devam etmiştir. Teknoloji, son otuz senede önemli değişim ve dönüşümler geçirmiş ve bu değişim ve dönüşümler neticesinde internet, sosyal medya kavramını beraberinde taşıyarak büyütülmüştür. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, sosyal medya interneti, internet de sosyal medyayı büyütmüş ve geliştirmiştir. Bu açıdan, her ikisi de birbirinden ayrı düşünölmeyecek alanlar olmuştur (Çalışkan ve Mencik, 2015: 256).

1.5. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci ve Mobil Aygıtlar

Mobil aygıt kavramı; insanların yanlarında bulundurabilecekleri, internete erişimi olan, kablosuz bir biçimde işlemler yapılabilmesini sağlayan, akıllı cihazlara verilen ortak bir isimdir. Mobil aygıt kavramı daha çok, elde taşınabilen ve bilgisayar işlevi gören tüm araçlar şeklinde açıklanabilir (Göçoğlu, 2014: 42). Günümüz teknolojisinde mobil cihazlar arasında taşınabilirlik ve bilgiye en kolay ulaşma anlamında kullanılan cihazlar akıllı telefonlardır. İletişim kurma ve paylaşma ihtiyacı çok eskilere dayansa dahi yeni nesil telefonların atasının tarihi çok eskiye dayanmamaktadır. Akıllı telefonlardan önce, ikinci nesil olarak adlandırılan tuşlu telefon dönemi, dünyada 1940’lı senelere dayanmaktadır. 1983’te ise Martin Cooper Motorola firmasıyla işbirliği içinde ilk cep telefonunu üretmiştir (Musayeva, 2015: 57).

Mobilite, iletişim alanında pek çok açılımı da beraberinde getirmiştir. Özellikle cep telefonlarıyla dizüstü bilgisayarların yaygınlık kazanması, “mobilite” teriminin bugün iletişimi ne kadar etkilediğinin birer örneğidir. Bu durumun yanında mobilite, kullanıcılara bilgilere veya kişilere ulaşırken, ortamdan bağımsız bir biçimde iletişim kurma imkânı sağlamaktadır (Alkaya, 2007:4). Cep telefonlarının yaygınlaşmasını temin eden, internete erişim süratini yükselten 3. nesil sistemin (3G) gelişimini tamamlamasıysa 2005-2006 senelerini bulmuştur (Göçoğlu, 2014: 43). Eski nesil bilgisayarlar ve telefonlar, yani WEB 1.0 teknolojisindeki cihazlar yalnızca haberleşme sağlamaktadır. Bununla beraber, bilgiye ulaşma imkânı verse de ulaşılan bilgi konusunda yine bu mecrada herhangi bir yorum belirtme olanağı sağlamamaktadır. Bu durum da üretici ve tüketici arasında ciddi farklar olmasına neden olmaktadır. Sosyal

¹ X’i Elon Musk’ın satın alması sonrası, 2023 yılında platformun adı X olarak değişmiştir.

medya gibi bir mecraanın varlığı, geliştirilen teknolojiler ve WEB1.0 teknolojisinin ilerlemesi sebebiyle meydana gelmiştir. Mobil cihazların hayatımızdaki varlığı, sosyal medyanın etkileşimini artırmış, sosyal medyanın yelpazesini internet kullanımının da artmasıyla genişletmiştir (Ataman Yengin, 2016: 108).

Mobil cihazlar ve bunlarla ilişkili uygulamaların yanı sıra, sosyal medya gibi mobil medya teknolojileri hem içeride hem de dışarıda günlük aktivitelerimizde her alanda mevcuttur. Bu teknolojiler bilgi alışverişine vurgu yaparak, insanlar, toplum ve çevre arasında yeni etkileşimleri kolaylaştıran bir "ağ toplumu" inşa etmektedir (Arts, Fischer, Duckett ve Van Der Wal, 2021: 55). Günümüzde kolayca ulaşılabilen akıllı telefonlar, anlık iletiler yapmakla birlikte, sosyal medya kullanımına ve etkileşim sağlamaya yönelik kullanılan en yaygın ve önemli mobil cihazlardır. Buna ek olarak yine günümüzde, beş milyar kişinin internete ve sosyal medyaya erişimi bulunmaktadır. Telefonlar dışında tabletler ve bilgisayarlar da sosyal medyaya erişimi kolaylaştıran yaygın cihazlar arasında yerini almaktadır. Mobil cihazlarda artık günlük gelişmeler yaşanması ve bu cihazlara çevrimiçi bir biçimde sürekli erişim imkanının sağlanması sosyal medyadaki etkinliğin artmasındaki en önemli etkenlerden biri olarak sayılabilmektedir. Bu cihazlar sayesinde, yerel ve global ölçekte gerek siyasal ve ekonomik gerekse toplumsal olaylardan anlık haberdar olabilmek mümkün hale gelmiştir (Dede Özdemir, 2019: 38). Akıllı telefonlar gibi mobil cihaz teknolojilerinin kullanıcılara sunduğu donanımsal özellikler sayesinde (konum bildirimi, kolay ve hızlı şekilde fotoğraf veya video çekimi vb.) bunları kullanan bireyler, çevresindeki kişilerle kesintisiz iletişim içerisinde olma imkânına ve böylece eğlenceli zaman geçirme ortamına sahip olmuşlardır. Sosyal medya platformlarına mobil aygıtlar aracılığıyla ulaşabilmek, kullanıcılara işlevsel yararlar sağlayarak, sosyal medyayı kullanma süresini arttırmaktadır (Topal ve Temizkan, 2016: 1457).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması" verileri çerçevesinde Türkiye'de evlerin %95,5'inde internet kullanılmaktadır (TÜİK, 2023). Türkiye'de yaşayan çocuklar üzerinde yapılan araştırmada çocukların internet kullanım oranı %82,7'dir. Çocukların %64,4'ü cep telefonu/akıllı telefon, %55,6'sı bilgisayar ve %57,2'si ise tablet bilgisayar kullanmaktadır. Bu verilere göre çocuklar günlük hemen hemen üç saat sosyal medyada zaman geçirmekte ve çocukların %32,3'ü her yarım saate bir cep telefonu/akıllı telefonunu kontrol etmektedir (TÜİK, 2021).

1.6. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci ve Sosyal Konular

Sosyal medya, bireylerin bir araya gelip topluluklar oluşturdıkları ve söz konusu topluluklar içinde etkileşim kurdukları mecralardır. Bireylerin birlikte faaliyette bulunmalarına olanak tanımaktadır. Bu faaliyetler, siyasal, sosyal, ekonomik ve toplumu ilgilendiren üzücü ya da mutlu edici herhangi bir konuyu kapsayabilmektedir. Bu mecra artık devlet ve halkın doğrudan iletişime geçebildiği bir mecra olması yönünden önem kazanmıştır. Öyle ki bakıldığında dünyada önemli, tanınmış kişilerin ya da devlet başkanlarının birtakım haberlerle ilgili duyuruları sosyal medya aracılığıyla yaptığı görülmektedir. Politik partiler, farklı iletişim teknikleriyle vasıtalarını kullanmak suretiyle kitle, toplum ve kişileri belli görüşler etrafında düşünmeye yöneltmek, bireylere söz konusu görüşler etrafında iletiler sunmak, onları etkilemek ve yönlendirmek üzere, politik iletişim araştırmalarına önem vermektedir (Silsüpür, 2016: 727). Sosyal medya aracılığı ile sıradan bir olayın, bir afetin ya da dünyada yaşanan herhangi bir gelişmenin, halkta nasıl bir yankı uyandırdığı, ne gibi tepkilere yol açtığı görülebilmekte ve kitlelerin nabzının ölçülmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal medyaya erişim kolaylığı ve büyük bir çoğunluğun bu mecraları takip etmesi de bu hususta oldukça etkili olmaktadır. Etkileşim ne kadar fazlaysa, söz konusu problemin ne kadar ciddiye alındığı yahut bu konuda genel kanının ne olduğu ya da ne tür tepkilere yol açtığını saptamak, bu sayede mümkün olabilmektedir (Göçoğlu, 2014: 44-45).

Sosyal medya içinde bulunduğumuz yüzyıl itibariyle bilgi edinmenin ve bilgiye kolay ulaşmanın çabasız yolu olmaya başlamıştır. Eşzamanlı iletişim kurabilme ve anlık iletiyi alabilme özgürlüğü, sosyal, ekonomik, siyasi ve toplumsal alanlarda bilgilenmeyi artırmıştır. Sosyal medyaya, mobil cihazlar sayesinde hızlı ve kolay erişilebilir olması, toplumsal sorunlara bireylerin katılım ve bilinçlenme oranını artırmıştır (Bal ve Delal, 2019: 124). İnternetle ve sosyal medya araçları ile kişi, toplum ve küre ölçeğinde bütün ilişki biçimleriyle boyutlarının başkalaşması, sosyal konuların klasik olan tüm kavramlarla, kurumlarla ve metotlarla ilişkilerini farklılaştırmaktadır. Çağımızda internetle beraber, kişiden kişiye, kişiden topluma, toplumdan kişiye ve daha mühimi toplumdan topluma iletişim yolları oluşmuştur. Söz konusu kanallar, iletişim dünyasında devletin kontrolü haricinde bir katman daha oluşturmuştur (Babacan, 2013: 141-142).

Günümüzde sosyal medya araçlarının en etkili örnekleri incelendiğinde karşımıza ilk olarak Twitter uygulaması (X) çıkmaktadır. Twitter, 2006 yılında hizmete girmiştir ve sosyal medya kavramı içinde önemli araçların başında gelmektedir. Twitter'ın ana özelliklerinden biri, kullanıcılarını yalnızca 140 karakterlik paylaşımlarla sınırlamasıdır. Bu 140 karakterlik sınırlama eleştiri toplamasına rağmen, Twitter gün geçtikçe büyüyerek kullanıcı ağını genişletmektedir (Liu, Cheung ve Lee, 2010: 929). Bu güncellemelerin “tweet” olarak tanımlandığı bir yazılım olan Twitter, karşılıklı iletişimin rahatça kurulabildiği, yerel veya global anlık haberlerin sunulduğu bir platformdur. Kolay sindirilebilir bilgilerle mesajın boyutunu sınırlayarak, bilginin hızla yayılmasını sağlarken, öte yandan kimi zaman 140 karakter anlamlı bilgiler için kısa düşüncesi uyandırmaktadır. Fakat kullanıcılar, konumları fark etmeksizin Twitter içeriklerine gerçek zamanlı erişebilme ve yanıt verebilme imkanına sahip olması sebebiyle birçok kişinin aktif olarak kullandığı bir uygulamadır (Tarhan, 2012: 84-85). Twitter'ın ana hedefi, bireylerin birbirlerinin fikirlerinden devamlı olarak haberli olmalarına imkân tanınması ve karşılıklı etkileşimi artırarak, bireyleri birbirlerine bağlamasıdır (Silsüpür, 2016: 731). Bu platformda gündeme gelen konular, eleştiriye maruz kalan durumlar ve olaylar, ülke ve dünya gündemini belirleme gücüne sahiptir. Bunun en somut örneği, Türkiye’de yaşanan afetlerde görülmektedir (Bayraktutan vd., 2014:68).

Sosyal medya bugüne kadar birçok farklı ülkede, sosyal konuların iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Bu sosyal konuların başında da afet anları gelmektedir. Türkiye’de sosyal medyanın afet durumlarında kullanımı ilk defa, 2011 yılında gerçekleşen Van Erciş depreminin hemen ardından televizyon programcısı ve sunucusu Okan Bayülgen’in, X üzerinden acil durum bilgilerini paylaşmasıyla gerçekleşmiştir. Arama Kurtarma Derneği’nin (AKUT) görevlendirdiği ekipler ise hemen adrese yönlendirilmiş ve kısa bir müddet sonra enkazın altındaki iki kişiye ulaşılmıştır (Argın, 2023: 147).

Sosyal medyayı hakimiyeti altına alan sosyal konulardan bir diğeri ise, Covid-19 pandemisidir. Hastalık, başta, 31 Aralık 2019’da Çin’in Vuhan kentinde ilk vakaların görülmesiyle başlamış ve daha sonra 11 Şubat 2020’de Dünya Sağlık Örgütü’nce (DSÖ) doğrulanmıştır, 12 Mart 2020 tarihi itibarıyla de evrensel pandemi şeklinde duyurulmuştur. Türkiye’de ise ilk Covid-19 vakası, 11 Mart 2020’de kayıtlara geçmiştir (Şahin ve Ayaz, 2021: 188). Covid-19 pandemisi, daha önce yaşanan diğer büyük

salgınlardan infodemi olması yönüyle ayrılmaktadır. Bu salgın sırasında yanlış ya da çarpıtılmış bilgiler, sosyal medya sayesinde oldukça hızlı yayılmıştır (Porsuk ve Cerit, 2021: 349). Bireyler ise salgın sürecinde sosyal medya araçlarına daha bağımlı hale gelmiş ve salgının gidişatı ya da yayılım hızını azaltabilmek maksadıyla alınabilecek önemleri, salgın hakkında yapılan bilimsel çalışmaları, sosyal medya ortamından edinmişlerdir (Madsar, 2021: 61).

Covid-19 pandemisi sürecinde sosyal medya kullanımının, kullanıcılar üzerinde bazı avantajları ve dezavantajları olmuştur. Sorumlu bir biçimde kullanılan sosyal medya araçları, pandemi sırasında yayılan önemli ve yeni bilgilere kolaylıkla ulaşılabilmesine, tedavi, teşhis ve takip süreçlerinin paylaşılmasına, dünyanın diğer bölgelerinde geliştirilen farklı yaklaşımların karşılaştırılarak mevcut kaynaklara entegre edilmesine olanak sağlamış, öte yandan karantina sürecinde depresyon, anksiyete ve bazı aşırı durumlarda intihara sürükleyebilecek sahte haberlerin, mitlerin ve bilgilerin yayılması, dezavantaj oluşturmıştır (González-Padilla ve Tortolero-Blanco, 2020: 123). Covid-19 gibi global bir pandemide, toplumda farkındalık oluşturmak için pek çok kurum ve kuruluş, Twitter’da paylaşımda bulunmuştur. Bu bağlamda Türkiye’de ise Sağlık Bakanı Fahrettin Koca hesabını en etkin kullanan ve kamuoyunun büyük çoğunluğu tarafından takip edilen bir devlet görevlisi olarak öne çıkmıştır (Bilgiç ve Akyüz, 2020: 236). Salgın konusu sosyal medya üzerinden incelendiğinde, bireylerin güncel gelişmeleri ve haberleri takip etme eğilimleri ile salgına dair yayımlanan haberleri kaçırma korkularına dayalı olarak, sosyal medyanın kullanım oranları artmıştır (Kovan ve Ormancı, 2021: 127).

Haziran 2019’da başlayan ve 240 gün devam eden Avusturalya orman yangınlarında da sosyal medya aracılığıyla tüm dünya anlık haberdar olabilmıştır (Kolukırık, Arslan ve Yılmaz, 2022: 568). Türkiye’de 29 Temmuz 2021’de Muğla Köyceğiz’de orman yangını başlamış ve kısa bir süre içerisinde pek çok bölgeye yayılmıştır. Yangının devam ettiği günlerde Milas, Bodrum, Kavaklıdere, Datça, Fethiye ve Dalaman da sekiz tanesi çok büyük olmak üzere yetmiş beş yangın meydana gelmiş ve bölgede çok büyük bir alan yanmıştır. Bu yangın ancak on dört günde kontrol altına alınabilmıştır (Orman Genel Müdürlüğü [OGM], 2021). Büyük afet sırasında sosyal medyada pek çok paylaşım yapılmıştır. Sosyal mecralarda yapılmış olan yardımlarla ilgili çağrılar, yetkililer tarafından yapılmış olan bilgilendirmeler, bölgedekilerce yapılmış olan paylaşımlar, bu süreçte binlerce içeriğin konusunu

oluşturmuştur. Doğal afet esnasında yapılmış olan söz konusu paylaşımların arasında iyi niyetli ve çözüme katkıda bulunan paylaşımların yanında, bilgi kirliliğiyle kötü niyetli paylaşımlar da engellenemeyecek sayılara ulaşmış ve çözüm sürecini zorlaştırmıştır. Sosyal medyanın, yangınlar esnasında bölgeden bilgiler vermek ve yangınların söz konusu olduğu bölgeleri hızlıca yetkililere iletebilmek ve bölgedeki halka gerekli yardımları sunabilmek için çok etkili biçimde kullanıldığı gözlemlenirken, süreci provoke etmek için paylaşımların yapıldığı veya dezenformasyon içeren paylaşımlarda da bulunulduğu anlaşılmıştır (Soğukdere, 2021: 246).

Sosyal medya çerçevesinde incelendiğinde, afetlerin Türkiye’yi korku ve endişeye sürüklediği görülmektedir. Afet denildiğinde öne çıkan etkiler, can ve mal kayıpları şeklinde değerlendirilmekte, fakat sonraki aşamalarda oluşan fiziki ve psikolojik hasarlar da oldukça önemlidir. Hem afetzedeler hem de afetten haberdar olan bireyler, sosyal medya üzerinden iletişim imkânı bulmuşlardır (Altun, 2018: 13). Afet sırasında sosyal medya, farklı kaynaklardan gelen bilgi akışını kontrol ederek, yetkilileri ve acil durum yöneticilerini bu durumlar karşısında uyarmak amacıyla kullanılmıştır. Bilgi akışının kontrol edilmesi, “durumsal farkındalık” oluşturulması açısından önemlidir. Bir afet yaşandığında eş zamanlı bilgi sahibi olmak, insanların yetkililere konumlarını bildirmesine, afetten etkilenenlerin ihtiyaçlarının duyurulmasına, kamuoyu ve ilk yardım ekiplerinin değişen şartlar ve oluşabilecek yeni tehditlere karşı uyarılmasına yardımcı olmuştur. Elde edilen bu bilgiler, can ve mal kaybını azaltmak maksadıyla belirli kaynakların yönlendirilmesi için de kullanılabilir. Öyle ki bazı durumlarda bu bilgilere ilk yardım ekipleri bölgeye ulaşmadan önce ulaşmak mümkündür (Lindsay, 2011: 4). Afetten sonraki süreçte de en kritik durum süratli bir biçimde toparlanabilmektir. Bu doğrultuda yurttaşlar belli aralıklar ile bilgilendirilmeli ve gereksinim hissediyorlarsa ivedi bir şekilde destekte bulunulmalıdır. Afetten sonra, sosyal medya hesaplarından afet sırasında yapılmış olan paylaşımlar incelenerek, eksiklikler var ise giderilmesine yönelik olarak faaliyetlerde bulunulmalıdır (Şahin ve Demirbilek, 2023: 325).

1.7. Sosyal Medya Araçları

Teknoloji ilerlemesi ve sosyal medya popülaritesini korumaya devam etmesi üzerine her geçen gün yeni sosyal medya araçları eklenmektedir. Bu araçlar arasında kullanım amaç ve özellikleri bakımından; bloglar, mikrobloglar, açık kaynaklı projeler, sosyal ağ siteleri, sosyal haber ve işaretleme siteleri, içerik grupları ve internet forumları şeklinde bir sınıflandırmaya gidilmiştir.

1.7.1. Bloglar

Sosyal medya sitelerinin ilk örneklerinden olan bloglar, ilk kez 1997 yılında ortaya çıkmıştır (Yanar ve Yılmaz, 2017: 26). Blog sözcüğü “web” ile “log” sözcüklerinin birleşmesiyle oluşan “weblog” teriminin kısaltılmasıdır ve “blog” şeklinde kullanılmaktadır (Haenlein ve Kaplan, 2010: 60). Bloglar, bir ya da birden fazla yöneticisi olan, her gün ya da gerektiğinde güncellenen, online bir biçimde erişilebilen, bilgi siteleri anlamına gelmektedir. Bu sayfalarda günlük konulardan ya da güncel olaylardan bahsedilebilmektedir. Yazılan yazıların yorumlandığı, değerlendirildiği ve oylandığı sayfalardır (Korkmaz, 2014: 18). Yazıların kolay bir biçimde blogda yayınlanabilir olması, bu aracı tüm dünyada nispeten popüler bir duruma getirmiştir (Silva Zago, 2010: 2). İki-yönlü iletişim aracı olarak işlev görmektedirler (Yağmurlu-Dara, 2013: 6). Online aktivitelerde bir araç görevi gören bloglar, 1999 senesinin ortalarına doğru katlanıp büyümüş ve 11 Eylül 2001’den sonra ve ABD’nin Irak’ı işgal etmesi esnasında yaygın bir biçimde alternatif bir medya kaynağı olarak kullanılmıştır. 2003 yılında Irak savaşı sırasında Bağdat şehrinde yaşananlar, bloggerlar tarafından ele alındığında, bloglar ilk kez büyük ölçüde dikkatleri üzerine çekmiştir. Bloggerlar dolaysız ve sınırsız bir iletişim süreciyle yaşananları aktarmışlardır (Özel, 2011: 15).

Bloglar, yüksek ölçekli bir web bilgisine sahip olmadan oluşturulabilen, diğer web sitelerine, videolara vb. uygulamalara bağlantı sağlayabilen, kullanıcıların belirlenmesine ve sınırlandırılmasına imkân sağlayan, yazarların içerikleri hakkında yorumlar alabildiği, yapılan yorumların kronolojik bir biçimde arşivlenmesini sağlayan, metin ve grafiklerle desteklenebilen “çevrimiçi günlükler”dir (Babur, 2010:

331). Bireylere istedikleri zaman istedikleri biçimde kolayca bilgi edinme fırsatı sağlayan bloglar, iletişimi hem kişiselleştirmekte hem de toplumsallaştırmaktadır. Kişiselleştirmesinin sebebi ise, herkesin rahat bir biçimde fikirlerini söyleyebilmesidir. Toplumsallaştırmasının sebebi de bu blog hareketi ile birlikte toplumda iletişim biçimleri değişmektedir ve düşünce özgürlüğüyle beraber davranış biçimleri üzerinde etkili olmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 267). Bir sosyal medya aracı olan blogların farklı çeşitleri vardır. Bunlar:

1.7.1.1. Kişisel Blog

Bloglar arasında en sık rastlanan blog türü, kişisel bloglardır. Kişisel deneyimlerin anlatılabildiği gibi, herkesin içerik üretebileceği mecralardır. Bu tür bloglarda yazı yayınlamak için konunun uzmanı olmak gerekli değildir. Ücretsiz, hızlı ve daha yeni başlayanlar için kullanılmaya daha hazır olması itibariyle diğer tür bloglara göre daha elverişlidir (Göçoğlu, 2014: 51). Kişisel bloglar arasında en çok tutulanlar, herhangi bir konu hakkında ilginç anı ve öykülerin anlatıldığı ve sıkça güncellenmekte olan bloglardır. Söz konusu sayfalardan kimileri çok kişisel ve özel olabilir. Bundan dolayı genel ziyaretçilerin düzenli bir biçimde ziyaret edecekleri kadar ilgi çekici içerikleri bulunmayabilir. İçerikler yalnızca bloggerın bireysel ilgi alanlarına yönelik olabilir (Özel, 2011: 16).

1.7.1.2. Temasal Blog

Temasal bloglar, yalnızca belli bir alanda yazı yazılabilen bloglardır. Kişisel blogdan ayrılan yönü ise, kişisel blogda daha özgürlükçü bir biçimde fikir beyan etme hakkı varken, temasal blogda konu tek olduğu için alanında bilgi sahibi ve uzman kişiler tarafından yazılmaktadır. Bu sebeple bilgilendirme amacı güdüldüğünden, bu blogları uzman kişiler oluşturmaktadır. Yemek tarifi veren bloglar, bu blog türüne örnek gösterilebilir (Özgüner Kılıç, 2011: 142). Temasal bloglar, belli bir içerik veya endüstriye dayalı ve daha orijinal bloglardır. Pazarlama, eğlence, iletişim konuları ya da bilgi işlem sektörü gibi pek çok konuyu kapsayabilmektedir. Temasal blog yazarları

içinde bulundukları orijinal sektörün uzmanları arasından çıkmaktadır veya blogun teması ile ilişkili mesleklerde bulunmaktadırlar (Alikılıç ve Onat, 2007: 96).

1.7.1.3. Kurumsal Bloglar

Kurumsal bloglar, kurumun saptanan amaçlara ulaşmasını sağlamak için bir kurumun veya personelin yayınladığı, kurum ve bulunduğu endüstriye odaklanan bir blog türüdür. İletişimde sosyal medyanın kurumlara girişte, diğer alanlara göre daha yavaş bir geçiş gösterdiği bilinmektedir. Bir pazarlama, tanıtma, bilgilendirme aracı olarak kurumsal blogları, kurumlar artık daha aktif bir biçimde kullanmaya başlamışlardır (Çetintaş, 2014: 95). Kurumsal bloglar, kurumlara bireysel ve ayırt edici bir ses, insani bir yüz kazandırmaktadır. Kurumsal bloglar, potansiyel ve mevcut müşteriler ve medya ile iletişim sağlanmasında önemli bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Bu sebeple kurumsal bloglar, kurumlar için yararlı bir iletişim teknolojisidir. Kurumlar bu sayede hem yerel hem de küresel müşterileri ile iletişim kurabilmektedir. Müşterilerin düşünceleri, üretim sürecine dahil edebilmektedirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde kurumsal blogların kullanımı, kamu ile arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi açısından oldukça kullanışlıdır (Sönmez, 2019: 191).

1.7.2. Mikrobloglar

Mikrobloglar, blog yayını içinde sayılmasına karşın, aralarında birtakım farklılıklar bulunan bir sosyal medya aracıdır. Burada bahsedilen fark ise mikrobloglarda anlık görsel ileti paylaşılabilmesi ve içeriğin kısa olmasıdır (Köse ve Çal, 2012: 2). Veri giriş alanının küçük olması sayesinde mikrobloglar, bilgisayar ve cep telefonlarından takip edilebilmektedir (Yağmurlu, 2013: 6). Mikrobloglar, blog sitelerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu uygulamayla birlikte bireyler, kişisel blog iletilerinden biraz daha basit, yoğun ve daha kişisel içerikler oluşturmaya başlamışlardır. Böylelikle mikroblog uygulaması, kısa sürede kolay ve hızlı erişilebilir bir versiyon haline gelmiştir (Yayla, 2018: 43).

Holotescu ve Grosseck (2010)'e göre mikroblogların en öne çıkan özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Bireylere fikirlerini sanal ortamlarda hızlı bir biçimde açıklama ve tartışma imkânı sağlamaktadır.
- Beklenmedik konularda ve zamanlarda topluluk oluşturabilir.
- Sürece odaklanan, öğrenmeyi merkeze alan iş birlikçi bir çevre oluşturmaktadır.
- Değişik kültürlerin bir araya gelerek topluluk oluşturmalarını kolaylaştırmaktadır.
- Proje yönetiminde iş birliğinde bulunmak ya da öğrencilerin fikirlerini değerlendirmek vb. hallerde faydalıdır.
- Konferans, forum gibi aktivitelerde materyal desteği gibi bir işlevi vardır.
- Kişiyi şahsi bireysel bilgi ağını kurma konusunda fayda sağlamaktadır.
- Gündelik dilin nasıl kullanılacağını öğrenmeye ve anlamaya katkı sağlamaktadır.
- Eğitim-öğretimde etkili bir araç şeklinde kullanılabilir (Aktaran Çalışkan ve Mencik, 2015: 268).

Mikrobloglara verilebilecek en etkili ve güncel örnekler arasında bir numarada X vardır. Başka bir örnek daha verilecek olunursa buna Tumblr da eklenebilir. Kişisel bloglar, farklı kullanım özellikleriyle ve işlevleriyle, bilgisayar kullanıcılarının karşılıklı olarak birbirinin girdilerini görüntüleyebilmesini, yorumlayabilmesini ve düşünce alışverişinde bulunabilmelerini temin etmektedir. X'in etkisi, gerek sosyal medyada ilk defa karşılıklı iletişime olanak sağlaması gerekse fikir alışverişi ve bilgi yayılımını hızlandıran bir mecra olmasıyla bu alanda önde gelmektedir. Bu sayede mikroblogların en önemli ve yaygın temsilcisi konumundadır (Köse ve Çal, 2012: 2). Mikrobloglar, kişisel yaşama dair pek çok olguyu içinde barındırmaktadır. Çağımızda çok yaygın bir biçimde kullanılmakta olan akıllı telefonlarla kolay bir biçimde erişilebilen uygulamalar ile özel hayatımızla ilgili pek çok ayrıntı başka insanların gözlerinin önüne serilmektedir. Instagram, 2010 yılında ABD'de kurulmuştur ve çok gelişkin bir mikroblog sitesi olmakla beraber, fotoğraf paylaşım özelliğinin yanında kullanıcıların, fotoğraflara dijital filtrelerden bir seçim yaptıktan sonra fotoğrafların paylaşılmasını temin eden bir sosyal ağ sitesidir (Yılmaz, 2017: 83). Instagram hesapları da yine kişisel blog şeklinde kullanılmaktadır ve bireyler özel hayatlarına dair

pek çok şeyi bu sitede paylaşmaktadır. Bu açıdan, sosyal medya mecralarından olan Instagram'ın gittikçe yaygınlaşan bir mikroblog olduğu belirtilebilir. Bireyler Instagramdan paylaşımlar yaparken fazla sayıda takipçiye ulaşip fenomen duruma gelmektedir (Güzel, 2020: 104). Son yıllarda popüler olan ve 1 milyondan fazla kullanıcıya sahip mikroblog sitesi ise TikTok'tur. 2016'da piyasaya sürülen bu uygulama, kullanıcıların kısa videolar çekip paylaştığı bir sosyal medya platformudur (Abbasoğlu, 2023: 1057).

1.7.3. Açık Kaynaklı Projeler

Açık kaynaklı projeler, veri tabanları kullanıcılarca geliştirilmiş olan sosyal medya bileşenlerindendir (Göçoğlu, 2014: 48). 1984 yılında Richarda Stamland'ın GNU Sytem projesiyle açık kaynaklı projelerin paylaşımının artırılması ve kodların açık hale getirilmesi sağlanmıştır (Tiryaki ve Balaman, 2021: 836). Açık kaynaklı proje söylemi, her ne kadar gündelik dilde karşımıza çıkmasa da internet ortamında sürekli karşılaşılan bir mecradır. Bu sayede kullanıcılar, bilgiyi çoğaltabilmekte ve bilgi ekleyebilmektedir. Kapalı kaynakların aksine, yalnızca belli bir zümre ve yönetici sınıfının değişiklik yapma hakkı olmaksızın herkes belli değişikliklerde bulunabilmektedir. Buna yerel ve globalde bilgi akışı sağlayan wiki siteleri en iyi örnektir. Wikipedia'yı 15 Ocak 2001 yılında Jimmy Vales ve Lary Sanger geliştirmiştir (Külcü ve Tekin, 2013: 3).

En popüler wiki olan Wikipedia, 2001 yılında hizmete girmiş ve giderek yaygınlaşmıştır. Sanal büyük bir ansiklopedi işlevi gören wikipedia.org dünyada en yaygın olan wiki konumundadır (Güzel, 2020: 105). Wikipedia hem çok editörlü hem de çok dilli ve herkesin katkıda bulunabileceği bir formatta geliştirilmiştir. Türkiye'de ise bu tarzda ilk site olarak 1999 yılında faaliyet geçen Ekşi Sözlük'ün günümüzde halen oldukça etkin bir sosyal medya sitesi olduğu görülmektedir (Göçoğlu, 2014: 49). 1999 yılından bu yana faaliyette olan Ekşi Sözlük, yazarlarının herhangi bir kelime, terim, kavram, haber, terimler kişilere ve ürünler hakkında bilgi, deneyim, gözlem, yorum, anket içeren başlıklar açtıkları, yine bu başlıklar altında "entry" adı verilen bilgi, yorum, espri, link ve kaynak paylaşımı yaptıkları interaktif bir platform ve veri tabanı

olarak tanımlanabilir Sosyal medya bağlamında toplumsal ve kültürel alanda Ekşi Sözlük, açık kaynaklı projelerin anlatılması ve açıklanması bakımından önemli öncülerden biridir (Gürel ve Yakın, 2007: 203).

1.7.4. Sosyal Ağ Siteleri (Arkadaşlık Siteleri)

Sosyal ağlar, bireylerin internetten çevrimiçi bir biçimde arkadaşlık edinerek bağlantı kurdukları platformlardır (Göçöğlu, 2014: 55). Bu sitelerde temel amaç olarak, iletişim kurmak üzerine yoğunlaşmıştır. Mikroblog sitelerinden de bu yönüyle ayrılmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde bireyler, birbirlerine hızlı bir biçimde ulaşabilmekte, zamansal ve mekânsal boyutta birbirlerinden haberdar olabilmektedirler (Tokgöz Bakıroğlu, 2013: 1047). Sosyal ağ siteleri, insanların belirli bir konuda birbirleriyle bağlantı kurmalarına ve etkileşimde bulunmalarına imkân tanıyan sanal topluluklar olarak tanımlanabilmektedir (Zhou, 2016: 21). Sosyal ağlardaki iletişimin odağında kullanıcıların oluşturdukları profiller yer almaktadır. Sosyal ağ siteleri, sınıflandırılmış bir sistemde, kişilerin profiller oluşturmalarına ve paylaşım yaptıkları öteki kullanıcılardan müteşekkil bir listeyi hesaplarına ekleyebildikleri ve diğer kullanıcılarca oluşturulan bağlantı listelerini inceleyerek kıyaslamalarına imkân tanıyan, web temelli hizmetler şeklinde tanımlanmaktadır. Söz konusu bağlantıların sınıflandırılmasıyla, siteler arasında farklılıklar görülebilmektedir. Kullanıcıların profillerine yazdıkları bilgiler arasında “doğum günü, cinsiyet, din, siyasal görüş ve hobiler vb.” çeşitli bilgiler yer alabilmektedir (Dal ve Dal 2011: 147). Sosyal ağ sitelerinin ilki, 1997’de kurulan SixDegress’dir (Aydın, 2017: 73). Bu sitede kullanıcılar, profil ve arkadaş listesi oluşturma imkânı bulmuştur. 1998 senesinde ise arkadaş listelerinde gezinme imkânı sunmuştur. 1997-2001 yıllarında ise farklı kökenden insanların profesyonel ve şahsi sayfalarını oluşturdukları yeni ağlar piyasaya sürülmüştür (Onat ve Alikılıç, 2008: 1119).

Sosyal ağ sitelerine verilebilecek en güzel örnek, Facebook’tur. Facebook, 2004 senesinde Mark Zuckerberg ve arkadaşlarınca kurulmuştur (Köseoğlu, 2012: 63). Bu site, diğer sosyal ağlarda da olduğu gibi kullanıcılarına hesap açarak, profil oluşturma olanağı tanımaktadır. Kişilerin başka kişilerle iletişime geçmesine ve bilgi alışverişi yapmasına olanak veren bir sosyal internet uygulamasıdır (Yağmurlu-Dara, 2013: 7).

Gönderi, fotoğraf ve video paylaşmak ve aynı zamanda bilgi yaymak mümkündür. Dünyada en çok kullanıcıya sahip sosyal ağ sitelerinde başı çekmektedir. Öte yandan bu siteleri çeşitlendirmek gerekirse iş alanında hem iş bulmaya yardımcı olan hem de arkadaşlık kurmaya yardımcı olan LinkedIn de örnek gösterilebilir (Göçöğlu, 2014: 56).

1.7.5. Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri

Sosyal haber siteleri, bireylerin içerikleri göndermelerini ve oylamalarını sağlamaktadır (Korkmaz, 2014: 21). Bu siteler, haber siteleri yazarları ile okuyucular arasında sınırları yok eden önemli bir araca dönüşmüştür. Yazar ve okur arasındaki duvarları yıkan siteler, bilginin merkezine inme konusunda da kritik bir unsur olmuştur. Televizyonlar, gazetelerin, internetin haber sitelerinin ve sosyal ağların gücünü kullanmaktadır. Sosyal medya, geleneksel habercilikle online habercilikte zaman içinde daha çok data baz alınmıştır (Duman, 2019: 1639).

Sosyal işaretleme, beğenilen işaretlerin tekrar bulunması, kaydedilmesi ve depolanmasını sağlamaktadır. Bu sayede erişim kolaylaşmış olmaktadır. Kullanıcıların favori Web sitelerini online olarak saklamasına, not etmesine ve yönetmesine olanak veren bir tür Web 2.0 uygulamasıdır (İşlek, 2012: 44). Bu sitelere verilebilecek en güzel örneklerden biri Pinterest'tir. Pinterest 2010 yılında ABD'nin San Fransisco eyaletinde kurulmuştur. Daha çok, görsel iletişim ağı olarak kabul edilmektedir. Beğenilen ya da kişinin ilgi duyduğu bir konudaki görseli panosuna alabilmesi imkanını sağlamak ve buna sosyal medya dilinde pinlemek adı verilmektedir. Bu sayede ilgi alanı olan görsel, tekrar tekrar görüntülenebilmekte ve konuya dair daha çok görsele erişilebilmektedir (Güzel, 2020: 103).

1.7.6. İçerik Grupları

Sosyal medya sitelerinin içerik grupları olarak adlandırılan kısmı, kullanıcıların resim, müzik, video dosyalarını yükleyerek diğer kullanıcılarla paylaşabildikleri sosyal medya platformuna verilen isimdir (Göçöğlu, 2014: 53). İçerik ve amaçlarına göre ayrılan bu siteler, video paylaşımı, görsel paylaşımı ve müzik paylaşımı gibi gruplara

ayrılmaktadır. Youtube, bu içerik grupları arasında kullanıcı sayısının çokluğu ile tercih edilen bir platform olmasıyla bir adım öne çıkmaktadır. Günümüzün en yaygın video paylaşım sitesi olan Youtube, 2005 senesinde kurulmuştur (Zinderen, 2020: 220). Youtube’da yayınlanan içerik çeşitliliği yoğun olmakla birlikte, her kesime hitap eden bir sosyal platformdur. Youtube üzerinden kendi kanalını oluşturmak ve ücretsiz şekilde yayınlamak mümkündür. Videolarda süre sınırı olmaması sebebiyle kendini ifade edebilmenin, bilgi almanın ve paylaşmanın en özgür biçimde yapıldığı video paylaşım platformudur. Kamera teknolojisindeki iyi çözünürlüklü kamera ve telefonlarla beraber Youtube’un gelişimindeki hızlanma, yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır (Işıkman, 2016: 9). Benzer bir platform da Ustream’dır. Ustream, video içerik yayın hizmeti sunan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcıların canlı yayın açılabilmesi, Ustream’in en önemli özelliğini oluşturmaktadır (Göçöglü, 2014: 55).

1.7.7. İnternet Forumları

Web 2.0 teknolojisinin en eski sosyal medya siteleri, internet forumlarıdır (Korkmaz, 2014: 20). Forum veya ileti panosu, sanal ortamda yaratılan, “bilgi ve paylaşım platformları” şeklinde tanımlanmaktadır (Yağmurlu-Dara, 2013: 6). Forum, kelime anlamı olarak sırayla söz alınarak fikir beyan edilebilen ortamları ifade etmektedir. Günümüzde kullanılan bu çevrimiçi ortam, internet forumları sayesinde mümkün olmaktadır. Yüz yüze iletişim sınırlılıklarını ortadan kaldıran internet forumları, iletişimi ve haberleşmeyi yeni bir boyuta taşımıştır (Demircan, 2006: 32). İnternet forumlarına üye olduktan sonra, bu forumlara yorum yapmak mümkündür. Üye olmayan kullanıcılar ise aradıkları konuya ilişkin başlıkları yazarak bu konu hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Bilgiler, depolanabilir ve sonradan görüntülenebilir şekilde geliştirilmiştir. Çağımızda Google Gruplarıyla Yahoo Grupları internet forumlarının en önemli örneğidir (Korkmaz, 2014: 20). Reddit gibi dünya çapında çevrimiçi toplulukların önde gelen platformu da bu grup içinde yer alabilir (Yanar ve Yılmaz, 2017: 28). Forumlarda çoğunlukla bir yönetici ya da moderatör vardır. Yönetici, forumlardaki yetkisi en yüksek olan kişidir (Yağmurlu-Dara, 2013: 6). Forumlar, yöneticiler tarafından kontrol altında tutulmakta ve üyelere tartışmaları belli kurallar içinde yürütmeleri beklenmektedir. Söz konusu platformda tartışılmakta olan konular

kimi zaman silinebilmektedir ya da kilitlenebilmektedir. İlgili konu ile alakalı yorumların kapatılması, kilitlenmenin neticesinde olmaktadır (Güzel, 2020: 101).

Çalışmanın bu bölümü özetle; günümüzde, teknolojinin hızla gelişmesi ve dünyanın dijitalleşmesiyle birlikte, hayatımızda giderek daha önemli bir yer kaplamaya başlayan sosyal medya ve unsurlarının derinlemesine incelenmesinden oluşmaktadır. Karşılıklı ve çevrimiçi bir biçimde kullanıcılarına iletişim imkânı sunması ve içerik paylaşımına olanak tanıyan ağlardan oluşması, sosyal medyanın ön plana çıkmasını ve yediden yetmişe pek çok kullanıcıya ulaşmasını sağlamıştır. Sosyal medyanın temelini iletişim ihtiyacı oluşturmaktadır. İnsanların daha fazla iletişim kurmasına ihtiyaç vardır ve bunu kolaylaştırmanın en iyi yolu mevcut bağlantılardan oluşan bir ağ kullanmaktır. Bu sebeple 1971 yılında ilk mail gönderilmiş ve sosyal medyanın temeli atılmıştır. Gelişme aşamasına bakıldığında; “Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0” biçiminde üç döneme ayrıldığı görülmektedir. Sosyal medyanın gelişimiyle beraber üretilen teknoloji ağları ve iletişim unsurları, beraberinde iktisadi, politik ve sosyal sahalarda ciddi değişiklikler getirmiştir. Bu değişikliklere örnek olarak; iletişimde hızlanma, elde edebilen enformasyon miktarında artış, etkileşim kapasitesinde artış, alıcı kontrolü, medyanın ademi-merkezileşmesi, kitlesel yayıncılıktan dar yayıncılığa geçiş verilebilir.

Sosyal medya, giderek geleneksel medyanın yerini almaya başlamıştır. Sosyal medyanın aktif kullanıcı kitlesine karşılık, geleneksel medyada daha çok alanında uzmanlaşmış kişilere yer vardır. Geleneksel medya monolog temelli iken, sosyal medya diyalog temel üzerine kurulmuştur. Bu diyalog ortamının yaratılması, internetle mümkün olmuştur. Teknoloji, son otuz senede önemli değişim ve dönüşümler geçirmiş ve bu değişim ve dönüşümler neticesinde internet, sosyal medya kavramını beraberinde taşıyarak büyütülmüştür. İnternet ve sosyal medyanın bu denli hızlı yaygınlaşmasının sebebi, mobil cihazlardır. Mobil cihazlarda artık günlük gelişimler sağlanması ve bu cihazlara çevrimiçi bir biçimde sürekli erişim imkanının olması, sosyal medyadaki etkinliğin artmasındaki en önemli etkenlerden biri olarak sayılabilmektedir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılla beraber sosyal medya, bilgi edinmenin ve bilgiye erişebilmenin en hızlı yolu haline gelmiştir. Çevrimiçi iletişim kurabilme ve iletiyi anlık alabilme özgürlüğü, ekonomik, sosyal, siyasi ve toplumsal alanlarda bilgi edinmeyi kolaylaştırmıştır. Aynı zamanda bireylere, birbirlerinin düşüncelerinden devamlı haberdar olma imkânı tanınmış ve karşılıklı etkileşimi artırmıştır. Bu sebeple sosyal medyada gündeme gelen konular ya da eleştiriye maruz kalan olaylar, ülke ve dünya

gündemini belirleme gücüne sahiptir. Sosyal medya araçları, gündem belirleme konusunda oldukça önemli bir yere sahiptir. Bloglar, sosyal medya sitelerinin ilk örneklerindendir ve “temasal blog”, “kişisel blog” ve “kurumsal blog” olmak üzere üç çeşitten oluşmaktadır. Mikrobloglar ise, blog yayını içinde sayılsa da bloglardan daha kısa ve anlık görsel ileti paylaşımı sağlayan araçlardır. Açık kaynaklı projeler, dataları kullanıcılarca üretilen sosyal ağ bileşenlerindendir. Sosyal medyanın en çok kullanıcıya sahip araçlarından biri de sosyal ağ siteleri yani arkadaşlık siteleridir. Bireyler, internet üzerinden çevrimiçi bir biçimde arkadaş edinerek bağlantı oluşturabilmektedir. Bu duruma bir başka örnek ise, medya paylaşım siteleridir. Kullanıcılarına profil oluşturma imkânı da vererek, video, ses fotoğraf paylaşma olanağı sağlayan sitelerdir. Aynı zamanda kullanıcılarına interaktif bir biçimde iletişim kurma imkânı sağlamaktadır. İçerik grupları, sosyal haber ve işaretleme siteleri ve internet forumları da sosyal medya araçları arasında gösterilmektedir. Bu araçların ortak özelliği, iletilerin anlık bir biçimde kullanıcılara ulaştırılabilmesi, çevrimiçi ve interaktif olarak kullanıcılara iletişim imkânı sunmasıdır.

Sosyal medyanın interaktif yapısı sayesinde, birbirlerinin düşüncelerinden sürekli haberdar olabilme imkanına sahip olan bireyler, sosyal medya üzerinden herhangi bir konunun gündem olmasını sağlayabilmektedirler. Bu durum da çalışmanın ikinci bölümünü oluşturan kamu politikası ve onun oluşturulma süreci açısından değerlendirildiğinde, önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ikinci bölümde öncelikle kamu politikası kavramı üzerinde durulacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU POLİTİKASI

Çalışmanın bu bölümünde kamu politikası üzerinde durulacağından önce politika kavramı daha sonra ise kamu kavramı ayrı ayrı tanımlanmıştır. Bu tanımlardan hareketle kamu politikası kavramı açıklanmaya çalışılmış, kamu politikası aktörleri ise resmi ve sivil aktörler olmak üzere iki gruba ayrılarak incelenmiştir. Resmi aktörleri; parlamento, yürütme organı, bürokrasi, yargı organı, politika kurulları ve ofisler oluştururken, sivil aktörleri; siyasi partiler, vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları, medya ve sosyal medya oluşturmaktadır.

2.1. Politika Kavramı

Bireylerin yaşamlarını düzenlemek maksadıyla, genel kurallar koymak, değiştirmek ve korumak adına gereksinim hissedilen faaliyetlerin bütünü siyaset kavramıyla açıklanmaktadır (Aköz, 2018: 162). Politika kavramının açıklanması hususunda bazı anlam karmaşaları ve ikilemler bulunmaktadır. Bu durum neticesinde, bu çalışma çerçevesinde kullanılan “kamu politikası” kavramıyla nitelediği anlam, tereddüde sebep olabilmektedir. Özellikle Türkiye’de politika kavramının anlamı noktasında ikileme neden olan ve çoğu kez onun yerine kullanılan, “siyaset” sözcüğüdür (Göçoğlu, 2014: 4).

Siyaset, akademik bir terim olmasının yanı sıra, şüphesiz ki aynı zamanda söz konusu faaliyetin incelenmesidir. Bu doğrultuda politika, çatışma ve iş birliği kavramlarıyla karmaşık ilişkiler içerisinde. Bir yandan, rakip fikirlerle çatışan menfaatlerin bulunması, insanların bir arada tâbi oldukları kurallar konusunda aynı

düşünce de olmamalarını beraberinde getirmektedir. Öte yandan bu kuralların yürürlükte kalmasını temin etmek üzere, bir arada çalışmak gerekmektedir (Heywood, 2017: 24). Söz konusu tanım doğrultusunda, siyasetle politika kavramlarının aynı anlamda olduğu görülmektedir. Günlük yaşamda birbirlerinin yerine kullanılmasına rağmen her iki kavram da farklı kültür ve kökenlere sahiptir (Göçoğlu, 2014:5). Etimolojik açıdan Yunanca kökenli politika kavramının anlamı, “polis” kelimesinden gelmektedir. Polis; “site, şehir, yöre ve yurttaşların bir araya geldiği şehir” anlamına gelmektedir. Siyaset ise köken olarak Arapça’dan gelen bir kelimedir ve “at talimi, at eğitimi, at bakıcılığı” anlamlarını taşımaktadır (Aköz, 2018: 163). İki farklı kökene sahip, iki farklı kavramın Türkçeye beraber girmesi, geldikleri kültürlerde kesin anlam sınırları içinde olmalarıyla beraber, Türkçe’de temsil ettikleri kavramın anlam sınırlarını değiştirdikleri görülmektedir. Bu çalışmada, “kamu politikası” kavramının temsil ettiği anlam merkeze alınarak belirlenmeye çalışılacaktır (Göçoğlu, 2014: 5).

Devleti politik bir varlık ve politikayı da devletin yetki alanı olarak gören Carl Schmitt’e göre politika; “Topluluklar arasında sınırlar çizmek ve mevcut sınırları korumakla yükümlüdür. Politika özellikle de her bir topluluğun kültürel benliğini dışarıdan gelebilecek muhtemel tehditlere karşı savunmak görevini üstlenmiştir.” Bu bağlamda Schmitt politikayı yasal bir eylem olmaktan çok mücadele anlamında bir eylem olarak tanımlamıştır. İngiliz siyaset bilimcisi G. E. Catlin ise politikayı, toplumda iş birliği içerisinde yaşaması gereken bireylerin ve grupların aynı zamanda da birbirleriyle rekabet etmeleri ve kendi çıkarlarını koruma isteğinden dolayı gücü elde etme ve kullanma çabası olarak görmektedir. Dolayısıyla politikayı salt bir üretim tüketim ilişkisinin çok daha ötesinde güç ilişkilerini de kapsayan karmaşık ve dinamik bir süreç olarak görmektedir (Poggi, 2006: 20-26, aktaran Sarı, 2007: 84-86).

Harold Lasswell (1958) politikayı; “kimin neyi, ne zaman ve nasıl elde ettiği” şeklinde tanımlamaktadır. Söz konusu tanımdan hareketle, siyasetin üç temel özelliğinden bahsedilebilir; bazen belirli kaynaklara ulaşabilmek için rekabette bulunma, karar verebilmek için iş birliği yapma gereksinimi ve siyasal gücün doğasıdır. Öte yandan tüm bu özellikler, yine de “politikanın” temel bir tanımını yapmamakla birlikte böyle bir tanım yapabilmenin oldukça zor olduğu görülmektedir (Aktaran Birkland, 2016: 5).

2.2. Kamu Kavramı

Kamu kelimesi, Roma’da ve antik Yunan’da belirli haklara sahip ve üstün olarak kabul edilen grup olan vatandaşları tanımlamak için kullanılmaktadır. Orta çağda ise kamu kavramı, soyluları tanımlamak için kullanılmıştır. 16. yüzyıla gelindiğinde ise kamu kavramı, hükümdar ve ona devlet meselelerinde yardımcı olan kişiler ve devletin organları için kullanılmıştır (Korkmaz, 2014: 23). “Kamu (public)” kelimesi İngilizce’de ilk kez, 1470 senesinde Malory tarafından, “toplumun ortak çıkarını” anlatmak üzere kullanılmıştır. Söz konusu kullanımından hemen hemen 70 sene sonra, kamu sözcüğüne “genel gözleme dayalı ve ortada olan” biçiminde farklı bir tanım ilave edilmiştir (Yılmaz, 2007: 2). Arendt’in yaptığı antik Yunan’daki kamu-özel ayrımı çerçevesinde; kamu (public), “şehir (polis), özgürlük, erkek, eşit, ölümsüz ve açık” kelimeleri ile ifade edilirken, zıttı olan özel (private) de “ev halkı, gereklilik, kadın, eşitsizlik, ölümlülük ve kapalı” kelimeleriyle tanımlanmıştır (Yıldız, 2011: 1).

Kamu (public) kavramı, temelde üç düşünceyi çağrıştırmaktadır. Bunlardan ilki, toplumda açıkça tartışılan düşünceler, görüşler, ikincisi, kamusal işler şeklinde düşünülen görüşler (res publica), üçüncüsü ise, azınlık şeklinde düşünülmeyen küçük grupların daha çok toplumun geneli bakımından kabul gören düşünceleridir. Öte yandan, bu üç düşünceden farklı bir biçimde kamu kavramı; elitlerin, küçük grupların ya da azınlıkların aksine, insanların çoğunluğunu temsil etmek için kullanılmaktadır (Yılmaz, 2007: 2). 17. asrın sonuna gelindiğinde “kamu/sal” kelimesine, “herkesin denetimine açık olan”, “özel” kelimesine de “bireyin ailesi ve dostları ile sınırlı olan saklanmış bir hayat bölgesi” biçiminde anlam verilmiştir. “Kamu” (le public) kavramı, Fransızca’da 17. yüzyılın ortalarında kullanılmaya başlanmıştır. Bu kullanımla beraber kamu kavramı, Rönesans döneminde yaygın biçimde siyasal birlikteliği, ortak çıkarı temsil etmiş ve gittikçe toplumsallığın özel bir sahası olmuştur. Almandada “kamu (öffen)” kelimesi, daha eski olan “kamusal” önadından, XVIII. asırda “publicite” ve “publicity” ile benzerlik kurularak türetilmiştir. Bu çerçevede “kamu”, özgül olarak, aynı aşamada ürün mübadelesiyle sosyal emeğin sahası şeklinde, kendi yasaları çerçevesinde kurumlaşan “burjuva toplumuna” ait bir kavram biçiminde düşünülmüştür (Sennett, 2002: 39).

Kamu kavramı, hukukta kullanıldığı şekliyle tüm yetişkin bireyleri ile toplumun tamamını değil de sosyolojide kullanılan grup ile eş anlamlı olarak belirli özellikleri

bulunan bireylerden meydana gelen sosyal grupları ifade etmektedir. “Kamu” şu özellikleri savunan insan topluluğudur (Dinçkol, 2006: 50):

- Aralarında his ve menfaat birliği bulunmaktadır.
- Belli bir kamu probleminin çözümlenmesinde ötekilerden farklı, değişik menfaat ve yaklaşımları bulunmaktadır.
- Fiziki olarak ayrı yerlerde bulundukları için birbirini etkilemeleri oldukça zordur.
- Aralarında gevşek bir bağ olduğu için her zaman ortak hareket edemezler.
- Kamuyu oluşturan kişiler, farklı sınıf, kültür ve hayat seviyesinden gelmektedir.
- Kamu grupları, belli bir hususta kurallar çerçevesinde anlaşılan isimsiz gruplardır.

Kamu kavramı, kamu politikası analizi açısından, birkaç bağlam kapsamında incelenmektedir. Buradan hareketle, kamu politikasından söz ederken, politikayı üreten ve üretilen politikadan etkilenen taraflara atıf yapılmaktadır. Öte yandan unutulmamalıdır ki, her kamusal politikada tüm tarafların varlığından bahsedilmez ve varlığı durumunda da yapan olarak “devlet” karşımıza çıktığından, kamunun içerisinde bulunduğu bağlam son noktada “devlet faaliyetleri”, siyaseti kamusalılaştıran unsur da “devlet otoritesi”dir. Yapılan belli bir eylem, yani siyaset olmadan, kamusal politika analizinden söz edilemez. Bu sebeple bireylerin, çıkar gruplarının, yardım kuruluşlarının, özel işletmelerin veya sosyal grupların aldıkları kararlar tek başlarına bir kamu politikası oluşturamaz. Devlet, yurttaşlar adına güce dayanan kararlar alır. Öyle ki, kamu politikasından söz ederken aynı zamanda devlet yaptırımlarından da bahsedilmektedir (Özacit, 2017:16).

2.3. Kamu Politikası Kavramı

Kamu politikası, ilk olarak 1950'lerde Amerikan siyaset biliminde ortaya çıkmış ve akademik çalışma alanı olarak, 1950'li yıllardan günümüze devamlı bir biçimde genişlemiş ve derinleşmiştir. Kamu politikası konusu, 1980'lerden başlayarak, 1980 öncesi yaklaşımdan farklı bir biçimde, karmaşık bir yapıya dönüşerek yeniden meydana gelmiştir. 1980'li yıllarda, paradigma değişimi ile beraber yönetim ve kamu

işletmeciliği yaklaşımları, kamu politikasının da yeniden oluşturulmasına sebep olmuştur (Sarıtürk, 2022: 506).

Dye'in tanımı çerçevesinde (2011: 1), kamu politikası "Hükümetlerin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettikleri her şeydir". Bu tanımdan yola çıkarak, hükümetlerin yaptıklarının yanı sıra yapamadıklarının da kamu politikası dahilinde incelenmesi önemlidir. Yani tanım o kadar kapsayıcıdır ki, her şeyin kamu politikası olarak analiz edilmesi riskini barındırmaktadır. Kamu politikası disiplininin çalışma kapsamına girecek olan konuların belirlenmesi, diğer disiplinlerin sınırlarına sıçrayacak biçimde cevap verilmesine yol açmaktadır. Bu durum neticesinde de söz konusu disiplinin, ayırt eden özelliğinin ne olduğu sorusuna cevap verme hususunda belirsizliklerin doğmasına neden olacaktır (Aktaran Özacit, 2017: 17).

Kamu politikasının en önemli niteliklerinden birisi, politika kapsamında gerçekteştirilen küçük bir yönetsel işlemin de devletin bağlı bulunduğu hukuku kaynak olarak almasıdır. Kanuni bir çerçeve oluşturulduğunda, yapılan idari işlemler, devletin mekanizmalarına verilen yetki sınırları dahilinde bulunduğu müddetçe, yurttaşlar tarafından meşru kabul edilmektedir. Yönetim perspektifinden bakıldığında kamu politikası, yurttaşlara eşdeğer bir biçimde hizmette bulunan, yasa karşısında eşitlik sunan, hukuk kurallarına bağlı idare prensibine dayalı ve politikanın elverişli bir şekilde uygulanacağı organlara imkân tanıyan yönetim, meşru bir yönetim olarak kabul edilmektedir (Göçoğlu, 2014: 8).

Eyestone (1971: 18), kamu politikasının devletlerin çevreleriyle olan ilişkilerinden oluştuğunu düşünmektedir. Anderson ise (2003: 2) kamu politikasının, bir sorunla baş etmek için aktörler tarafından yapılan eylem planı ya da eylemsizlik olarak ifade edilebileceğini belirtmektedir. Benzer biçimde Anderson da kamu politikasını, kamusal sorunlara cevap olarak, devletin eylem planı veya eylemsizliği olarak açıklamaktadır. Bu benzer iki tanımın ana farkı ise "eyleyen"in ifade edilme şeklidir. Anderson eylemi gerçekteştiren "aktörler" olarak ifade ederken, Kraft ve Furlong "hükümet" şeklinde belirtmektedir. Öte yandan sonuçta ikisi de eyleyenin, hükümet olduğu hususunda birleşmektedirler (aktaran Özacit, 2017: 17-18).

Kamu politikası olgusunun doğrudan hükümetleri işaret etmesi, problem veya konunun "kamusal" olması "kamu politikası" kavramlarıyla siyaset olgusunun bir yanında devlet veya hükümetlerin bir oyuncu olarak mevcudiyetini zorunlu hale

getirmektedir. Theodoulou, kamu politikası prosesinin sadece resmi aktörler ile sınırlanmadığını, resmi olmayan oyuncuların da süreçte etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Aktaran Çetin, 2021: 669).

Hogwood ve Gunn politikayı, kamusal problemlere çözüm bulmak için devletin ya da hükümetin aldığı kararlar veya yaptığı eylemler bütünü olarak tanımlamaktadır. Bu kararlar, yasalar, düzenlemeler, programlar ve hizmetler gibi daha kapsamlı bir anlama sahip olup, yönetim kavramından da pek fazla ayrılamayan bir olgudur. Bunun yanı sıra niyet ve maksatlar kadar tutumları da ele alan, amaçları ve hedeflerin önceden belirlenebileceği gibi, daha sonra da belirlenebilen, önceden tahmin edilebildiği gibi tahmin edilemeyen sonuçlara da sahip olan, kamu kuruluşlarının önemli aktörler olarak ortaya çıktığı, ancak kamu kuruluşları dışında kalan başka aktörlerinde bulunduğu bir süreç içerisinde ortaya çıkan ve işleyen bir olgudur”. Bu tanımdan yola çıkarak, kamu politikalarının yalnızca karar verme mekanizması olmadığı ve kamu politikalarının başından sonuna kadar birbirini takip eden eylemler bütünü olduğunu belirtmektedir (Aktaran Nacak, 2014: 102).

Kamu politikası, devletin kanunlar sayesinde aldığı güç kapsamında otoritesini kullanabildiği belli bir konuda, belirli yetkiler ile donatılan devlet kurumu ya da bu hususta kamu çalışanının yürüttüğü tüm işlemlerle eylemlerin tamamı şeklinde ifade edilebilir. Bu tanımdan hareketle, bakanlar kurulu onayıyla yürürlük kazanan ve bütün yurttaşlar üzerinde etkili olan vergi indirimi ya da küçük bir köydeki ihtiyar heyetiyle muhtarın köyle alakalı almış oldukları bir karar da “kamu politikası” şeklinde nitelendirilebilmektedir (Kutlu, Örselli ve Babahanoğlu, 2017: 128).

Kamu politikası kavramının yurttaşların algısındaki genişliği, ülkelerin yönetimdeki etkileriyle doğru orantılı olabilmektedir. Yoğun devlet müdahalesinin bulunduğu, liberal düşüncenin pasif kaldığı devletlerde, kamu politikası, devlet gündeminde geniş bir yere sahip olacaktır. Öte yandan tam tersi bir biçimde, liberal düşüncenin aktif bir biçimde yer aldığı ülkelerde, devletin kamuya etkisi az olacağından, kamu politikasının üretilmesi, faaliyete geçirilmesi ve yoğunluğu da azalacaktır (Göçoğlu, 2014: 9-10). Kamu politikası kavramı, hükümetlerin faaliyetlerinden daha fazlasını içermektedir. Politika üretme, toplumun sosyal ve ekonomik özellikleriyle beraber hükümetin resmi organları ve politik sistemin diğer özelliklerinden etkilenen (ve üreten) siyasal bir faaliyettir. Ulus devletlerde politika,

Üretim süreci, zaman ve mekna göre ve politika toplulukları arasında da farklılık gösterebilmektedir (Hall ve Jenkins, 2004: 527).

Genel bir değerlendirme yapıldığında kamu politikasının nitelikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kamu politikaları, hedefleri olan yaklaşımlardan oluşmaktadır, yani belirsiz ve tesadüfî kararlar değildir.

- Devletlerin meşruiyeti ve sürekliliğinin bir sonucu olarak kamu politikaları, devletlerin politik rejimlerinden bağımsız bir biçimde her devlette uygulanmaktadır. Ancak devletten devlete politika süreçleri değişebilmektedir.

- Tek bir kanun, karar veya uygulama, kamu politikası şeklinde değerlendirilemez. Kamu politikaları bir süreçten oluşmakta, kararlar ve hedefe dönük uygulamaları kapsamaktadır. Öte yandan süreçler, durağan adımlardan oluşmamakta, politika çerçevesinde değişkenlik gösterebilmektedir.

- Kamu politikalarında olumlu veya olumsuz kararlar alınabilmektedir. Hatta nötr duruş da bir yaklaşım biçimidir. Buradan hareketle, idarenin yaptığı, yapmadığı veya yapmayı veya yapmamayı ifade ettiği bütün kararlar, kamu politikası içerisinde değerlendirilebilmektedir.

- Kamu politikalarında bazı paydaşlar bulunmaktadır. Siyaset ağ bağları, siyaset alt sistemleri veya siyaset toplulukları şeklinde nitelenen bağlamlarda, birden çok oyuncu vardır ve söz konusu oyuncular arası etkileşim ile siyasetler üretilmektedir.

- Kamu politikaları aktörlerce ortaya konmuş olan talepler doğrultusunda harekete geçmektedir. Değişik oyuncuların talepleriyle beraber süreç gelişmektedir. Gelişmiş demokrasilerde talebin, genel olarak kamuoyundan geldiği belirtilebilir.

- Kamu politikaları bağlayıcı, g ve sınırlayıcıdır. Süreç dahilinde olan veya olmayan bütün oyuncuları kapsamaktadır (Babaoğlu, 2017: 513).

Bu niteliklerden ve tanımlardan hareketle, ortak bir netice çıkarılmak istendiğinde kamu politikasının amaç ve gayelere yönelik bir süreçten oluştuğu belirtilebilir. Resmi aktörlerce toplumsal problemlerin çözümü hususunda planlanan ve hükümetin seçimini aksettiren kamu siyaseti, uygulanması noktasında resmi olan ve olmayan oyuncuların beraber hareket edebildiği bir süreç yönetimidir. Söz konusu süreçte toplumun istekleriyle beklentilerinin karşılanması hususunda

kimlerin alternatif seçimler arasından tercih yaptığını, hangi seçimlerin kimlerin üstünde etkili olduğu ve neticede yapılmış olan seçimin hedefine ulaşip ulaşmadığının izlenmesi noktasında pek çok karar serisiyle pek çok siyasi oyuncunun devreye girdiği görülmektedir (Akıncı, 2018: 2133).

2.4. Kamu Politikası Aktörleri

Kamu politikası alanında, her geçen gün hızlı değişimler ve gelişmeler meydana gelmektedir. Sınırlı kamusal kaynaklara karşın toplumun taleplerinin gün geçtikçe artması, toplumdaki her kesimin kamusal siyasetleri kendi menfaatleri çerçevesinde etkilemek üzere büyük bir rekabetin içerisine girmesine sebep olmaktadır. Birbirinden farklı görüş ve değer yargılarının meydana getirdiği bu rekabet dünyasında, kamu politikalarının oluşum sürecinde yeni aktörlerin görülmeye başlandığı ve süreci ciddi şekilde etkilediği anlaşılmaktadır (Nacak, 2015: 94). Kamu politikalarının oluşum süreci, döngüsel ve oldukça karmaşık bir süreç olarak ifade edilmektedir. Bu süreç dahilinde, farklı kesim ve çevrelerden pek çok aktörün bulunduğu görülmektedir. Söz konusu aktörlerin bir kısmı, kamu siyasetlerinin oluşturulmasında, doğrudan karar verme mekanizması şeklinde bulunurken, kimileri de karar vericileri etkileme suretiyle bu sürece dahil olmaya çalışmaktadır (Nacak, 2014: 103).

Kamu politikası oluşum süreci, bir pazarlık süreci olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu süreç; kişiler, baskı grupları, bürokratlar ve hükümet (kamu yönetimi) arasında zor bir anlaşma aşamasının geliştiği bir süreç olarak ortaya konulmaktadır. Devlet ile vatandaşlar, medya, baskı grupları, siyasi partiler ve bürokrasi arasındaki ilişkiler, kamu politikalarının hem oluşum sürecinde hem de uygulanma boyutuna dair süreçleri etkileyerek, bu konuda rol üstlenmektedirler. Bununla beraber, küreselleşen dünyada devletlerin kamu politikalarına katkı sağlayan bir diğer mekanizma, global oyunculardır. Çağımızda bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle doğru orantılı bir biçimde hızlanan globalleşmeyle, devletler arasındaki siyasi ve iktisadi sınırlar neredeyse kaldırılmış, devletler arasında politik, iktisadi ve kültürel ilişkilerde benzeşmeler meydana gelmiştir. Bu sebeple kamu politikalarının oluşum sürecinde, uluslararası aktörlerin etkisi azımsanamayacak boyuttadır (Babahanoğlu, 2016: 18).

2.4.1. Resmi Aktörler

Kamu politikası oluşum sürecinin pek çok evresinde, kamu kurumları ve kuruluşu görevlilerini ortaya koymak maksadıyla kullanılmakta olan resmi oyuncular bulunmaktadır. Resmi aktörler, anayasadan ya da kanunlardan elde ettikleri yetkilerle kamu politikası oluşum sürecini etkileme gücüne sahiptir (Kulaç, 2016: 14). Kamu politikası oluşumunda önemli bir rolü olan resmi aktörler, devletin resmi yapılanmasında bulunan ve devletin sahip olduğu tüm yetkileri ve güçleri kullanabilen kurum, kuruluş ve bireyler şeklinde ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, başta devletin üç kritik organı olan, yasama, yürütme ve yargı erkleriyle bürokratik örgütsel yapılanmasındaki kamu kurumlarıyla kuruluşlarını resmi oyuncuları şeklinde tanımlamak mümkündür (Nacak, 2015: 96). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçişle beraber mevcut aktörler arasına, siyaset kurullarıyla ofisler de ilave edilmiştir (Akman, 2019: 41).

2.4.1.1. Parlamento

Parlamentolar, toplumun her kesimine ait görüş ve düşüncelerin temsilini yapan, her kesime ait farklı doğrultudaki çıkarların uzlaşısı temeli etrafında bir araya getiren, demokratik kurumları ifade etmek için kullanılan bir isimdir. Parlamentolar, demokrasinin en önemli kurumlarından biri olmakla beraber, kanunların onaylanmasından değiştirilmesine veya kaldırılmasına, toplumun tüm kesimlerinin politik arenada temsilinden yürütmenin denetlenmesine, yurttaşların isteklerinin ve önceliklerinin saptanmasından, kamusal kaynakların söz konusu talepler doğrultusunda ayrılmasına kadar pek çok hususta görev almaktadırlar. Bu güç, parlamentoların hakimiyet yetkisini toplum için kullanabilmesinden kaynaklanmaktadır (Nacak, 2015: 96).

Parlamentolar pek çok ülkede, senatolar ve temsilciler meclisi olarak, genellikle 2 kanattan oluşmaktadır. Türkiye'de ise TBMM, kamusal politikaların üretilmesiyle düzenlenmesi konusunda önemli katkılarda bulunmasının yanı sıra, kamu politikalarının yazılı programları olan yasaların onaylanması için tek yetkili organ özelliğiyle en önemli oyunculardan biridir. Belirli bir alanda oluşturulacak olan

kamusal politika içeriğinin saptanması hususunda TBMM'deki ilgili komisyonlar, siyaset muhtevasını saptayacak olan konuyu araştırıp, tartışıp, görüşerek, olumlu veya olumsuz bir karara varmaktadır. Karar, olumlu bir anlaşma neticesinde verilmişse, artık genel kurula getirilip meclis tarafından onaylanmakta ya da onaylanmamaktadır (Babahanoğlu, 2016: 24).

Parlamento, toplumsal sorunlar ya da gereksinimler sonucu kamuoyuyla hükümet gündemindeki konuların, hükümet veya muhalefet tarafından yasa teklifi veya önerisi biçiminde gündeme getirildiği, görüşüldüğü ve kanuni düzenlemelerin yapıldığı tek kurumdur. Bu hususta, gündeme alınan konulara ilişkin kanun teklifleri kabul edilmekte veya reddedilmektedir. Kanunların veto edilmesi, kısmen veya tamamen iptal edilmesi yetkileri aynı zamanda Cumhurbaşkanı ve Anayasa Mahkemesi gibi önemli resmi aktörlerin de yetkileri dahilindedir. Parlamentoda, halkın seçtiği milletvekilleri yer almakta ve farklı toplumsal kesimler temsil edilmektedir. Mecliste, iktidar partisinin milletvekili sayısının çok olması halinde, yürütme organı zamanla siyasetleri saptama sürecindeki kuvvetli bir yetki elde etmekte ve politikaların kanunlaştırılması süreci hızlı bir biçimde gerçekleştirilmektedir (Kulaç, 2016: 16).

2.4.1.2. Yürütme organı

Kamu politikasının ana aktörü, siyasi otorite, iktidar veya hükümet tarafından temsil edilmektedir. Federasyon yapısı, iç işlerinde özerk ve kendi yasaları olan, fakat dış işlerinde tek bir devlet gibi hareket eden federe devletlerin bir araya gelerek oluşturduğu bir siyasi birliktir. Üniter yapıda ise tek bir devlet ve onun taşra bağlantıları bulunmaktadır. Devletlerin, ekonomiye bireylere veya topluluklara müdahale yetkisi bulunmaktadır. Bu müdahaleler yasal düzenlemeler, vergilendirme ve yatırımlar şeklinde olmaktadır. Yıldız (2011)'a göre yürütme organından beklenen, bu tür müdahaleleri kriz dönemlerinde dengeleri kurmak adına yapmasıdır. Bu konuda liberal ve sosyalist düşünürler arasında görüş farkları olsa da genel olarak devletin güvenliği, adaleti sağlaması, kamu hizmetlerini yerine getirmesi ve gerektiğinde ekonomiyi düzenlemek için ekonomiye müdahale etmesi gerektiği konusunda genel bir fikir birliği bulunmaktadır (aktaran Korkmaz, 2014: 4).

Yönetim kelimesi, hiyerarşik boyuttaki bürokratik idare anlayışına vurgu yapmaktadır. Yönetişim kavramıysa yönetim aşamasında rol oynayan aktörlerle organlar arasındaki iletişimi, bireyler veya grupların katılımını, bürokratik sistemin dışında devlet dışı oyuncuların da etkili bir biçimde bu sürece dahil olmasını açıklamaktadır (Sobacı, 2007: 220). Bu genel tanımın yanı sıra yönetişim kavramı yalnızca kamu yönetiminin değil, kamu yönetimi dışındaki diğer disiplinlerin de odağına girmiştir ve bu sayede kavram genişlemiştir. Siyaset bilimi, hukuk, iktisat ve yönetim bilimlerinin ortak noktası olabilecek kapsamlı bir kavrama dönüşmüştür (Kalfa ve Ataay, 2008: 233).

Kamu politikası teriminin kavramsallaştırılması, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1900'larda, daha etkin ve gereksinimlere yanıt veren bir kamu hizmeti sunması maksadıyla başlamıştır. O zamandan itibaren birçok değişiklik yapılmasına karşın, devlet aygıtlarına yakın bir eylem şeklinde ifade edilmiştir (Belyaeva, 2012: 126). Birincil aktör kabul edilen devletin kamu politikasına etki düzeyi, sosyal ve iktisadi yaşama olan müdahale derecesiyle doğru orantılıdır. Toplumsal hayatla pazarlara yoğun bir biçimde müdahalede bulunan bir hükümetin, üretilen toplumsal ve iktisadi politikalardaki payı da yüksektir. Küresel ölçekte, “1929 Dünya Ekonomik Bunalımı”nın ardından “Refah Devleti”yle beraber artan, “1973 Petrol Krizi”yle beraber tepkilerle azaltılmış olan “devlet etkinliği”nin kamusal politikada da görüldüğü söylenebilir. 1980’li senelerde yapılmış olan özelleştirme çalışmaları ve bu aşamanın sonlarında adı geçmeye başlayan “yönetişim” kelimesi de devletin farklı alanlardaki etkileri üstünde değişime sebep olmuştur (Göçoğlu, 2014: 12). Bazı düşünürler kamu politikası oluşum sürecinde devletin rolü hakkında olumlu düşünseler de bazıları, eleştirmiştir. Buradan hareketle, Hobbes’a göre vatandaşların canını ve malını korumak devletin görevidir. Bu sebeple de devlet müdahalesini savunmuştur. İktisatçı Adam Smith de devletin pazara olan müdahalesinin pazarların dengesiyle düzenini bozduğunu savunmuştur. Ona göre, devlet müdahalesi ne denli az olursa o denli iyidir (Aktaran Göçoğlu, 2014: 5).

2.4.1.3. Bürokrasi

Bürokrasi kuramını teorik katkılarıyla geliştiren iki önemli isim, Max Weber ve Woodrow Wilson'dur. Wilson, siyaset ve yönetim ayrımı iradesi ile siyaset açısından dikkatli bir biçimde incelenmiş ve standartlaştırılmış kurallara idari görevlerin sistemli bir biçimde uyması gerektiğini açıklamaktadır. Çünkü, geçmişte basit kabul edilen devlet vazifelerinin, günümüzde karmaşık bir hale geldiğini ve sadece bununla kalmayarak nicelik bakımından da bu vazifelerin çoğaldığını ifade etmektedir. Bürokrasiyi bilimsel bir temel üzerinden açıklayan Weber ise, irade ve benzer bir söyleyişle endüstriyel medeniyetin gelişmesinin, devlet sanayisi ile ticaretinin örgütsel biçimlerinin, daha akli olması yönünde bir arayışı doğurduğunu ifade etmektedir (Erat, 2015: 531). Weber, toplumsal hayatın sürekli bir biçimde rasyonelleşeceği varsayımından yola çıkarak, geleneksel otorite şeklinden yasal-ussal otorite şekline doğru zorunlu bir gelişmenin olacağını düşünmektedir. Bu düşünce doğrultusunda bürokrasi, kapitalizmin gereklilikleri kapsamında meydana gelen bir yönetim yapılanmasıdır (Uzdu, 2016: 71). Rasyonel sistem destekçisi olan Weber, kapitalizmin temel özelliklerini, rasyonel muhasebe teknikleri, rasyonel hukuk ve yönetimin gelişmesiyle açıklamaktadır. Buradan yola çıkarak rasyonalizasyonun, yönetim alanındaki izdüşümü olan bürokrasinin, hedefe ulaşmak için tutarlı bir araç olarak görüldüğünü söylemek mümkündür (Torun, 2008: 22).

Kamu politikalarının oluşum sürecinde bir araç olan bürokrasi, elinde bulunan pozisyonlarıyla yetkilerinden dolayı politik karar vericileri etkileme olanağına sahiptir. Başka bir deyişle bürokrasinin, iktidarın ortaya koyduğu genel siyasetlerin uygulayıcısı rolünden öte, halihazırdaki uzmanlığı sebebiyle karar alıcıları belirli hususlarda etkileyebilmekte, hatta politik karar alma gücüne ortak olabilmektedir. Bu da özellikle kamusal politikaların oluşum sürecinde daha fazla görülmektedir (Güneş, 2013: 40). Öte yandan bürokrasinin, kamu politikalarında gücü ve etkisi birtakım koşullara bağlıdır. İlk olarak yasalar, bürokrasinin oluşturulabileceği önemli fonksiyonlara olanak sağlamalı ve devlet adına alınacak kararlar için bürokratların geniş yetkileri elinde bulundurması gerekmektedir. İkinci olarak, formel devamlılığın sağlanabilmesi adına maddi kaynaklara sınırsız ulaşımın bulunması gerekmektedir. Üçüncü olarak ise, bürokrasi, kaynak, beceri ve uzmanlığı ile toplumda öne çıkan bir örgütlenme kurulması gerekmektedir. Dördüncü olarak, bürokrasinin topluma yönelik her bilgiye

erişiminin sağlanması gerekmektedir. Beşinci olarak, bürokrasinin kalıcılığı ve bürokratların görev süresinin uzunluğu, üstleri ve seçilmiş yöneticiler karşısında bir avantaj sağlayacak biçimde olmalıdır. Son olarak ise, bürokrasinin uygulayacağı politikaları, yalnızca kendisinin görüşebileceği bir ortam olmalıdır (Erat, 2015: 532).

Siyasal süreçlerin en önemli aktörlerinden biri olması sebebiyle bürokrasi, önemli bir konumda yer almaktadır. Bu sebeple bürokratların, kamusal politikaların oluşumunda önemli bir etkisi vardır. Bu doğrultuda kamu politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında ana oyuncuların, devlet kurumları ve çalışanları şeklindedir. Bürokrasi, kamusal politikaların saptanması ve ana hatlarının ortaya çıkarılması aşamasında gereken kanuni düzenlemelerle ilgili tasarıları oluşturarak, gereken altyapıyı belirlemekte ve hatta politik iktidarlarca ortaya konan kamu politikalarını oluşturmaktadır (Babahanoğlu, 2016: 22). Bu anlamda bürokrasiyle politik iktidar iç içedir. Bürokratların, politik tercihleri olmayan, oluşturulacak politikalara tarafsız bir yaklaşımda bulunan, yalnızca idari ve teknik alanlarla ilgilenen ve politikacıların sıkı denetimi altında bulunan bir topluluk oldukları düşünülse de fiili durum bunu tam olarak yansıtmamaktadır (Güneş, 2013: 40). Özellikle karar uygulama sürecinde meydana gelen siyasal ve toplumsal değişiklikler, bürokrasinin karar verme yetkisini kullanmasına neden olmaktadır. Öte yandan mevcut her değişiklikte karar alma yetkisi siyasilere ait olsaydı, siyasiler çok fazla karar alma durumunda kalırlardı. Bu sebeple bazı politika değişikliği gerektiren durumlarda karar alma gücü, bürokrasiye verilebilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak bürokrasinin etkinliği git gide artmaktadır (Göküş, 2000: 41).

2.4.1.4. Yargı Organı

Kamusal politikaların oluşum sürecindeki diğer bir oyuncu da yargıdır. Yargı, yasama ve yürütme tarafından oluşturulan siyasetleri, çıkarılmış olan yönetsel ve toplumsal düzenlemeleri iptal etme yetkisine veya uygulanmasını geçici veya devamlı bir biçimde durdurabilme yetkisine sahiptir (Nacak, 2015: 103). Uygulanmış olan kamusal politikaların hukuksal çevresi, “hukuk devleti” ilkesiyle özellikle yargının siyaset üstündeki etkileri kapsamında değerlendirilmektedir. Öte yandan kamusal politikaların oluşumu ve uygulanmasında kritik görevler üstlenen, parlamento,

hükümet, bürokrasi ve bürokratlar, yani kısacası yasamayla yürütme organları için hukuksal denetlemelerde bulunmak gerekmektedir (Babahanoğlu, 2016: 25).

Yargı organı, demokratik toplumlarda bağımsız bir biçimde işlemektedir. Hem bireyler arasında meydana gelen problemleri çözmek hem de vatandaşların yöneticiler karşısındaki haklarını savunabilmesi için yargı organının bağımsız olması gerekmektedir. Yargı organına yasama ve yürütme organları tarafından müdahale edilmesi durumunda, kişisel hak ve özgürlüklerin teminatı kabul edilen “kuvvetler ayrılığı” ilkesine uyulmamış olur (Sevük ve Akın, 2019: 173). Kamu politikalarının oluşum süreci bağlamında değerlendirildiğinde, ilk olarak yargı organı bu sürecin pek çok aşamasında direkt olarak yer almamaktadır. İkinci olarak, yargının bir siyaset oyuncusu olarak sürece dahil olabilmesine yönelik olarak, başta uygulanacak olan kamusal politikanın yargı aşamasına taşınması gerekmektedir. Farklı bir ifadeyle yargı, yalnızca kendisine yansıyan siyasetlerde görüşünü belirtebilmekte ve siyaset sürecine dahil olabilmektedir. Üçüncü olarak ise, yargının mahkeme sürecine taşınmış kamusal politikalarda, siyaset oyuncusu olarak kabul edilmesinde birtakım sorunlar görülmektedir. Bunun sebebi, yargının kendisine gelen bir siyaseti, kanunlar doğrultusunda değerlendirerek ve yasalara aykırı bir durum meydana geldiğinde yürütmeyi durdurma kararı alabilmesi ya da tamamıyla iptal edebilmesidir. Ancak yargı, öteki aktörlerde olduğu gibi, problemin tanımlanması, çözüm önerilerinin sıralanması ve bunların karşılaştırmasının yapılarak bir sonuca ulaşılması vb. kamusal politikayı yönlendiren aşamaların hiçbirinde kendi görüşlerini ifade edememektedir. Bu sebeple yargı organı, kamu politikaları oluşum sürecinde doğrudan bir oyuncu değil, gerektiği durumlarda ve belli ölçülerde bir aktör olarak değerlendirilmektedir (Nacak, 2015: 105).

2.4.1.5. Politika Kurulları

Türkiye’de 2017 Referandumu ile birlikte kuvvetler ayrılığına dayalı başkanlık tipi “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi”ne geçilmiştir. Bu geçiş süreciyle birlikte politika kurulları kurulmuştur. Bu sistemde politika üretmenin merkezi tamamen Cumhurbaşkanlık makamı olmuş ve kamu politikalarının oluşturulması, uygulanması ve değerlendirilmesinde Cumhurbaşkanı’nın yetkileri ve ağırlığı artırılmıştır. Politika

kurulları, bu yeni sistemle birlikte kamu politikalarının oluşturulma ve üretim sürecinde öne çıkan önemli birimler olmuştur. Cumhurbaşkanlığı teşkilat yapısı bünyesinde görev yapan politika kurulları bu süreçte, “Cumhurbaşkanıyla doğrudan çalışan, bürokrasiyi etkileyen, bakanlıklarla birlikte çalışan ve böylece politikalar oluşturma veya politikalar geliştirme sürecine gerekli paydaşların katılımının sağlanmasında önemli avantajlara sahip” önemli aktörler olarak ortaya çıkmışlardır. Politika kurulları, Cumhurbaşkanının etkin ve etkili bir biçimde kamu politikalarının oluşturulmasını sağlamada kullanacağı önemli birimlerden biri olmuştur (Öztürk ve Tozak, 2021: 67).

Politika kurulları, yerel yönetimler, ekonomi, eğitim, güvenlik, sosyal politika ve teknoloji gibi önemli alanlarda faaliyet göstermekte ve genel anlamda iki farklı çerçevede çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Bu kurulların asli görevi, Cumhurbaşkanı’nca verilen görevleri gerçekleştirmek ve politika oluşturma sürecine destek vermektir. Buna ilaveten, yürürlükte olan politikaların işleyişiyle ilgili olarak politikayla ilgili çözümlemelerde bulunmak da politika kurullarının ana görevleri arasında sayılmaktadır. Bu doğrultuda, politika kurullarının üretim süreçlerinin yanı sıra değerlendirme süreçlerinde de yer aldıkları söylenebilir (Babaoğlu ve Kulaç, 2021: 110). Politika kurulları, kamu politikalarının oluşturulması sürecinde taleplerin toplanmasından, politikaların uygulanmasına ve hatta resmi ve gayri resmi politika gruplarından almış olduğu geri bildirimleri incelemeye kadar, pek çok görev ve yetkiyle donatılmıştır (Akman ve Akçay, 2019: 49).

Cumhurbaşkanlığı Politika Kurullarıyla ilgili kanuni düzenlemeler neticesinde, kurulların birer, danışma unsuru, danışma organı, yardımcı kuruluş, danışma kurulu olduğu ifade edilmektedir. Diğer taraftan, Cumhurbaşkanlığı Politika Kurulları, önceki sistemdeki “Millî Eğitim Şûrası, Sağlık Şûrası, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu vb.” yardımcı ve danışma kurullarının yerine getirilmemiştir. Kurul kararlarının faili değildir ve danışma niteliğindedir. Politika kurulları, parlamenter sistemde yer alan şûralar ve kurulların, görev ve yetkilerinden daha çok, farklı nitelikteki görevler ve yetkilerle donatılmıştır. Kurulların söz konusu görev ve yetkileri, fiili değil, istişari özellikte olsa da bakanlık, kurumlar ve kuruluşların çalışmalarını takip edebilmesi ve denetleyebilmesinden dolayı, geleneksel bir danışma kurulunun varlığından bahsetmek mümkün değildir. Bundan dolayı, Cumhurbaşkanlığı Politika Kurullarının politika yapımıyla ilgili istişari, politikaların uygulanması yerine, icrai nitelikte görevler yapabileceği söylenebilir (Erol, 2020: 115).

Cumhurbaşkanlığı Politika Kurullarının politika oluşturma süreciyle alakalı üç görevi bulunmaktadır. Birincisi, bilgi toplamaktır. İlgili kurul, toplumun farklı kesimleriyle görüşüp, özellikle sosyal sorunlarla ilgili bilgi almaktadır. İkincisi, kurulların Cumhurbaşkanı'na karşı danışmanlık vazifesidir. Üçüncü vazifesi ise, değerlendirme ve geri bildirimde bulunmaktır. Politika kurulları, Cumhurbaşkanı'nca saptanan politikaların uygulamaya geçiş aşamasıyla ilgili, bakanlık ve öteki kamu kurumlarıyla kuruluşlarının çalışmalarını izleyecek ve politika analizleri yapıp Cumhurbaşkanı'na detaylı bilgiler verecektir (Börklüoğlu ve Coşkun, 2022: 835).

2.4.1.6. Ofisler

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile ortaya çıkan bir başka kamusal politika aktörü Ofislerdir. Başkanlık sistemi uygulanan ülkelerde direkt olarak başkana bağlı, kendi alanına yönelik oluşturulması planlanan ilgili kamu politikasına ait gereksinim hissedilen verilerle bilgileri edinebilen, alan araştırması yapabilen ve bunlara uygun bir biçimde farklı politika önerileri sunabilen yapılardır. Kimi devletlerde, uygulama, eş güdümlendirme ve değerlendirme görevlerini yapmaktadır. Bundan dolayı ofisler, kamusal politika oluşturulması ve uygulanmasında önemli aktörlerdendir (Akman, 2019: 48). 1 No'lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 525. maddesi çerçevesinde “verilen görevleri yerine getirmek üzere Cumhurbaşkanlığına bağlı, özel bütçeli, kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip, Dijital Dönüşüm Ofisi, Finans Ofisi, İnsan Kaynakları Ofisi ve Yatırım Ofisi” kurulmuştur. Bu dört sahada kamusal politikaların kurulmasında ofislerin görev üstleneceği söylenebilir. Bu kararnamenin 527. maddesinde ofislerin görevlerine ayrıntılı bir biçimde yer verilmektedir (Öztürk ve Tozak, 2021: 69).

Cumhurbaşkanlığı Ofisleri, Cumhurbaşkanlığı Politika Kurullarına benzer şekilde istişare ve görüş belirtme görevlerini yapacaklardır. Diğer taraftan Cumhurbaşkanlığı Ofisleri ve Cumhurbaşkanlığı Politika Kurulları, bakanlıklar, kurumlar, kuruluşlar ve kurulların çalışmalarını hukuk kurallarına uygunluk bakımından inceleyerek ve yerindeliği açılarından yönlendirip, devlet yönetimini bütünsel bir biçimde inceleyebilmektedir (Erol, 2020: 120). Ayrıca ofisler, Cumhurbaşkanı'nın talep ettiği konulara yönelik araştırmalar yapıp raporlar

hazırlayacak ve sistemi şekillendireceklerdir (Kılınç, 2020: 58). Yukarıda bahsi geçenler kısaca özetlendiğinde, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesiyle birlikte Politika kurulları ve ofisler, kamu politikasının oluşturulma sürecinde yeni oyuncular olmuştur. Bu yeni oyuncular arasındaki ilişkiye şöyle ifade edilebilir: Ofisler politika oluşturma, politika kurulları politika geliştirme ya da üretme, bakanlıklar ise bu politikaları hayata geçirme evresinde görev almaktadır (Akman, 2019: 49).

2.4.2. Sivil aktörler

Kamu politikası oluşturma aşamasında yukarıda değinilmiş olan devletin resmî kurumları kadar, toplumda yer alan sivil aktörler, yani kişilerle kurumlar da rol oynamaktadır (Topçuoğlu, 2021: 77). Kamu gücünü kullanan karar verici mekanizmaların çoğalması ve çeşitlenmesi, bu doğrultuda piyasa ve sivil toplum aktörlerinin farklılaşmaya ve çeşitlenmeye başlaması, mekanizmaların karar verme aşamalarına farklı sivil toplum ve piyasa oyuncularının katılımının çoğalması, bu katılımı ilgili olarak idareler tarafından iş birliği mekanizmaları kurulmasını gerekli kılmıştır. Bu sebeple, kamu politikası oluşturma sürecinde rol oynayan aktörlerin sayısı artmıştır (Duru, 2022: 67). Büyük ölçekte toplumun içinde var olan ve devletin resmi yapılanması dışında kalan bu aktörlerin, kendi istek ve beklentileri yönünde politika oluşturma sürecine müdahale etmeye çalıştıkları görülmektedir. Bu doğrultuda çeşitli metotlara başvurdukları ve böylece bu süreçte rol aldıkları söylenebilir (Nacak, 2015: 108). Kamusal politika oluşturma aşamasında rol alan sivil oyuncular; siyasi partiler, bireyler (vatandaşlar), baskı grupları, sivil toplum örgütleri, medya araçları ve sosyal medya şeklinde sıralanabilir (Çakır, 2017: 36).

2.4.2.1. Siyasi partiler

Kamu politikası üretiminde rol alan sivil oyunculardan bir diğeri de siyasal partilerdir. Toplumsal ve çoğulcu demokrasinin temel taşlarından olan siyasal partiler, aynı düşünceye sahip bireylerin birleşerek, politika yapma olanağı sunan demokratik sistemin vazgeçilmezlerindendir (Korkmaz, 2014: 6). Ülke içerisinde farklı; sosyal,

dinsel, kültürel ve iktisadi gruplardaki seçmen kitlesini en yüksek ölçüde temsil etmektedir. Siyasal partiler, söz konusu özelliklerinden dolayı kamu politikalarının oluşturulma sürecinde önemli rol oynamaktadır (Sevük ve Akın, 2019: 173).

Söz konusu partiler, tek ya da öteki siyasal partiler ile birleşerek politik iktidara hâkim olmaya çalışan kurumlardır. Bununla birlikte, iktidara gelebilmek üzere organize hareket ederek, karşı partiler ile rekabet içinde bulunmaktadırlar. Bu sebeple, sahip oldukları ideolojileri çeşitli propagandalarla kamuoyuna tanıtmayı hedeflemektedirler. Siyasal partilerin iktidara gelebilmeleri, devletlerin sosyal ve iktisadi sistemlerine dayalı olarak da değişmektedir. Sosyal ve ekonomik açıdan gelişmiş ülkelerde ise siyasal partiler, çeşitli yöntemlerle iktidara sahip olabilmektedirler (Sakal, 1998: 214). Bu açıdan değerlendirildiğinde politik partilerin önemli unsurlarından birisi, politik karar alma sürecinde istikrarı sağlamaktır. Ancak, rekabetin negatif yönde olduğu durumlarda, siyasal partiler istikrar sağlayıcı olmaktan çok, istikrar bozucu bir faktör olarak karşımıza çıkabilmekte, halk ve hükümet arasında kurduğu köprü görevini yerine getirememektedir (Sevük ve Akın, 2019: 174).

Hem iktidarda hem de muhalefette yer alan politik partilerin kamusal politika oluşturma aşamasında doğrudan etkili olabilmesi için üstlendikleri roller çok kritiktir. Kamuoyu, kendisini yasama organında temsil etmesi adına bir siyasi partiye oy verirken, bir açıdan da desteklediği siyasi partinin hayata geçirilecek kamu politikalarını yönlendirmesini arzu etmektedir. Muhalefet partileri varoluş nedenleri gereği, iktidar partisinin yürüttüğü kamu politikalarına karşı negatif bir tutum içinde bulunmakta ve bazen iktidarı sınırlayan bazense denetleyen bir unsur olarak birtakım roller üstlenmektedir (Babahanoğlu, 2016: 28). İktidarda bulunan siyasi partiler ise, kadroları vasıtasıyla devleti yönettikleri için, yasama ve yürütme organlarında siyasal varlıklarını genişletmeleri mümkündür (Kavak, 2016: 108). İktidarda bulunan siyasi parti, hükümeti oluşturarak bakanlıklar aracılığıyla kamu personeli üzerinde hiyerarşik bir üstünlük kurmakta, ayrıca personel ve bürokratların yönetiminden de sorumlu olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, kamu politikalarının tabanını oluşturma ve hayata geçirme açısından en aktif rol oynayan bürokratları görevlendirmeleri sebebiyle kamu politikalarının ana aktörleri arasında yer almaktadır (Babahanoğlu, 2016: 29).

2.4.2.2. Vatandaşlar

Doğrudan demokrasiyi uygulamak güçtür, bu sebeple çoğulcu demokratik düzene sahip devletlerde, siyasal güç kullanmak genel olarak temsili demokrasi biçiminde belirlenmektedir. Doğrudan ve temsili demokrasilerin her ikisinde de yurttaşlar siyasal gücü kullanma ve yönetme hakkına sahiptir, yani sistem halka dayalıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bir devletin yurttaşlarının ülke yönetimi ve idare mekanizmalar üstünde tam kontrole ve hakimiyete sahip olduğu teorik olarak söylenebilmektedir (Balcı ve Keser, 2023: 137). Öte yandan seçimlerin dört-beş yılda bir yapılıyor olması, siyasal iktidarın denetlenmesi konusunda zorluk oluşturmaktadır. Bu sebeple, vatandaşların kamu politikası oluşturma sürecine dahil olmaları, sınırlı bir düzeyde gerçekleşmektedir (Kulaç, 2016: 18). Bu duruma ilaveten, çoğu zaman vatandaşlar, kamusal politikaların uygulandığı, yönetsel, politik ve iktisadi süreçlere dair yeterli bilgilere sahip olamazlar (Topçuoğlu, 2021: 77).

Demokratik toplumlarda, bir sonraki seçim dönemine kadar vatandaşlarca müdahale edilebilen bir sistem olmamasına rağmen seçimlerin varlığıyla vatandaşların oy kullanması, kamusal politika oluşum sürecinde fertlerin de etkisinin bulunduğu bir kanıttır (Çakır, 2017: 37). Tatbik edilecek politikalara dair, vatandaşlara genel bir bilgi verilmesiyle yurttaşların bilinçli bir biçimde seçimlere katılması, kişisel özgürlüklerin korunmasının yanında demokrasiyi de korumakta ve güçlendirmektedir. Ayrıca politikacıların daha aktif bir biçimde çalışmalarına olanak sağlamaktadır. Öte yandan seçimlere katılırken vatandaşların üzerinde belli ağırlıklı siyasal baskılar oluşturan konular, genellikle seçimlere katılma oranını düşürmektedir (Sakal, 1998: 219). Günümüzde yurttaşların demokrasi süreçlerine azalan ilgisi ve siyasi kurumlara yönelik sarsılan güveni, gelişmiş ve gelişmekte olan devletler için söylenebilmektedir. Katılımcı demokrasi bağlamında devletler, politika oluşturma ve karar alma süreçlerine vatandaşların katılımını sağlayarak ve onları teşvik ederek, alternatif katılım yöntemlerini, siyasal ve idari yapılarına entegre etmeye çalışmaktadır. Bu sayede yurttaşlar, kamusal politikalarla ilgili tercihte bulunanları etkileme ve belirleme olanağına sahip olmaktadır (Topçuoğlu, 2021: 78).

Son yıllarda vatandaş ve devlet arasındaki ilişkilerde, büyük ölçüde değişiklikler gözlemlenmektedir. Vatandaş ve devlet arasındaki karşılıklı iletişimle yurttaşların, kamusal politikaları büyük ölçüde etkiledikleri ifade edilebilir. Akıllı cihazlar, internet

ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla beraber mobil oylamayla katılım uygulamaları da vatandaşların kamu politikasına seçim dönemleri haricinde anlık katılımını sağlamaktadır. Bununla birlikte vatandaşlar, yine gelişen teknolojilerle ve sosyal medyanın da katkısıyla, herhangi konuya ya da politikaya dair tepkilerini hızlı ve çok daha kolayca karar alıcılar ve politika belirleyicilere iletebilmektedir (Nacak, 2015: 111). Vatandaşların kamu politikası oluşum sürecine etkisi, öteki sivil oyunculara göre daha düşük ölçüde olsa da siyasetlerin sonuçlarıyla uygulamalarından direkt olarak etkilenmiş olan vatandaşların bu aşamadaki katılımı, sunulmuş olan hizmetlerin sosyal gereksinimleri giderme konusunda daha aktif olmasını temin etmektedir (Kulaç, 2016: 19).

2.4.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)-Baskı Grupları

Bireysel özgürlüklerin ön plana çıktığı ve katılımın arttığı alana, sivil toplum denmektedir. Sivil toplum, sistemin demokratik yönde gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır. Demokratik bilincin gelişmesinde önemli bir rolü olan STK'lar, halkın taleplerinin yönetime aktarılmasında aracı görevi üstlenmektedir (Kaypak ve Bimay, 2017: 166). Sivil toplum kuruluşlarının en önemli rolü, ulusal arenada ülkenin ekonomik ve toplumsal sorunları üzerine dikkat çekerek, bu sorunların çözümü, ülkenin demokratikleşmesi yönünde adımlar atmak ve bunu yaparken, farklı düşüncelere saygı duymak, uluslararası arenada ise uluslararası ve uluslar üstü kurumlarla ilişkilerinin iyileştirilmesine, ülkenin kamu diplomasisine katkıda bulunmak olmalıdır. Özetle, sivil toplum kuruluşları, devletin himayesi altında olmadan kendi eylemleri hakkında kendileri karar verebilmeli, devlet politikasının yönünü etkileyebilmelidir (Taştekin, 2020: 196).

Sivil toplum kuruluşlarının kamu politikalarının oluşturulması sürecindeki katkısı, bireylerin taleplerini ifade etmekte, söz konusu taleplerin dikkate alınması için kamuoyu oluşturup katkıda bulunmaktır. Söz konusu katkı, kamuoyunu harekete geçirerek idare üstünde genel bir denetim kurulması ve taleplerin, kamu politikalarında hâkim olması hususunda yürütmeye bilgi verme biçiminde yapılmaktadır (Emini, 2013: 49). STK'ların kamu politikalarıyla ilgili etkisini artıran üç ana dinamikten bahsetmek mümkündür. Bu hususta, en önemli etken yönetişimdir. Bununla beraber,

uluslararasılaşma ve küreselleşme ile bir ülkede sivil toplum yararındaki gelişmelerin, tüm dünyaya yayılması sağlanmaktadır. Yönetişim ve küreselleşme, STK'ların gelişmesini etkilemiş ve iletişim imkanlarının gelişmesi, söz konusu etkiyi çoğaltmıştır (Babaoğlu, 2013: 168). STK'ların denetleme ve karar alma mekanizması olarak aktif rol alması, yönetişimin uygulanabilirliği açısından önemlidir. Öte yandan, STK'lar olmadan kamusal politikaların belirlenmesi, kamu yönetiminin aktif ve saydam duruma getirilmesiyle oluşturulan politikaların meşruiyetini temin eden katılımın artırılması olanaklı görünmemektedir (Sobacı, 2007: 231).

Kamu politikası belirleme sürecinde etkili bir diğer faktör, baskı ve çıkar gruplarıdır. Baskı ve çıkar grupları, siyasal iktidara sahip olmadan, hükümet kararlarını etkilemeye çalışan gruplar şeklinde tanımlanabilir. Tüm bu grupların amacı, üyelerin ortak menfaatlerini elde etmek adına, karar alma aşaması üstünde etkili olmak istemeleridir (Sakal, 1998: 215). Baskı ve çıkar grupları, başvurdukları pek çok metotla, kamu politikalarının belirlenmesinde çok önemli roller üstlenebilmektedir. Bu amaç doğrultusunda, farklı alanlarda, doğrudan ya da dolaylı etkileme, politik tehdit, inandırma, maddi menfaat sağlama, hükümet çalışmalarına engel olma, toplu eylem vb. değişik baskı yollarına başvurmaktadır (Nacak, 2015: 114).

Baskı grupları, totaliter rejimlerde devletin bir parçası gibi çalışmakta ve devleti desteklemektedir. Öte yandan söz konusu gruplar, demokratik rejimlerde olduğu kadar bağımsız olamazlar. Buna karşın, demokrasiyle yönetilen ülkelerde halk tarafından oluşturulan söz konusu gruplar, toplumun isteklerini devlete iletmektedir. Demokratik sistemle yönetilen devletlerin hükümetleri, vatandaşların istekleri doğrultusunda politikalar geliştirmeyi hedeflemektedir (Balcı ve Keser, 2023: 138). Baskı gruplarının eylemleri, siyasi partileri ve hükümeti önemli düzeyde etkilemektedir. Bu doğrultuda, baskı gruplarınca seçim dönemlerinde desteklenen siyasi partiler, parlamentoda yer almayı başardıklarında, baskı gruplarının çıkarlarını savunma yönünde hareket etmektedir. Buna ek olarak, siyasi partilerin programlarında, baskı gruplarının düşünceleri de bulunmaktadır. İktidar partileriye, politika önerilerini parlamentoda sunarken, baskı gruplarının da görüşlerini alarak politikaların daha aktif olmasını sağlamak istemektedir (Kulaç, 2016: 21).

2.4.3. Medya Araçları ve Sosyal Medya

Günümüzde yazılı ve görsel medyanın günlük hayatı sarması sebebiyle, yaptığı yayınlar, kamu politikası oluşumunda etkin rollere sahip olan hükümet ve bürokrasi üzerinde çok etkilidir. Hür bir basının varlığında medya, kamu politikalarını oluşturanlar ile kamuoyu arasında güven esasına dayanan bir bilgi akışı sağlayabilmektedir. Böylece devletin şekillendirdiği kamu politikalarından toplumun haberdar olması sağlanarak, devletin işini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca farklı bir bakışla toplumun isteklerini hükümete ileterek, ihtiyaçlar doğrultusunda kamusal politikaların biçimlendirilmesi konusunda topluma destek olmaktadır (Babahanoğlu, 2016: 34). Bu doğrultuda günümüzde gerek uluslararası gerekse ulusal kamusal politikaların oluşturulması ve kararların alınmasında, medyanın etkililiğinin önemli düzeyde arttığı ve hemen hemen süreci etkileyen ana aktörlerden biri olduğu görülmektedir (Nacak, 2015: 112).

Demokrasi ve tarafsızlık gereği özgür ve bağımsız bir biçimde kamuoyu ve hükümet arasındaki iletişimi temin eden medya, bugün TV, gazete vb. geleneksel medya unsurlarının yanında, bilgi ve iletişim teknolojileri alanlarında yaşanan gelişimler sonucunda çoğalmaktadır. Sosyal medya sitelerinin sunmuş olduğu imkanların, siyasal ve idari arenadaki kullanımı genişlemekte ve sosyal medya unsurları zaman içinde hükümet ve kamuoyu arasındaki iletişimleri daha kolay ve hızlı bir duruma getirmektedir (Topçuoğlu, 2021: 79). Yeni bir sosyal dinamik sayılan sosyal medya, halkla hükümet arasındaki ilişkiye farklı bir boyut kazandırmış ve aradaki buz dağlarını yıkıp araya köprüler kurmuştur. Bu neticede de vatandaşlar, siyasal yaşam içerisinde daha aktif rol almaya başlamıştır (Kutlu ve Altuntaş, 2019: 47).

Sosyal medya, arama motorları, dijital platformlar ve veri paylaşım siteleri, vatandaşların ve özel girişimlerin düşüncelerini kolayca ifade edip paylaşabilmelerine imkân sağlarken, ortak girişimlerle faaliyetlerde bulunabilmelerini, ortak isteklerini hızlı ve toplu bir biçimde ifade edebilmelerini, kamu yönetici ve politika belirleyicilerine iletebilmelerini ve yönetimde rol alabilmelerini kolaylaştırmaktadır. Teknolojideki söz konusu gelişimlerin ve dijitalleşmenin neticesinde, klasik merkeziyetçi güç ve yönetim sistemlerinde, devletten halka olan karar verme ve politika oluşturma sürecine dönüşmektedir ve daha katılımcı mekanizmalar yaratılmaktadır (Gül, 2018: 13).

Sosyal medyanın kamusal politikalara etkisinde, kamusal politika belirleyicilerinin sosyal medyadan edindikleri bilgileri ne derece önemseydiği bilinmelidir (Aydın ve Göçoğlu, 2015: 102). Bu bağlamda çağımızda, kamu kurumlarının online kullanıcı sitelerine başvurabildiği birçok sanal aracı vardır. Kamu alanında dijitalleşme, kurumların aktif hizmet sunumunu da gösteren bir etmendir. Kamu kurumlarının düzenli eylemleri sırasında veya kamudan hizmet sağlayan yurttaşların iletişim teknolojileriyle elektronik hizmetleri kullanımı esnasında, çok büyük hacimli datalar ortaya çıkmaktadır. Devlet kurumlarından hizmet alan vatandaşlarla ilgili nüfus ve ikamet bilgileri, seçim sonuçlarında oluşan veriler, harcama ve vergilendirme verileri, bütçe verileri, çalışanlarla ilgili datalar, belediyelerin kullanmış olduğu teknolojilerden kaynaklanan kamera ve görüntülemeyle ilgili datalar, kamunun analiz ettiği datalara örnektir (Özbilgin, 2015: 3). Karar alma süreçleriyle hizmetleri geliştirmek üzere büyük datalar, yüksek potansiyele sahiptir. Politika oluşturma çerçevesinde, Bright ve Margetts (2016) büyük dataları; “web’in geliştirdiği ve yüksek hacimli işlemsel verilerin yaratıcı programı” olarak ifade etmektedir (Erkek, 2020: 150).

Çalışmanın bu bölümünde özetle, kamu ve politika kavramları ayrı ayrı incelenmiş ve bu kavramların, siyaset biliminde yeniden inşası ile oluşturulmuş bir terim olarak ele alınmıştır. Politika, bireylerin hayatlarını düzenleyebilmek için yeni kurallar koymak, bu kuralları değiştirmek ya da korumak için, ihtiyaç duyulan eylemlerin tümüne verilen isimdir. Topluluklar arasındaki sınırları belirlemek için politika oluşturmak şarttır. Kamu kavramı ise, hükümdar, ona devletle ilgili meselelerde yardım eden kişiler ve devletin organları için kullanılmaya başlanmış olsa da günümüz hukukunda tüm yetişkin bireyler ile toplumun tamamını temsil etmektedir. Bu iki kavramın tanımlarından yola çıkarak kamu politikası kavramını; bir devlet organının çevresi ile ilişkisi ve alınan kararlarla, onu kapsayan bir süreç olduğunu söylemek mümkündür. Özetle kanunlarla elde edilen güç sayesinde, devletin ve organlarının gerçekleştirdiği tüm eylemlerle işlemler bütünü olarak tanımlanabilir.

Kamu politikası alanında gün geçtikçe hızlı gelişimler meydana gelmektedir. Bu gelişmelerin ana sebebi, toplumun talep ve beklentilerinin artması ve buna istinaden toplumdaki her kesimin kamu politikalarını kendi menfaatleri çerçevesinde etkilemek üzere büyük bir rekabete girmesidir. Kamu politikalarının oluşumu oldukça karmaşık bir süreci işaret etmektedir. Bu sürece dahil olan pek çok aktör olmasının yanı sıra, bu

aktörleri resmi ve sivil olarak iki ana gruba ayırabilmek mümkündür. Resmi aktörlerin içinde; parlamento, devlet, bürokrasi, yargı organı, politika kurulları ve ofisler sayılabilir. Resmi aktörlerin ortak özelliği, kamu politikalarının oluşum sürecinde aktif bir biçimde yer almalarının yanı sıra, uygulamaya geçildiği takdirde, kurumları aracılığıyla ve kanundan aldıkları güçle faaliyetlerde bulunmalarıdır. Bununla beraber, resmi aktörler anayasa ve kanundan aldıkları yetki sayesinde, kamu politikalarının oluşum sürecine etki edebilmektedirler.

Kamu politikası oluşturma sürecinde devletin kurumları kadar toplumda var olan ve sivil oyuncular şeklinde adlandırılan kişiler ve kurumlar da rol oynamaktadır. Kamu politikasının sivil aktörleri; “siyasi partiler, vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları, medya araçları ve sosyal medya”dır. Sivil aktörlerin ortak özelliği, resmi aktörler üzerinde oldukça etkili bir konuma sahip olmalarıdır. Doğru bilgi akışı sağlama ve ortak hareket edebilmenin neticesinde sivil aktörler, kamu politikalarını oluşturanlar üzerinde hakimiyet kurabilmekte ve hükümet ve kamuoyu arasındaki iletişimi daha kolay ve hızlı bir hale getirmektedir. Kamu politikası oluşturma sürecinde rol oynayan aktörlerin resmi aktörlerle sınırlı kalmaması ve aktörlerin sayısının artırılmasının sebebi, piyasa ve sivil toplum aktörlerinin farklılaşması ve çeşitlenmesiyle birlikte katılımın artması ve idareler tarafından iş birliği mekanizmalarının kurulmasıdır. Söz konusu oyuncuların, kendi talepleriyle beklentileri yönünde politika oluşturma sürecine müdahalede bulunmaya çalıştıkları görülmektedir.

Dijital bir dönüşümün yaşanmasıyla birlikte sosyal medya, günümüzde en önemli kamu politikası üretim araçları içinde yer almaktadır. Bu kapsamda çalışmanın ilk iki bölümünde ayrı ayrı ele alınan sosyal medya ve kamu politikası kavramları, üçüncü bölümde aralarındaki ilişki ortaya konularak açıklanmaya çalışılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE KAMU POLİTİKASI İLİŞKİSİ

Ortaya çıktığı ilk dönemlerde bireysel kullanıma dayalı olan sosyal medya mecraları, zaman geçtikçe aile ve arkadaşlık aracına dönüşmüştür. Daha sonra, bu rollere ek olarak profesyonel ilişkilerde de önemli bir unsur haline gelen sosyal medya platformları, devlet kurumlarının kamuoyu ile iletişim kurduğu resmi alanlara da nüfuz etmiştir (Balcı ve Keser, 2023: 146). Dünyadaki pek çok hükümet, kamu politikası açısından sosyal medyanın ne denli önemli bir konumda olduğunu kabul etmiştir (Göçoğlu, 2014: 67). İletişimin etkileşimli bir biçimde kurulabilmesi, politikacının kısa süre içinde daha geniş bir kitleye seslenmesi ve kamuoyunun tepkisinin daha rahat ölçülebilmesi, sosyal medyayı kuvvetli bir siyasi unsur durumuna getiren nedenlerdendir (Çıldan, Ertemiz, Küçük, Temuçin ve Albayrak, 2012: 2).

Sosyal medya ve kamu politikası ilişkisi, farklı açılardan incelenebilmektedir. Üretilen kamu politikaları üzerindeki sosyal medyanın etkisi, söz konusu ilişkinin unsurlarından biridir. Kamusal politikayı oluşturan kamu organlarının sosyal medyayı kullanması, kendileri için sosyal medya politikaları üretmeleri de ilişkili farklı bir unsurdur. Sosyal medya vasıtasıyla üretilen, vatandaşların baskısıyla sosyal medyanın neticelerinden biri durumuna gelebilen “dezenformasyon” bu ilişkide bulunan öteki unsurlardır. Burada sosyal medya ve kamu politikası arasındaki ilişkiler, ilgili literatürdeki akademik araştırmalar temelinde, sıralanan bu konular ile birlikte incelenmiştir.

3.1. Kamu Politikasını Etkileyen Bir Araç Olarak Sosyal Medya

Sosyal medyanın kamu politikasını etkileyebilmesi, bir iletişim ağı olması, kamuoyu ve gündem oluşturmasıyla ilgilidir (Göçoğlu ve Aydın, 2015: 890). Devletler, sosyal medya platformlarının gücünün farkında olsa da daha çok sosyal medyayı kamu ile iletişim aracı olarak kullanmaktadırlar (Lee, Ojo ve Waqar, 2013: 2). Öte yandan bir olay veya sosyal bir problemden etkilenen toplumlar, gerektiği zaman farklı yöntemlere başvurarak karar alıcılarla politika belirleyiciler üzerinde baskı mekanizması olabilmekte ve üretilecek kamusal politikaları istekleriyle beklentileri çerçevesinde etkileyebilmektedirler. Ulusal ya da uluslararası kamuoyundan faydalanarak bu istek ve beklentilerinin yönetimler tarafından yerine getirilmesini beklemektedirler. Bir başka deyişle, sosyal medya sayesinde bireyler siyasal arenada daha fazla iletişimle etkileşimde bulunmaktadır. Ayrıca yöneticiler tarafından kendisi için verilenle kalmayarak daha çoğunu talep etme olanağına sahip olabilmektedir (Nacak, 2014: 109).

Modern demokrasilerde, politikacılar üzerinde etkili olan en önemli güç vatandaşlardır. Bu nedenle politikacıya ulaşabilmek önemlidir. Bunun neticesinde, sosyal medya güç kazanırken politikaların yaptıkları eylemlerden dolayı hesap verme süreleri kısalmış, aynı zamanda sorumlulukları da artmıştır. Demokratik toplumların yapısı gereği, devletin vatandaşa hesap verme gerekliliği zaten mevcut olsa da sosyal medya ile beraber bu gereklilik hem kolaylaşmış hem de daha verimli hale gelmiştir (Çıldan vd., 2012: 3). Sosyal medyanın bir başka işlevi de alınmış olan farklı kararlara tepkide bulunmak üzere bireylerin topluluk oluşturmalarını kolaylaştırmaktır. Yalnız başına kişinin, hükümet ya da herhangi bir kurum tarafından alınan kararlara karşı gelmesi çok güçtür. Toplu biçimde ses çıkarabilmek ve bu sesi duyurabilmek üzere öncelikli olarak bireyin, kendisi ile aynı fikirlere sahip kişiler ile iletişim kurması ve bir topluluk oluşturmaları gerekmektedir. Bunu başarmak, sosyal medya kullanılmaksızın çok güçtür. Bireyler sosyal medya kullanarak, hükümetlerin kararları ile alakalı fikirlerini anlık ve etkileşime dayalı olarak paylaşabilmektedir (Göçoğlu, 2014: 67).

Sosyal medya, halkın kamu politikalarının oluşum sürecine katılımına daha fazla olanak vermekteyken, aynı zamanda demokratikleşmeye de katkı sağlamaktadır (Yıldırım ve Öner, 2004: 49). Bu doğrultuda, karar alma süreçlerinde yalnızca sivil toplum kuruluşlarının değil bireysel katılımın da sağlanmasına imkân verilmesi, sosyal medyayı öne çıkaran özelliklerden biridir. Sosyal medyanın karşılıklı etkileşimli yapısı

sebebiyle, kamuoyu ve yönetim arasındaki ilişkinin temelleri sağlamlaşmıştır. Sosyal medya kendi üzerinden, “forumlar, haber grupları, video konferans, sohbet odaları, elektronik oylama, elektronik mail, mobil ve karşılıklı iletişim” olanağı sunmuştur. Söz konusu iletişimin vatandaşların çoğunluğuna ulaşabilmesi durumunda, gerçek bir erişimle katılım platformuna dönüşebileceği, kamu politikası üreticilerinin sorumluluk bilinciyle duyarlılıklarının geliştirilmesinde pozitif etkiye sahip olabileceği bilinmektedir (Yüksel, 2005: 254).

Sosyal medya, kamuoyunun gerçek gereksinimlerini öğrenmek ve politikayla projelere ilişkin tutumunu ölçmek üzere önemli bir fırsattır. Gereksinimlerin doğru belirlenmesi, kıt kaynakların verimli bir biçimde kullanılmasını sağlamaktadır. Yerel gereksinimlerin vaktinde giderilmesi ve kırtasiyeciliğin azaltılmasıyla beraber hizmet standartlarının yükseltilmesine destek olmaktadır (Erkek, 2016: 143). Sosyal ağlar ve yeni iletişim araçlarının kamu politikalarının üretilmesindeki önemli bir başka işlevi de gündem yaratma evresinde ortaya çıkmaktadır. Farklı aşamalardan oluşan ve döngüsel bir süreç şeklinde ifade edilen kamusal politika üretme sürecinin en önemli evrelerinden birinin de gündem yaratma olduğu söylenebilir. Aslında gündem oluşturma, bir siyaset üretim sürecini fiili olarak başlamakta (Çetin, 2021: 671).

Sayısal Medya Uzmanları: Markaları, sayısal pazarlama uzmanlarını, ajanslar, yazılımcılar, tasarımcılar ve internet geliştiricileri içermektedir.

Ünlüler: Ünlüler yüksek takipçi sayılarına sahiptirler ve gündelik yaşamlarını, takip ettiklerini takipçileri ile paylaşmaktadırlar. Ayrıca sosyal medyayı kullanarak yaptıkları işlere, takip ettikleri ve takipçilerinin fikirleri ile katkıda bulunmayı amaçlamaktadırlar.

Dijital Aktivistler: İran yeşil devrimcileri, Çinli muhalifler, Greenpeace, İnsan Hakları Örgütü savunucuları vb. gibi grupları ve kuruluşları içermektedir.

Bireysel kullanıcılar (Bayraktutan vd., 2012: 11).

Sınıflandırmadan da görüldüğü üzere dijital aktivistler, kitlelerin genişlemesine doğrudan etki ederek sosyal medya üzerinden kamu politikasına müdahale edebilen ve bununla birlikte iktidarı etkileyebilen bir güç haline gelmiştir. Arap Baharı, Wikileaks, Occupy the Wall Street, Gezi Parkı olayları gibi önemli ve dünya siyasetinde yer bulmuş olayların ortaya çıkmasında dijital aktivistlerin rolü yadsınamaz bir gerçektir.

Yeni yüzyılla birlikte hem küreselleşme hem de küresel ısınmanın etkisiyle dünyanın her tarafında bireyleri olduğu kadar, örgütleri ciddi şekilde etkileyen salgın hastalıklar, terör olayları, petrol sızıntıları, enerji arızaları gibi olayların yanı sıra deprem, tsunami, sel baskınları, toprak kaymaları, fırtına ve kasırgalar ile orman yangınları gibi doğal afetlerin giderek arttığı görülmektedir. Bu gibi felaketlerin neticesinde yaşanan manzara, çoğunlukla aynıdır. Zarar görmüş insanlar, örgütler ya da bölgeler, genellikle çalışmayacak duruma gelmiş altyapı hizmetleri ve ortaya çıkan kaostan hâkimiyetine girmiş bir toplum... İşte bu gibi durumlarda, olaylara mümkün olduğu kadar kısa zamanda müdahalede bulunmak için, bilgi akışının önemi ortaya çıkmaktadır (Çanakçı, Öztürk ve Şaşmazlar, 2022: 885). Sosyal medyanın sağladığı yardımlaşma ve dayanışma ortamıyla, toplumla kuruluşların afetlere karşı dayanıklılıkları da artmaktadır. Çağımızda afetlere karşı ortaya konan “elastikiyet (disaster resilience)” afetten sonraki toplanma aşamasında, toplumların kullanabildikleri önemli bir silah haline gelmiştir. 11 Eylül 2001’de İkiz Kuleler’e yapılmış olan saldırı neticesinde, sosyal medya aktif bir biçimde kullanılmış ve bu durum, sosyal medyanın afetle kriz anlarında ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Terör faaliyetlerinin hemen ardından vatandaşlarca oluşturulan wikiler, kayıp insanlarla ilgili bilgi sağlama amacına yönelik olarak kullanılmıştır (Zincir ve Yazıcı, 2013: 76). Türkiye’de ise 2011 yılında yaşanan Büyük Van depremi sonrasında veri toplama, bağış yapma gibi faaliyetler için X ve onun üzerinden etiket kampanyaları oluşturulmuştur. Toplum tarafından önemli kabul edilen kişilerin de destek vermesi neticesinde bazı uluslararası yardım kuruluşları da kendi web sitelerinde bağış toplamaya başlamıştır. Google’ın kişi bulucu sayfası da devreye girmiştir ve bu model neredeyse tüm afetler sonrasında işlemektedir. Örneğin 2021 yazında Karadeniz bölgesinde meydana gelen sel felaketlerinden sonra Tiktok kullanıcıları uygulama üzerinden videolar paylaşmıştır. Aynı dönemde yaşanan Akdeniz havzası yangın felaketleri sırasında Instagram ve X üzerinden seferberlik gerçekleştirmiştir. En son 6 Şubat 2023’te gerçekleşen Kahramanmaraş depremlerinden sonra ise ulusal ve uluslararası pek çok sosyal medya platformu üzerinden bilgi akışı ve yardım kampanyaları düzenlenmiştir. İhtiyaç Haritası gibi siteler de yardım koordinasyonunda aktif rol almıştır (Saka, 2022: 2).

3.2. Kamu Kurumları ve Sosyal Medya Politikaları

Devlet ve siyaset alanında üst düzeyde bulunan kişilerin de sosyal medyayı aktif kullanmaya başlamaları üzerine sosyal ağlar, kamu örgütlerinin ve yöneticilerinin de geri plana itemeyecekleri yeni bir iletişim ortamını meydana getirmiştir (Erkek, 2016: 143). Sosyal ağlar aktif kullanılmadığında, başarı oranlarında düşüşler görülmeye başlanmıştır. Bu sebeple, merkezi ve mahalli yönetim organlarının sosyal medya platformlarını etkili ve doğru kullanımı, daha fazla önem kazanmıştır (Demir ve Buğdaycı, 2011: 216). Hedef kitle ve kamu hizmetleri arasında bir köprü görevi gören sosyal medya, sağladığı karşılıklı iletişim ve tepkinin hızlı bir biçimde iletilebildiği bir ortam oluşturmasıyla, hedef kitlenin etkin katılımını artırmakta ve böylelikle örgütler, yönetim ilkeleri kapsamında hizmet gösteren daha demokratik bir düzeye çıkmaktadır. Sosyal medya ortamları sayesinde kamu örgütlerinin katılımı, şeffaflığı ve hesap verilebilirliği artmaktadır (Kalfa ve Kocamaz-Adaş, 2019: 10).

Politika üreticilerini sosyal medya platformlarını kullanmaya iten en önemli aktörlerden biri de bu platformların yeni nesil arasında oldukça yaygın bir biçimde kullanılmasıdır. Yeni nesil gençlerin artık haberleri web sayfalarından takip etmesi ve fikirlerini de yine bu araçlarla ifade etmesi, politika yapıcılarının gençlerle bağ kurmasında önemli bir iletişim aracı olmasını sağlamaktadır. Siyasetçinin konuştuğu ve yurttaşın dinlediği politika devri kapanmış, yerine etkileşim temelli ve iletişime dayalı bir politika gelmiştir. Bu değişimi sağlayan güç ise sosyal medya araçlarıdır (Çıldan vd., 2012: 3). Devletlerin sosyal medyaya karşı ilgisi giderek artmakta ve kamu kurumları bu ağları nasıl kullanacaklarına dair bazı rehberler hazırlamaktadırlar. 2009 yılında Avusturalya’da devlet kurumları için sosyal medya kullanım kılavuzu oluşturulmuştur. Aynı sene İngiltere’de kamu personellerinin kişisel sosyal medya hesaplarını nasıl kullanmaları gerektiğine dair bir kılavuz yayınlanmıştır. Amerika’da da kimi eyaletlerin yazılı sosyal medya politikaları vardır (Kartal, Dağ ve Taşan, 2020: 125).

Öte yandan internet üstünden yapılmakta olan seçim kampanyaları da ilk olarak İngiltere ve Amerika’da başlamış ve diğer pek çok ülkeye yayılmıştır. Bazı analizciler, ABD’de 2000 senesinde yapılan seçimleri, “İlk İnternet Seçimi” şeklinde ilan etmiş ve “dot.com” yapısının çıkışa geçmesiyle beraber bu teknolojilerin kullanımı yaygınlaşmıştır.

ABD’de; Valilik, Senato, Temsilciler Meclisi’nin içinde bulunduğu kampanyalarla birçoğu Avrupa ve Asya ülkesinde yapılmış olan yerel seçimler söz konusu teknolojilerin kullanılmasını sağlamıştır (Lee Kaid, Holtz-Bacha, 2008: Karlı ve Değirmencioğlu, 2011: 153).

Etkileşimli iletişim sağlanabilmesi ve politikacının kısa süre içinde geniş kitlelere seslenebilmesi ve aynı zamanda onların reaksiyonunu ölçebilmesi, sosyal medyayı kuvvetli bir politik mekanizma konumuna getirmiştir. Günümüzde, Türkiye’de dahil pek çok ülkede politikacılar, sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanmaktadır. Bu sayede geniş kitleler tarafından tanınma ve görüşlerini etkin ve verimli bir biçimde sunma imkanına sahip olmuşlardır (Çakır ve Tufan, 2016: 11).

Sosyal medya, yasama meclisleri ve parlamento üyeleri için içerik oluşturmak ve sunmak için yeni fırsatlar ortaya koymuştur. Kamuoyu ile iletişim içinde olmak, mevzuat hakkında danışmak, eğitim kaynakları sunmak ve şeffaflığı teşvik etmek amacıyla yeni yollar sağlamaktadır. Politikacılar, özellikle gerçekleştirdikleri çalışmalar hakkında takipçilerine bilgi verebilmekte ve çeşitli konulardaki görüşlerini öğrenme imkanına sahip olabilmektedir (Doğan ve Alptekin, 2018: 744).

Kamu hizmetlerini geniş kitlelere ulaştırabilmek için yapılan sosyal medya girişimleri ve yöntemlerine yalnızca politikacılar arasında değil, artık devletin her kademesinde rastlanmaktadır (Gazalı-Demirtaş ve Demirtaş, 2017: 139). Devlet kurumları, vermiş oldukları hizmetler hakkında vatandaşları bilgilendirerek etkileşimi artırmaktadır. Bununla birlikte, vatandaşlar kuruma gitmeksizin birtakım istek ve beklentilerini, aynı zamanda önerilerini kurumlarla paylaşabilmekte ve sorunlarına cevap bulabilmektedir (Yeşilorman ve Koç, 2012: 773). Kamu kurum ve kuruluşlarına ciddi avantajlar sağlayan sosyal medya; kriz yönetimi, kurumsal itibar, tanıtma, kurum kimliği, haber verme ve bilgilendirme gibi halkla ilişkiler çalışmalarını yapmalarını sağlamaktadır. Yapılacak bu çalışmaların maliyeti ve zamanı bakımından da avantajlar sunmaktadır (Çalışır ve Aksoy, 2019: 48).

Türkiye’de kamu kurumlarının sosyal medya kullanımına başlaması, ilk defa Dışişleri Bakanlığı’nın 1 Mart 2010’da X ve Facebook hesapları açmasıyla olmuştur. 9 Kasım 2010’da ise bu Facebook hesabı “hayran sayfası” şekline çevrilerek daha kurumsal bir biçime dönüştürülmüştür (Yağmurlu-Dara, 2013: 9). Kamu kurumlarının sosyal medya kullanımına yönelik stratejilerinin belirlenmesi için de Kalkınma

Bakanlığı bir eylem planı hazırlamıştır. 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı başlıklı bu raporda, bu stratejilere yönelik bazı maddeler yer almaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2014:162). Bu maddeler özetle:

- Kamusal hizmetler sunulurken, yeni nesil teknolojiler ve sosyal medyanın sağladığı olanakların verimli bir şekilde kullanılabilmesi ve kamu kurumlarının bu konuda motive edilmesi için bir kılavuz hazırlanması,
- Kamusal hizmetler incelenip mobil ortamda sunulma potansiyeli yüksek olanlar talep analiziyle belirlenerek, öncelikli hale getirilmesi,
- Mobil ortamda sunulacak hizmetler, hazırlanacak bir kılavuz ve kurumların bilişim stratejileriyle uyumu göz önünde bulundurularak planlı bir biçimde gerçekleştirilmesi,
- Yeni nesil teknolojiler ve sosyal medyada yaşanan gelişmeler sürekli takip edilerek ve mevcut sunulan hizmetlerin daha kolay kullanımı ve sıklığı göz önüne alınarak, hizmetlerin düzenli olarak gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi esasına dayanmaktadır.

Bu kapsamda Türkiye'deki devlet kurumları sosyal medyadaki görünürlüklerini zaman içinde arttırmaktadır (Kartal vd., 2020: 125). Kamu kurumlarının sosyal medya kullanımının öne çıkan özellikleri ise şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- **Kriz Yönetimi:** Günümüzde sosyal medyanın öneminin bilincine varmış olan kamu kurumları, kriz dönemlerinde dezenformasyonu engellemek için kamuoyunu doğru bilgiye ulaştırmak amacıyla sosyal medyada yer almaya başlamıştır. 15 Temmuz darbe girişiminde yaşananlar, Olağanüstü Hal (OHAL) döneminde alınan kararlar, terör örgütleriyle yapılan mücadele, şehit ve gazi yakınlarıyla görüşmeler, gündemde yer alan tartışmalı konular hakkında açıklamalar bu başlık altında değerlendirilebilir.
- **İtibar Yönetimi:** Devlet organları özellikle kriz dönemlerinde, kurumun imajının bozulmaması ya da bozulan imajın düzeltilmesi için, sosyal medyadan yararlanmaktadır. Kurumun çalışmaları, projeleri, başarılar ve yatırımlar gibi aktiviteleri, sosyal medya ağlarından sıkça paylaşılarak, kurumun itibarını onarmaya ya da korumaya çalışmaktadır.

- **Etkinlik:** Yabancı misafirlerin karşılanması, halkla yapılan buluşmalar, verilen başarı ödülleri, önemli günlerde halkla buluşulması, bayram tebrikleri ve daha birçok halkla ilişkiler ve tanıtım projesine, sosyal medya platformlarında yer verilmektedir.
- **Duyuru:** Bakanlıklarca hazırlanan sınavlar, açılacak kadrolar, atamalar, bakanların programları, sosyal ağlardan kamuoyuna ilan edilmektedir. Bu ağlar vasıtasıyla daha fazla kişiye daha hızlı biçimde ulaşmak mümkündür.
- **Anma/Kutlama:** Cumhurbaşkanı, bakanlar ve önemli devlet görevlileri, önemli gün ve haftalar kutlamalarına ya da ölüm yıldönümlerine sosyal medya sitelerinde yer vermektedirler.

Diğer başlığı altında, önemli devlet görevlileri sosyal medya platformlarında günlük programlarına, farklı başlıklarda yaptıkları fotoğraf ve video paylaşımları ve hesaplarında yayınladıkları kamu spotları yer almaktadır (Gazalı-Demirtaş ve Demirtaş, 2017: 140).

Türkiye’de yapılmış sosyal medya politikaları incelendiğinde; Kalkınma Bakanlığı’nın yetkili olduğu, 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı ön plana çıkmaktadır. Bu eylem planında yer alan 68 numaralı “Kamu Politikalarının Oluşturulmasında Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Destekli Katılımcılık Programı Geliştirilmesi” başlıklı maddenin gerekçesinde, kamu politikalarının üretiminde ve sunumunda sosyal medya sayesinde bilgi alışverişi, geri dönüş, kamuoyunun nabzını ölçme gibi işlevlerin daha kolay biçimde uygulanabildiği yazılmıştır. Bu gerekçeye dayanarak, kamu politikası üretim sürecinde BİT destekli uygulamalar geliştirilerek katılımcılığın artırılmasına yönelik politika hayata geçirilecektir (Kalkınma Bakanlığı, 2015: 159).

Eylem Planı’nda yer alan ve kamu kurumlarında sosyal medyaya duyulan ihtiyaç bağlamında değerlendirilen bir diğer madde ise 70 numaralı “e-Devlet Hizmetlerinde Mobil Platformlar ve Sosyal Medyadan Yararlanılması” maddesidir. Bu maddede, e-Devlet politikalarında sosyal medya ve mobiliteden etkin bir biçimde faydalanılacağı açıklanmıştır. Bu doğrultuda da kamu kurumlarına rehberlik edecek bir program hazırlanacaktır (Kalkınma Bakanlığı, 2015: 162). Bahsi geçen iki maddeyle beraber eylemde belirtilen diğer maddeler, kamu politikaları üretiminde ve sunumunda, sosyal

medyanın sunduğu olanaklardan faydalanılması gerektiğini açık bir biçimde söyleyen ilk siyasi belge olması açısından önemlidir.

Kamu kurumları ve sosyal medya politikaları bağlamında incelendiğinde en güncel belge, “2016-2019 Ulusal e-Devlet Stratejisi ve Eylem Planı”dır. Bu eylem planında amaç, gelişen teknolojiyle beraber toplumun gereksinimlerinin şekil değiştirmesi ve yeni gereksinimlerin ortaya çıkmasıdır. Ortaya çıkan bu gereksinimler neticesinde e-Devlet politikaları etkin bir cevap verilebilmesine imkân tanımaktadır (Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2016: 1). Bu kapsamda kamu kurumlarının e-Devlet hizmetlerinin uygulanması bakımından yetersiz olduğu ve mobil ağlar, online siteler ve sosyal medya uygulamaları ile ilgili rehberlerin geliştirilmesi yönünde adımlar atılması gerektiği yer almaktadır.

Eylem planlarının yanı sıra hükümet programlarında, seçim bildirgelerinde, kalkınma planlarında ve bakanlıkların stratejik planlarında sosyal medya politikaları yer almaktadır. Bu politikaların ortak noktası sosyal medyanın nasıl daha etkin ve verimli kullanılması gerektiğine dair bir cevap aranması ve bu doğrultuda adımlar atılmasına yönelik planlar oluşturulmasıdır. Stratejik amaçların gerçekleştirilebilmesi için sosyal medya kullanılmak istenmiştir. Tüm bu stratejik dokümanlar incelendiğinde, Türkiye’de sosyal medya kullanımına kamu kurumlarından ziyade üst derece belgelerde yer verildiği görülmektedir (Gülaslan, 2018: 204).

3.3. Kamu Politikalarının Sosyal Medyada Gündem Oluşturması

İngilizcedeki karşılığı “agenda-setting” olan ve dilimizde genel olarak “gündem belirleme” olarak kullanılan terimin bazı araştırmalarda daha farklı karşılıkları da bulunmaktadır. Türkçe alan yazında kavramın karşılığı yaygın şekilde “gündem belirleme” kelimesi tercih edilse de bazı kaynaklarda “gündem oluşturma”, bazı kaynaklarda “gündem kurma”, bazı kaynaklarda “gündem hazırlama” vb. karşılıklar dikkatleri çekmektedir (Yüksel, 2007: 576). 1960’lı yıllardan itibaren iletişim alanında yapılan çalışmalar, etki ve tutum kavramına odaklanmıştır. Bu dönemi etkisi altına alan fikir, medyanın fonksiyonunun yalnızca bilgi vermekle arabuluculuk olmadığı, ayrıca politik karar alma ve bunları benimseterek uygulama aşamasında temel yapıtaşlarından birisi olduğu düşüncesidir (Keskin, 2012: 2). Bu dönemde yazılan etki temelli çalışmaların başında, 1972 yılında McCombs ile Shaw’ın geliştirdiği “Gündem

Belirleme Kuramı” gelmektedir. Buna göre, medya unsurları kişilere ne düşüneceklerinden ziyade ne konuda düşüneceklerini söylemekte ve bunu da haberleri sunma şekliyle sağlamaktadır (Güdekli, 2016: 152; Lilleker, 2013: 37). Gündem belirleme kuramı üzerine yapılan araştırmalar, kamuoyu arasında konuların belirginliğinin, bu konuların haberlerdeki erişilebilirliğinden daha fazlasını içerdiğini göstermektedir. Bir bireyin bir konuya bilişsel katılımı, özellikle de her bireyin konunun önemine ilişkin algısı ve konu hakkında daha fazla bilgi edinme arzusu, medyanın gündem belirleme etkisinin gücünü ılımlı hale getirmektedir (McCombs ve Stroud, 2014: 73).

Sosyal medyada gündem, problem dizininin nedenleri, sembolleri, sonuçları vatandaşların ve kamu görevlilerinin dikkatini çeken kamusal sorunların diğer etmenlerinden oluşmaktadır. Gündem aslında siyasal süreçte kendisine yer bulacak kamusal sorunlarla ilgilenmeyi gerektirmektedir. Bu açıdan yasama döneminden önceki bir dizi kamu politikası tasarısı gündemle yakından ilgilidir (Taş, 2020: 650). Kamuoyunun dikkatini kazanacak problemler bulma ve bunlara yönelik alternatif çözümler üretme sürecine, gündem belirleme denmektedir. Grup rekabeti gündem belirlemede, özellikle etkilidir. Gündemdeki diğer sorunlar arasında, gruplar, kendi sorunlarını gündeme getirmek için çaba göstermeli ya da bir kriz durumunda problemlerini gündeme taşıyabilmelidir (Demirel, 2018: 21). Gündem belirleme özünde medyadaki bilgilerin kitlelere ulaşma sürecine odaklanmaktadır. Medya, bir kısım olayların üzerinde durarak, kitlelerin hangi konuyu tartışmaları gerektiğini belirlemekte ve kamu gündemini oluşturmaktadır. Gündem belirleme üzerine yapılan araştırmalara göre medya, kamu gündemini oluşturma sürecinde en önemli etken olarak görülse de aynı zamanda yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile etkin bir yapı oluşturan iletişim süreçleri, kamuoyunun da kendine ait gündemi oluşturabileceği ve medyanın gündemini değiştirebileceğini göstermiştir (Güngör, 2021: 78).

Gündem belirleme teorisine göre medya gündeminin, kamu gündemine entegre olabilmesine yönelik olarak belli bir süreye gereksinim vardır. Öte yandan anlık etkileşim sağlanan çevrimiçi ortamda böyle bir gereksinimin bulunmayacağı ve bu sebeple de bunun tartışılabilir bir konu olduğu belirtilmektedir (Ergen, 2018: 505). Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile beraber toplumdaki bireylerin gündemleri medya gündeminden farklılaşmaya başlamıştır. Buna sebep olan ana faktör, iki platformun ekonomi politik bakımından birbirinden farklı dinamiklerinin bulunmasıdır.

Sosyal medyada üretilen içerikler, kullanıcılarca üretilerek, siyasi, ekonomik veya ideolojik kaygılarla editoryal incelemeden geçirilmemektedir. Medyada ise üretilen içerikler, bütün bu kaygılarla editoryal bir süreçten geçmektedir. Bu sebeple sosyal medyadaki pek çok içerik, medya gündeminde yer edinememiştir (Çetin ve Bel, 2014: 58). Aynı zamanda medya gündeminden bağımsız bir biçimde, herhangi bir problem toplumdaki bireyleri rahatsız ediyor veya yakından ilgilendiriyorsa, kamusal gündemde yer edinebilmektedir. Mesela; “adalet, atama, işsizlik, emeklilik yaşı, orman katliamı, enflasyon, sosyo-ekonomik sorunlar” basında yer almazken X’de gündeme olabilmektedir (Kılıç, 2020: 99). Bu şekilde yeni bir döneme girilmesiyle, gruplar ve oluşumlar sadece politik ve medyatik gündemle çevrelenmiş haberleşme ağına karşı, kendilerine ait gündemi oluşturabilme gücü kazanmışlardır. Öte yandan sosyal medyanın gündem belirleme gücü, medya ve kamu gündemlerinin birbirlerinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır (Güngör, 2021: 79).

Sosyal medyada gündem belirleme unsurlarından en önemli ve etkili olanı mikroblog sitesi ve sosyal ağ olan X’dir. X’i bu açıdan diğer platformlardan ayıran özelliklerinden biri gündem (TT: Top Trend) özelliğidir. Uygulamanın ana sayfasında, kullanıcıların konumu bir şehir ya da ülke olarak seçebildiği, gündem listesi bulunmaktadır. Seçilen konumda anlık olarak paylaşılan tweetlerde en fazla geçen kelime ya da etiket sırasıyla listelenmektedir. Böylece o konumda hangi konunun gündem olduğunu görebilmenin yanı sıra, istenilen konu X gündem listesine sokularak, kitlelerin ilgisini çekme, kamuoyu oluşturma, haber değeri yaratma ve ilgili kişinin, kurum ya da yönetimlere ulaşması imkanını sağlamaktadır. X gündeminde yer edinmiş konular ya da sorunlar, çeşitli toplumsal hareketlere öncülük etme potansiyeli sunmakta ve kullanıcılar için internetin imkanlarından yararlanarak oldukça basit bir biçimde sanal kamusal alanda kendine yer edinmesini sağlayabilmektedir (Ferik, 2023: 34). Çok anlık ve süratli bir mecra olan X’de gündem süratli bir şekilde oluşup değişebilmektedir (Kılıç, 2020: 100). Öte yandan kullanıcı sayısını gün geçtikçe artıran X, yakaladığı popülerliğin yanında, toplumsal anlamda aktivizmin gelişmesine de katkıda bulunmakta, iletişim ortamlarında bir araya gelen kullanıcıların daha süratli harekete geçerek iletişim halinde olmasını sağlamaktadır (Coşan, 2022: 984).

Gündem belirleme kavramı en kapsamlı biçimde “gündem belirleme süreci” olarak isimlendirilmektedir. Üç değişik gündem belirleme unsuru bulunmaktadır. Bunlar: “medya gündemi, kamu gündemi ve politika gündemi” şeklinde

sınıflandırılmaktadır ve söz konusu 3 gündem de birbiri üzerinde etkili olmaktadır (Ergen, 2014: 4).

3.3.1. Medya Gündemi

Medya gündemi, kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyuna iletilen haber, bilgi, olaylar ve bunlara ilişkin yine bu araçlardaki yer ve süreyi ifade etmektedir. Medya kurumları yer veya süre sınırı sebebiyle gün içinde edindikleri veya kendilerine ulaştırılan on binlerce haber arasından bir eleme yapmak mecburiyetindedir. Kitle iletişim vasıtalarının niteliklerine dayalı olarak farklılığa sahip olan söz konusu eleme adımı, siyasi, ekonomik, kültürel ve ideolojik bir zemin üzerinden şekillenmektedir. Bir kısım haberlerin medya tarafından görülmemesi veya birtakım olaylara gereğinden fazla zaman ayrılması, medyanın gündem oluşturma gücünden kaynaklanmaktadır (Güngör, 2021: 78). Shoemaker ve Reese (2002) tarafından medya içeriğinin nasıl belirlendiğiyle ilgili en sistemli tanımlamalardan birisi yapılmıştır. Yazarlar, medya içeriği üzerinde etkili olan öğeleri beş temel kategoride ortaya koymuştur. Bu kategoriler; bireysel düzey, medya rutinleri düzeyi, kurumsal düzey, medya dışı düzey ve ideolojik düzeydir. (Kılıç, 2015: 16).

3.3.2. Politika Gündemi

Politika gündemi, sosyal olaylar ve sorunlarla ilgili, hükümet organları, yasa yapıcılar ve seçilmişler tarafından yapılan liste şeklinde ifade edilebilir. Pek çok konu ve sorun, hükümetlerin gündeminde yer almayı beklemektedir. Gündem belirleme yaklaşımı, siyasi problemlerin hükümetlerin ilgisini çekebildiği ölçüde ön plana çıktığı bir süreci ifade etmektedir. Problemlerin öneminin artmasını sağlayan birçok öge bulunmaktadır. Bu öğeler; kitle iletişim araçları, baskı grupları, ekonomik kriz ve bilimsel verilerdir (Ergen, 2014: 5). Medya, siyasetçileri yakından takip eden bir baskı grubu olduğu için, siyasal gündemde bulunan konuların belirlenmesinde siyasal sistemi rahatça etkisi altına alabilmektedir (Demirel, 2018: 22).

3.3.3. Kamu Gündemi

Kamusal gündemin saptanması, kitle iletişim vasıtalarının belli konu veya sorunların üzerinde durarak ilgili haberleri vurgulaması üzerine, izleyici kitlesinin gündemi belirlemesidir. Gündem belirleme yaklaşımına göre hedef kitle, ilgili haberden sadece problemin ne olduğunu değil, ayrıca bu problemin önem derecesini de öğrenmektedir (Atabek, 1998: 170). Gündem belirleme üzerine yapılan araştırmalar neticesinde, medyanın kamu gündemini oluşturmada etkili bir unsur olduğu sonuçları elde edilse de günümüz iletişim teknolojileriyle kamunun da gündem yaratabileceği ve medyadaki gündemi belirleyebileceği sonucunu ortaya koymuştur (Güngör, 2021: 78).

3.4. Sosyal Medya ve Dezenformasyon

1949 senesinde Rusça bir kelime olan "dezinformacija"dan türetilen dezenformasyon kelimesi, “kasıtlı olarak yanlış bilgi” manasına gelmektedir. Söz konusu kelime, Stalinist bilgi kontrol politikalarının bir sonucudur (Balcı ve Keser, 2023: 140). “Dezenformasyon” sözcüğü, hedef kitleyi kasti olarak yanıltmak isteyen yanlış bilgilerdir. Onu mezenformasyondan ayıran en önemli nokta, temelinde kast ve kötü niyet olmasıdır (Kırık ve Yılmaz, 2018: 121).

Dezenformasyona yönelik olarak bilgileri yaymak üzere genel olarak şu stratejiler kullanılmaktadır:

- Hedef kitleye yanıltıcı bilgiler sunup negatif yorumlara yol açmak.
- Hedef kitleye, gerçek bilgileri destekliyor ve savunuyor imajı çizip, sonradan o bilgileri geçersiz kılacak, hedeften uzaklaştıracak yorumlar yapmak.
- Hedef kitleye ekstradan çarpıtıcı bilgiler vermektir (Toprak, 2015: 40).

Bir bilginin dezenformasyona uğratılabilmesi için yalnızca art niyetli kişi veya grupların faaliyetleri yeterli gelmemekte, ayrıca gerçekleştirilen faaliyetlerin kitleleri manipüle edebilecek özelliklerinin bulunması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle, dezenformasyonda kitlelerin belli bir yöne doğru yönlendirilme eğilimi bulunmaktadır. Herkesin aynı görüşte olması, problemin bir tarafıyla alakalı enformasyon bombardımanı olmasına rağmen, öteki yönleri ile alakalı neredeyse hiç

enformasyondan söz edilmemesi, bir grubun yaptığı her şey iyi kabul edilirken, öteki grubun yaptığı her şeyin kötü görülmesi halinde, mevcut enformasyonun dezenformasyon haline geldiğinden söz edilebilir (Arslan, 2022: 119). Bazı durumlarda kamuoyu, haberlerin kaynağı hakkında bilgilendirilmekte, buna açık dezenformasyon denilmektedir. Kapalı dezenformasyon ise, bilgilerin kaynağına ilişkin bir açıklama olmadan veya yanlış kaynak verilerek sunulmasıdır. Dezenformasyonu belli bir kişi ya da kurum yapmış olsa da kimi haber kuruluşları, bilinçli üretilen enformasyonu kabul edip doğru olmayan haberler sunabilmektedir. Bu bağlamda, aslında medya dezenformasyonun kaynağı değildir. Bu durumda, art niyet ile üretilen haberi, hedef kitleye iletme işlevini üstlenmektedir (Topçu ve Çaycı, 2022: 166).

Dezenformasyon, sosyal medya platformlarında değişik kaynaklardan “belirsizlik, tedirginlik, inançlar ya da kontrolsüzlük vb.” farklı duygusal nedenler ile kitleleri inandırarak hızlı bir biçimde yayılabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya şirketlerinin dezenformasyonu engelleme çalışmaları ise oldukça yetersiz kalmaktadır (Yolcu ve Kaya, 2023: 677). Dezenformasyonu kontrol altına almak oldukça güçtür. Öte yandan dezenformasyonu yönetmede sadece merkezi bir uygulamaya ihtiyaç duyulacağı düşüncesi de doğru olmayacaktır. Kamu kurumları veya özel sektörün bu hususta kendi iç kontrollerini yarattıkları da göz ardı edilmemelidir. Belli bir kurum bünyesinde iş gören kişinin, sosyal medyadan yapacağı paylaşımlar, kurumdaki diğer arkadaşlarınca da görülebilecektir. Bu sebeple kişi, kişisel güvenilirliğini düşüneceği için yapacağı sosyal paylaşımlara dikkat ederek en doğru bilgiyi paylaşmak için özen gösterecektir (Göçöğlu, 2014: 81).

Dezenformasyon konusunda dikkat çekici noktalardan biri de sahte bir haberin, kitleler tarafından doğrulanmak maksadıyla başka bir ifadeyle doğru kabul edilebilmesi için, bireylerarası ağların söz konusu gönderileri doğrulamak üzere bir araç olduğu belirtilmiştir. Bireyler, sosyal medyada gördükleri ve doğru olup olmadığından emin olmadıkları bir haberle karşılaştıklarında, doğrulamak üzere bireylerarası kanalları tercih etmektedirler. Bu sebeple bilginin hangi kanalda yayıldığından ziyade, hangi bireylerarası ağ içerisinde yayıldığı da önemlidir (İlgın, 2021: 307). Dezenformasyonun nasıl yayıldığı incelenirken, aynı zamanda kimler tarafından üretildiği de incelenmelidir. Dezenformasyon, çoğunlukla siyasi amaçlarla rakipler tarafından üretilmektedir (Gasımlı, 2019: 19). Dezenformasyonun etkisi düşünüldüğünden çoktur. Burada amaç, okuyucu kitlesini artırmak, reytingleri çoğaltmak veya kamuyu

inanılması istenen bir konuya inandırmak gibi eylemler olabilmektedir. Öte yandan bu amaçlarla üretilerek dezenformasyona sebep olan haberler, okuyucu kitlesinin çoğalması yerine azalmasına yol açabilmektedir (Topçu ve Çaycı, 2022: 166).

3.5. Sosyal Medya ve Kamu Politikası İlişkisinin Toplumsal Olaylar Üzerinden İncelenmesi

Toplumsal hareketler, belli bir kitlenin toplumdaki bazı şeyleri değiştirme ya da değişimlerine karşı çıkmak için örgütlenerek faaliyete geçmesi olarak tanımlanmaktadır (Fetik, 2023: 29). Toplumsal hareketlerin en önemli unsuru, birden fazla kişi ile gerçekleştiriliyor olmasıdır. Tek başına hareket eden veya hareketleri diğer kişiler tarafından kabul görmeyen bireylerin faaliyetleri, toplumsal hareket olarak adlandırılmamaktadır. Bu hareketlerin faileri genellikle, kamu politikalarının mağduru olanlar ya da mağdur olduklarını düşünenlerdir. Bu durum bazen demokratik hakların gereğinden fazla kullanılması nedeniyle bazı grupların toplumsal olayları suistimal edebileceğini düşündürebilir. Toplumsal hareketlerde kanunilik ya da gayri kanunilik arasındaki çizgi demokratik olmayan ülkelerde olduğu gibi ileri derecede demokratik olduğu düşünülen ülkelerde de oldukça incedir (Şahin, 2014: 2).

Sosyal medyanın, siyasal katılımı etkili olduğu kadar, siyasal eylemlerde de önemli bir rolü vardır. Öte yandan sosyal medya, tek başına siyasal faaliyetlerin etkeni değildir. Bu konuda sadece bir araçtır. Politik eylemlerin temel nedenleri de “yoksulluk, özgürlük, insan hakları, yolsuzluk”tur (Çıldan vd., 2012: 5). Sosyal medya ile beraber toplumsal hareketlere yeni protesto alanları açılmıştır. Onları daha etkin ve hızlı hale getirmiştir (Tani, 2018: 27). Sosyal medyanın yaygın bir biçimde kullanımıyla beraber, yerel hareketler global bir ağ üstünde milletlerarası dayanışmayı örgütlemiştir. Batılı ülkelerde yapılan globalleşme karşıtı faaliyetler, milletlerarası dayanışmanın en kritik unsurlarından biri olmuş ve sosyal medyanın aktif kullanımıyla örgütlenmiştir. Zaman ve mekân sorunları bu sayede aşılmış ve uluslararası politika ve eylem biçimleri dönüşüm yaşamıştır (Karagöz, 2013: 143). Bu dönüşümle beraber toplumsal hareketler kimlik eksenli bir yapıya bürünmüştür (Tuna ve Türkölmez, 2018: 218). Bu doğrultuda; geleneksel medyada başta haber değeri görmeyen ve fazla yer almayan, öte yandan sosyal medyanın etkisiyle büyüyüp gelişen Wikileaks Devrimi, Arap Baharı ve Wall

Street'i İşgal Et hareketi incelenmiştir. Bu üç olayın seçilme sebebi, sosyal medya sayesinde bir hareketin nasıl büyüüp destekçi kazanabileceği ve devletlerin kamu politikalarına, ne derece etki edebileceğini belirlemektir.

3.5.1. Wikileaks Devrimi

Wikileaks oluşumu, 2007 yılında Julian Assange'in kurduğu ve dünyada meydana gelen farklı olaylara ilişkin gizli dokümanları ve hassas bilgileri sızdıran bir internet sitesidir. Bugüne kadar erişilmesinin mümkün olmadığı düşünülen vesikalar açığa çıkarılıp, milletlerarası otoritenin sorgulanamaz ve sınırsız kabul edilen gücünü ve tüm üretim denetim mekanizmalarını kontrol etğine inanılan modern devlet aygıtını kalbinden vuran, dünyanın her yerinden ve çeşitli mesleki gruplardan 1000'in üstünde kayıtlı gönüllünün çabaları ile uygulanan bir yeni medya platformudur (Kaya-Erdem, 2011: 17). 2010 senesinin Kasım ayında Amerikalı bürokratların kendi arasında yazışmalarından oluşan on binlerce belgenin yayınlanması ile gündeme gelmiştir. Bu oluşumdaki amaç, ABD'den başlayıp ülkelerin gizli politikalarının uluslararası kamuoyu ile paylaşılmasıdır (USAK, 2011). Wikileaks'in, Pentagon'dan 40 sene öncesinde sızdırılmış olan belgelerden sonra 2010 ve 2011 senelerinde Amerikan devletinden kaçırıldığı anlaşılan gizli belgelerin serbestçe paylaşıldığı köklü bir mecra olduğunu belirtmek mümkündür (Aydın, 2018: 67).

Wikileaks'in devrim olarak adlandırılmasının nedeni, kâr amacına sahip olmasına rağmen öteki medya kuruluşlarının erişemediği bilgilere ulaşp bu bilgileri korkusuzca yayımlamasıdır. Paylaşılan bilgi ve belgelerin global boyutlarda olması ve global açıdan birçok ülkeyi ilgilendirmesi de başka bir sebeptir (Göçoğlu, 2014: 87). 2010 senesinde siteden yayımlanan bir video dünyayı sarsmış ve Wikileaks için bir milat olmuştur. Yayınlanan videoda, 12 Temmuz 2007'de Amerikan askerlerinin Iraklı siviller ile 2 Reuters muhabirine ateş açmasıyla yaralıların kurtarılmasına yönelik olarak gelen minibüstekilerin de öldürüldüğü görüntüler vardır. Söz konusu eylemleri gerçekleştirdikleri esnada ABD askerlerinin eğleniyor oluşları da gözler önüne serilerek dünya gündemine oturmuştur (Aydın, 2018: 67-68).

Wikileaks'le gazetecilik kodlarının tekrardan tartışması, bugünkü hükümet ile medya ilişkileri bakımından önem arz etmektedir. Wikileaks'in muhtevası

Wikipedia'daki gibi, "crowdsourcing (imece)"yle yapılmıştır ve tüm insanların kaynaklara kolayca ulaşabileceği biçimde (open source) tasarlanmıştır. Bu sebeple yeni medya ile beraber içeriklerin baş rolü ve haberlerin asıl muhatabı, "kamu" haline gelmiştir (Kumcuoğlu, 2011: 58). Wikileaks'in gizli belgeleri kamuyla paylaşmasının ardından, söz konusu belgeler sosyal medya platformları sayesinde büyük kitlelere ulaşmış ve bu gizli belgelerden haberi olanlar da hızlı bir biçimde diğer insanlarla paylaşmışlardır. Görüldüğü üzere, bu belgelerin kamuoyuna yayılmasında sosyal medyanın rolü oldukça önemlidir (Aydın, 2018: 69). Sosyal medyanın Wikileaks üzerindeki rolü sadece bununla sınırlı değil, aksine ters yönde bir etki de ortaya çıkmıştır. Corneil'e (2001) göre Facebook ile X gibi öne çıkan sosyal medya mecralarının sahipleri, Wikileaks yayınlarında kısıtlayıcı davranmışlardır. Kısıtlamanın nedeni, yayımlanan gizli bilgilerin yasa ihlallerine neden olma ihtimalidir (Göçöğlu ve Aydın, 2015: 892).

3.5.2. Arap Baharı

Arap Baharı, 2010 yılının Aralık ayında başlayan, pek çok devlette de etkili olan ve bugüne dek uzanan, Ortadoğu toplumunun bağımsızlık, demokrasi ve insan hakları isteklerinden doğmuş, yönetim, rejim değişiklikleri, ayaklanma ve protestolara yol açan, Arap hareketleridir. Halihazırda devam eden bu hareket, yalnızca Arap topraklarında değil tüm dünyada yankı uyandırmıştır (Kırık, 2012: 89). Kuzey Afrika ülkesi olan Tunus'ta, polis şiddetine karşı "polise yasemin verelim" sloganı ile gösterilen tepki üstüne Tunus halkınca "Yasemin Devrimi" şeklinde isimlendirilmektedir (Furuncu, 2014: 52). Sosyal medya çerçevesinde meydana gelen Arap Baharı'na, bu dönemde sosyal medya platformlarının örgütlenmelerde iletişim aracı olarak kullanılmasından dolayı "sosyal medya devrimi", "X devrimi" vb. kavramların kullanılmasına neden olmuştur (Tuna ve Türkölmez, 2023: 227).

Sosyal medya, Arap Baharı'nda siyasal tartışmalarının biçimlenmesinde çok merkezi bir role sahip olmuş ve bu olaylardan önce sıklıkla devrime ilişkin çevrimiçi konuşmalar yapıldığı kanıtlanmıştır. Tunus ile Mısır'a bakıldığında, Facebook, X ve YouTube'dan toplanmış olan veriler ile, Mısır'daki politik internet sayfaları, Tunus'un bütün blog küresinde yapılan siyasal konuşmalar ve devrim sırasında yapılan ve

filtrelenen 3 milyon tweet değerlendirilmiştir (Kartal ve Amini, 2016: 13). Meydana gelen olaylar sonucunda, Arap Baharı'nda sosyal ağların önemli etkisi ortaya çıkmıştır. Washington Üniversitesi araştırmacılarının yaptığı geniş kapsamlı araştırmada, Kuzey Afrika'dan başlayarak Ortadoğu'ya yayılan bağımsızlık ve demokratik temelli gönderilerin sosyal medyada yayılması, siyasi isyanın başarılı olmasına zemin oluşturmuştur. Sosyal medya, hürriyetler yolunda çok kritik bir araç olmuştur (Korkmaz, 2012: 2150).

Arap Baharı'nda bilgilerin, fotoğrafların, tarihlerin ve hadiselerin paylaşımının sağlanması, faaliyetlerin koordine edilmesi ve tamamlayıcı parça olan sivil toplum faaliyetlerinin desteklemesiyle başarı sağlanmıştır. Söz konusu ilerlemeler sayesinde, klasik açıdan kamusal alan ve sivil toplumu zayıf olan devletlerin, sivil toplum hareketleri uzun vadede güçlenmiştir. Bununla birlikte Arap halklarının acılarını paylaşan ve onlara etkin bir şekilde destekte bulunma gayretinde olan ve hatta bazen gönüllü silahlı mücadelelere katılmak isteyen, geniş bir global sivil toplum oluşmuştur (Karagöz, 2013: 137). Öte yandan bu dönemde yaşanan olaylarla ilgili yapılan paylaşımlara bakıldığında, muhalif grupların sosyal medyada kendilerini özgür bir biçimde ifade edebildikleri görülmektedir (Zafer ve Vardarlier, 2019: 386). Kısacası, Arap Baharı'nda etkili rol oynayan aktivistler, sosyal medya uygulamalarını kullanmak suretiyle etkili ve süratli bir şekilde örgütlenmeyi başarmışlardır. Sosyal medya üzerinden yapılan bu örgütlenmeler, daha sonra kendini şehir merkezlerinde göstermeye başlamıştır. Arap Baharı'nın sosyal ağları kullanarak kitlesel bir hareket başlatması ve Arap devletlerindeki siyasal yapıyı değiştirmesi, sosyal medyanın toplumsal olaylar konusundaki gücüne işaret etmektedir (Furuncu, 2014: 61). Böylelikle sosyal medyanın, Arap Baharı'ndaki rolü ve önemi ispatlanmıştır. Bağımsızlık konusunda sosyal medya etkili bir unsur konumuna gelmiştir (Eren ve Aydın, 2013: 200).

Sosyal medya sayesinde geniş kitlelere yayılan ve toplumsal bir harekete dönüşen Arap Baharı, devletler ve kamu politikaları üzerinde de büyük etkiler meydana getirmiştir. Arap Baharı'ndan etkilenen ülkelerde, mevcut rejimler yavaş yavaş ortadan kalkarak yerine kamuoyunun tercihi olan yeni yönetim rejimleri gelmeye başlamıştır (Oğuzlu, 2011: 11). Demokratik rejimlerin ortaya çıkmasının ardından yalnızca yönetim rejimlerinde değil, ekonomik politikalarda da değişimlere gidilmiştir. Yaşanan

iç savaşlar neticesinde çöken alt yapı ve ekonomik sistem, yeniden inşa edilmeye çalışılmıştır (Ansarian, 2020: 48).

3.5.3. Wall Street’i İşgal Et

17 Eylül 2011’de ABD’de başlayan ve kısa sürede ABD’nin öteki eyaletlerine, sonradan bütün dünyaya nüfuz eden barışçıl sosyal olaylar için kullanılan “Occupy” sözcüğüne farklı bir boyut kazandırarak, çalışma şartları ve gelir dağılımındaki adaletsizliğe karşı çıkan gösterilerdir (Korkmaz, 2014: 49). Bu gösterilerin temeli, bağımsız bir medya kuruluşu olan Adbusters’in eylemleri ile sanal bir ortamda atılmıştır. Adbusters, bu çağrıyı 2011’in haziran ayında tamamı büyük harflerle #OCCUPYWALLSTREET başlığıyla yapmıştır. Bu başlık, hareketin resmi adı olmaktan ziyade harekete çağrı olarak görülmüştür. Hareketin ana amacı; %1’lik bir grubun yolsuzluğuna ve aşırı zenginleşmesine karşı %99’un hakkını savunmaktır (Güven, 2018: 29). Küreselleşmeye ve neo-liberal ekonomi politikalarına tepki olarak doğmuştur (Tuna ve Türkölmez, 2023: 227). Bankalarla çok milletli ortaklıkların, demokrasi üstünde yıkıcı etkilerine ve iktisadi adaletsizlikle ekonomik çöküşü başlattığı düşünülen Amerika’nın finansal alandaki en kritik kurumlarının bulunduğu, ana merkez konumundaki Wall Street sokağında başlamış ve Wall Street’e karşı çıkan bir ayaklanma haline gelmiştir (Furuncu, 2014: 62).

Wall Street’i İşgal Et hareketinde, sosyal medya hem süreç öncesinde hem de süreç içerisinde oldukça aktif bir biçimde kullanılmış ve verilmek istenen mesaj maksimum kişiye ulaştırılmaya çalışılmıştır (Akbıyık ve Öztürk, 2012: 1023). Sosyal medya ve özellikle X kullanan eylemciler, sürekli fotoğraflarını, videolarını, bilgilerini ve yorumlarını paylaşırken işgal edilmiş alanla örtüşen gerçek zamanlı bir iletişim ağı yaratmışlardır. X’ten sonra, ağustos ayında başlatılmış olan “%99’uz” Tumblr sayfasıyla %99 teması oldukça popülerleşmiştir (Kalafatoğlu, 2015: 139-140). Graham-Felsen (2011) Tumblr’nın öne çıkan bir hikâye anlatma platformu olarak Wall Street hareketini, beşerileştirdiğini iddia etmektedir. Hareketin hikayelerden meydana geldiğini ve “Biz %99’uz” ifadesini kullanan bir Tumblr sayfasının, hareketin içeriğini paylaşmadaki rolüne dikkati çekmektedir. Bu içerikler, devletin ekonomik politikalarından dolayı çocukların okullara gidemediği, maddi açıdan zorlandıkları,

çalışmak zorunda oldukları için emekliliklerini ertelemek mecburiyetinde kalmaları ve bütün bu sebeplerle ailevi birliğin bozulmasıyla ilgili öykülerdir (Sayımer, 2014: 106).

Sosyal medya aracılığıyla insanların bir araya gelerek kitleler oluşturmasıyla bir kamu alanın işgal edilmesine yönelik olarak yeterince desteğin sağlanması, mümkün olmuştur. Eski adıyla Özgürlük Meydanı (Liberty Plaza), yeni adıyla ise Zuccotti Park olan park, eylemciler tarafından işgal edilmiş ve bu alanda kamplar kurulmuştur. Kampçılar, web tabanlı Facebook, X ve bloglarla sürekli yayın yapmışlardır (Akbiyık ve Öztürk, 2012: 1021). Web komitesindeki kişilerse, kamp alanlarında internete bağlanılabilmesine yönelik olarak burada merkezler oluşturmuşlardır. Kampların oluşturduğu internet sayfaları, hareketi organize etmenin yanında, kamuoyunda var olmaya devam edebilmek için de önemlidir. Bu sitelerde genellikle hareket hakkında bilgi ve harekete katılmak isteyenler için iletişim, protokoller, etkinlik takvimiyle mesaj panosu benzeri içerikler bulunmaktadır (Kalafatoğlu, 2015: 140).

Eylemcilerin sosyal medya araçlarını kullanması, eylemlerini görünür hale getirmiş, bu alanda bir kamuoyu oluşmasını sağlamış ve harekete destek verilmesinin önünü açmıştır. Ana akım medya araçları ise, artık eylemcileri görmezden gelememiş ancak eylemcileri kötü gösterecek içeriklerle haberlere vurgu yapmışlardır. Öte yandan bu durum, kamuoyunda tam tersi bir etki yaratmış ve eylemlere katılım giderek çoğalmıştır (Eren ve Aydın, 2014: 200). Özetle, Wall Steet'i İşgal Et hareketi, sosyal medyadan faydalanarak küresel boyuta taşınan ve tabanı, küreselleşme karşıtı bir hareket olmuştur (Furuncu, 2014: 67).

Çalışmanın bu bölümünde özetle; bireysel ilişkilere ek olarak profesyonel ilişkilerde de aktif rol oynamaya başlayan sosyal medya platformları, devlet kurumlarının kamuoyu ile iletişim kurduğu resmi alanlarda incelenmiştir. Sosyal medya ve kamu politikası ilişkisi, farklı açılardan incelenebilmektedir. Üretilen kamu politikaları üzerindeki sosyal medyanın etkisi bu ilişkinin unsurlarından biridir. Sosyal medyanın kamu politikalarını etkileyebilmesinin temelinde, gündem oluşturma ve bunun neticesinde kamuoyu oluşturabilmek yatmaktadır. Toplumu etkileyen bir olay meydana geldiğinde, çeşitli yöntemlere başvurarak karar alıcılar ve politikacılar üzerinde kamuoyu baskısı kurulabilmekte ve üretilecek kamu politikalarını, talep ve beklentileri yönünde etkileyebilmektedirler. Çeşitli yöntemlerle gündeme alınan sosyal bir problemin karar alıcılarca dikkate alınmaması, pek de olanaklı değildir. Bununla

beraber, bireyler sosyal medya sayesinde hükümetlerin kararları ile alakalı fikirlerini anlık ve etkileşimli şekilde paylaşabilmektedir. Sosyal medyayı takip eden kamu politikası üreticileri, sosyal medya üzerinden elde ettikleri veriler sayesinde gelebilecek tepkileri önceden tahmin ederek politikaya yön verebilmektedirler.

Yeni nesil arasında sosyal medyanın aktif olarak kullanılması, politika üreticilerini de sosyal medya kullanmaya itmiştir. Etkileşimli iletişimin sağlanmasıyla birlikte geniş kitlelere ulaşabilen ve politikacının aynı zamanda kitlelerin tepkisini de ölçebilmesi, sosyal medyayı önemli bir araç konumuna getirmiştir. Kamu kurumları, yaptıkları hizmetleri daha geniş kitlelere ulaştırabilmek için sosyal medyayı tercih etmeye başlamıştır. Bunun yanında, bireylerin de sosyal medyayı tercih etme sebeplerinden biri, gündem belirleme sayesinde kendilerini rahatsız eden herhangi bir olay, durum ya da kendilerini yakından ilgilendiren bir konuyla ilgili kısa sürede etkileşim alabilmeleridir. Gündem belirleme konusunda sosyal medyanın en etkili aracı bir mikroblog sitesi olan X'dir. X gündeminde yer edinmiş konular, çeşitli toplumsal hareketlere öncülük etme potansiyeli sağlayarak, kullanıcılar için oldukça basit bir biçimde, sanal kamusal alanda kendine yer edinmesini sağlayabilmektedir. Öte yandan kullanıcılar, dezenformasyona uğramış bilgiyle de karşılaşabilmektedir. "Kasıtlı olarak yanlış bilgi" anlamına gelen dezenformasyonu engellemek oldukça güçtür.

Sosyal medya, sosyal konuların kamuoyuna duyurulması ve örgütlenmesinde oldukça etkin bir platformdur. Türkiye'de ve dünyada; Wikileaks Devrimi, Arap Baharı, Wall Street'i İşgal Et, Gezi Parkı gibi hareketler, sosyal medyada gündem olmuş ve sosyal medyanın da etkisiyle kimlik eksenli bir yapıya bürünmüştür. Sosyal medya ile beraber toplumsal hareketlere yeni protesto alanları açılmıştır. Öte yandan sosyal medyayı, politik hareketlerin ana etkeni olarak kabul etmek de yanlış olacaktır. Sosyal medyanın yaygın kullanımı sebebiyle yerel hareketler, global bir sistem ve milletlerarası dayanışmayı da etkilemiştir. Küreselleşmeye karşı faaliyetler, milletlerarası dayanışmanın kritik unsurlarından biri olmuş ve sosyal medyanın etkin kullanımı ile örgütlenmişlerdir. Özetle, sosyal medyanın toplumsal olaylarda kullanımı, yalnızca yerel ölçekte değil, uluslararası ölçekte de örgütlenmeyi sağlamıştır.

Toplumsal hareketlerin yanı sıra, afetler gibi toplumu etkileyen olaylar da sosyal medyanın gündemini belirleyen konular arasındadır. Bu gündem belirleme neticesinde afet sonrası iletişim, hızlı ve kolay bir biçimde sağlanabilmiş ve bu doğrultuda oluşturulacak kamusal politikaların önü açılmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümünde,

sosyal medyada Türkiye ve dünya gündemini etkileyen ve kamu politikası bağlamında değerlendirilecek olan 2023 Kahramanmaraş depremleri üzerinde durulmuştur.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

6 ŞUBAT 2023 KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ

Türkiye’de 6 Şubat 2023 günü merkez üssü Kahramanmaraş olan iki büyük deprem yaşanmıştır, merkez üssü Pazarcık olan birinci deprem saat 04.17’de yer kürenin 8,6 km derinliğinde Mw 7.7 büyüklüğünde, merkez üssü Elbistan olan ikinci deprem ise saat 13.24’te yerin 7 km derinliğinde ve Mw 7.6 büyüklüğünde gerçekleşmiştir (AFAD, 2023: 3). Depremler Kahramanmaraş’la birlikte Gaziantep, Hatay, Malatya, Adıyaman, Osmaniye başta olmak üzere, Kilis, Diyarbakır, Şanlıurfa, Adana ve daha sonra Elazığ’ın da eklenmesiyle on bir ili kapsayan çok geniş bir alanı etkilemiş ve büyük hasarlara neden olmuştur. Bu depremler Türkiye’de şimdiye kadar meydana gelen en büyük ikinci ve üçüncü depremler olarak kaydedilmiştir (Marangoz ve İzci, 2023: 6). 6 Şubat 2023 günü onu ve müteakip birkaç gün içinde, 9000’den fazla artçı sarsıntı gerçekleşmiş ve bu aşamada Doğu Anadolu Fayı üzerinde yer alan 5 fay segmenti kırılmıştır. Öte yandan 20 Şubat 2023 Pazartesi günü akşamına kadar kırılmamış olan Antakya fayı da saat 20:04 itibarıyla 6,4 büyüklüğündeki artçı bir depremle beraber kırılmıştır (Ünlügenç, Akıncı ve Öçgün, 2023: 5).

Depremler, ağır bina hasarlarına ve bina göçmelerine neden olmuştur. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’nın depremin etkilerini belirlemek amacıyla depremin hemen ardından bölgede yürüttüğü çalışma kapsamında 19 Şubat 2023 itibarıyla, hasar gören binalardaki toplamda 3 milyondan fazla bağımsız birimde hasar tespit çalışması yapılmıştır. Çalışma sonucunda, ağır hasarlı ve yıkık durumda 384 binden fazla bağımsız alan olduğu saptanmış, bunun yanı sıra, 133 binden fazla bağımsız alanda orta hasar, 1 milyondan fazla bağımsız alanın ise az hasarlı olduğu saptanmıştır (Tercan, 2023: 81). İçişleri Bakanı Ali Yerlikaya’nın en son açıkladığı verilere göre (2 Şubat 2024), depremlerde hayatını kaybeden vatandaşların sayısı 53

binden fazla iken, yaralanan vatandaşların sayısı ise 107 bini aşmıştır (BBC Türkçe, 2024).

6 Şubat depremlerinin ardından dünyanın pek çok bölgesinden çeşitli ülkeler yardım faaliyetlerinde bulunmak ve enkaz kaldırma çalışmalarına destek olmak amacıyla ülkemize gelmiştir. Aynı zamanda ülkemize, milletlerarası örgütlerden ve uluslararası yardım kuruluşlarından maddi destek ve arama kurtarma çalışmalarında yer alacak ekip desteği gelmiştir. Türkiye Cumhuriyeti de depremin yıkıcı etkilerini tolere edebilecek mekanizmalarını harekete geçirmiştir (Korkmaz, 2023: 63). 8 Şubat'ta bölgede 90 gün süre ile olağanüstü hâl ilan edilmiştir. Cumhurbaşkanının ilan ettiği ve Resmî Gazetede yayınlanan; afetten etkilenen on kenti içeren OHAL kararı ile alakalı Cumhurbaşkanlığı tezkeresi, TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilmiştir. Bu çerçevede, Kahramanmaraş, Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, Kilis, Malatya, Osmaniye ve Şanlıurfa OHAL bölgesi sayılmıştır (Euronews, 2023).



Şekil 1. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Sonrası Çekilen Fotoğraflar (NTV, t.y.)

Devam eden günlerde, spor, sanat ve iş dünyasının öne çıkan isimlerin katılımı ile başta TRT 1 olmak üzere, “ATV, Kanal 7, FOX, Show TV, Star TV ve TV 8, Kanal

D” gibi sekiz ulusal kanalın ortak yayın yaptığı “Türkiye Tek Yürek” isimli bir yardım kampanyası düzenlenmiştir. 15 Şubat 2023’te saat 20.00’de başlayarak yedi saati aşan yayından sonra 115 milyar TL’den fazla bağış toplanmıştır. Yardım gecesinin bu başarısının ardından, öteki televizyon kanallarından Halk TV, bahsi geçen yardım kampanyasının benzer bir şeklini 22 Şubat’ta “Bir Kira Bir Yuva”, A Spor, Tivibu Spor, D Smart Sports, beIN Sports, TRT Spor ve TV8, gibi spor kanalı da 1 Mart’ta “Omuz Omuza” sloganları ile yayımlamış ve söz konusu programlarla da önemli miktarda aynî ve nakdî bağışlar toplanmıştır (Çelik, 2023: 632).

6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri, milyonlarca kişiyi etkisi altına almış ve binlerce kişinin, mecburi bir biçimde farklı kentlere göçmesine yol açmıştır. Bölgedeki yurttaşlarca Batı Anadolu’ya doğru göçler başlamış ve tüm Türkiye bundan etkilenmiştir. (Nazlı ve Soylu, 2023: 47). Deprem bölgesinde yaşam mücadelesi verenlerin, hayat koşullarının zorlaşması ve depremin yaşandığı dönemde ağır kış koşullarının mevcut olması ve bölgede sürekli artçı sarsıntıların hissedilmesi gibi pek çok farklı sebeple, deprem bölgesinden kalıcı ya da geçici bir biçimde farklı şehirlere göç etmek, ana çıkar yollarından birisi olarak görülmüştür (BirGün, 2023). Deprem bölgesinde hemen hemen 1,7 milyon sığınmacının bulunduğu söylenmektedir ve 6 Şubat’ta yaşanan afetten mülteciler de önemli ölçüde etkilenmişlerdir. Deprem sonrası gerçekleşen göç dalgasında Suriyeliler de yaşadıkları yerden ayrılarak, Suriye’ye dönmüşler veya ülkemizin farklı şehirlerine göçmüşlerdir. Depremler neticesinde net bir veri elde edilememesine rağmen büyük bir nüfus hareketliliği söz konusu olmuştur. Kamu kaynaklarının açıklamaları çerçevesinde 200 bin, bazı tahminler çerçevesinde 3 milyon insan, deprem bölgesinden ayrılarak göç etmek durumunda kalmıştır (Yenilmez, 2023: 45-46).

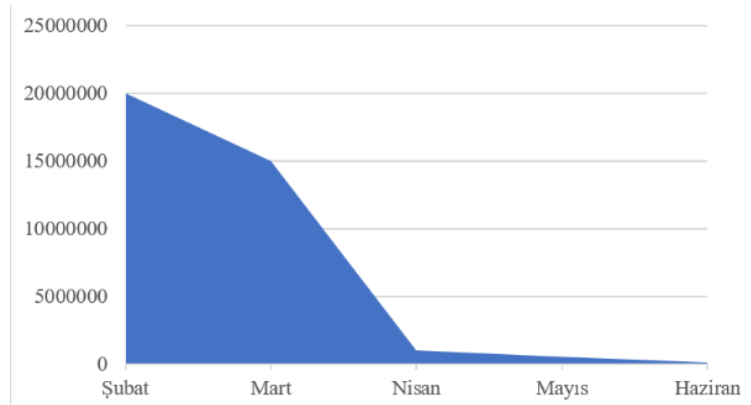
Depremin ardından halihazırdaki binalar; “acil yıkılacaklar, ağır, orta ve hafif hasarlılar” şeklinde sınıflandırılmıştır. Acil yıkılacak olan binalar depremzedeler için büyük tehlike arz etmektedir. Bu binaların hemen yıkılması gerektiğinden, koordinatör mülkî idare amirlerince, Devlet Su İşleri (DSİ), Belediyeler (Büyükşehir Belediyeler dâhil) ile öteki devlet kurumlarının iş makineleri ve ülkemizin pek çok yerinden gelen şirketlerin de desteği ile birkaç ay içinde yıktırılmıştır. Acil yıkılacakların ardından, ağır hasarlı binaların yıkımına başlanmıştır. Binlerce ağır hasarlı binanın yıkılmasının kolaylaştırılmasına yönelik olarak şehirler, birbirlerine yakın yükseklikteki binaların bulunduğu bölümlere ayrılıp ihale edilmiştir. İhale, mülkî idare amirinin başkanlık

ettiği “İl Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB)” tarafından yapılmıştır. Yıkımla enkaz kaldırma sırasında bölgenin güvenliğinin temin edilmesi, tozuma karşı gereken sulamanın gerçekleştirilmesi, kaçak yıkımların engellenmesi, firmaların iş hızının kontrolü gibi birçok konu mülkî idare amirlerince koordine edilmiştir (Ün, 2023: 380).

Çalışmanın bu bölümünde, Kahramanmaraş depremleriyle ilgili genel bilgiler verilmiş, depremler ve sonrasında yaşanan süreç ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bölümün devamında ise, kamu politikası kapsamında sosyal medyanın etkileri araştırılmak istenildiğinden, depremlerin sosyal medyada yansıması ve bu yansımaların kamusal politikalar üzerindeki etkileri üzerinde durulacaktır.

4.1. Depremlerin Sosyal Medyada Yansıması ve Kamu Politikalarına Etkisi

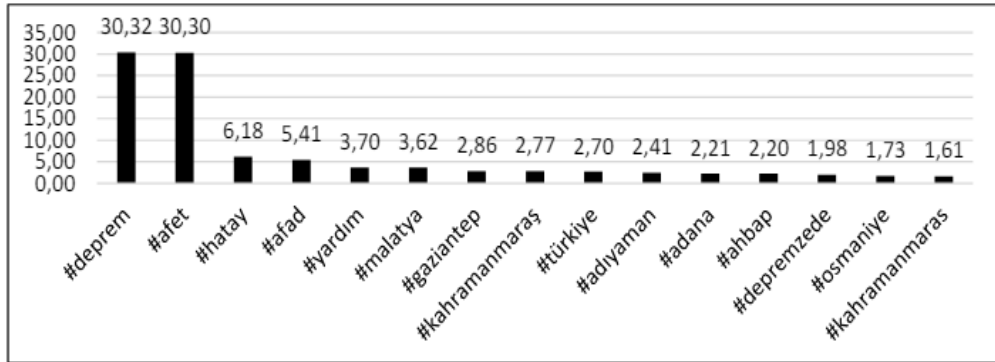
6 Şubat 2023'te Türkiye'deki Kahramanmaraş Depremleri, sosyal medyanın imkân ve ihlallerinin netleşmesi açısından bir kırılma noktası olmuştur. Birçok kullanıcı sosyal medyayı, özellikle X platformunu bilgi paylaşmak, yakınlarından haber almak, duyuru ve ihbar yapmak veya başka amaçlara yönelik olarak çok yoğun bir şekilde kullanmışlardır. İlk 48 saat içinde X platformu üstünden hemen hemen 50 milyon paylaşım gerçekleşmiş ve söz konusu paylaşımlar 40 milyarı geçen erişim elde etmiştir (Habertürk, 2023). Bu verilerin neticesinde, afet durumlarında sosyal medyada yoğun bir paylaşım trafiğinin gerçekleştiğini belirtmek doğru olacaktır (Koçyiğit, 2024: 69).



Grafik 1. 06 Şubat-06 Haziran 2023 Tarihleri Arasında Paylaşılan Tweet Sayısı (Uzun, 2023: 508).

Yukarıda yer alan Grafik 1’de görüldüğü üzere, depremlerin yaşandığı günden itibaren sosyal medyada kullanıcılar tarafından pek çok paylaşım yapılmıştır. Yapılan bu paylaşımların dağılımı ilk iki ay çok yoğun olmakla beraber, iki ayın sonunda tweet sayılarında belirgin bir düşüş yaşanmıştır. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının afetler üzerindeki ilgisinin ve afetlerin gündemi etkileme süresinin anlaşılması açısından önemlidir.

Deprem olduğunu ve depremle ilgili ayrıntıları gösteren kelimeler ve etiketler, ilk 6 saatte X gündeminde listenin başında yer almış, fakat listenin tümünde duygusal destek mesajları, manevi yakarışlar ve aynı zamanda acil durum çağrıları öne çıkmıştır (Yıldırım, 2023: 284). Bununla birlikte gönderilen yardımların depremzedelere geç ulaşması ya da ulaşamaması, kurumlara karşı güvensizlik ve organize olmada meydana gelen sıkıntılar paylaşılmıştır. Canlılara ulaşabilme imkânı düşünülürken enkaz kaldırma çalışmalarına başlanması ve ihtiyaçların depremzedelere geç ulaşması sosyal medyada bahsedilen konular arasındadır. Oğuzhan Uğur ve Babala ekibi, Haluk Levent ve Ahbap Derneği gibi isimler ve kuruluşlar, depremin başından itibaren bölgedeki anlık durumu ve ihtiyaçları en fazla paylaşımlar arasında gelmektedir (aktaran Erkaraman, 2023: 7342).



Grafik 2. 08-15 Şubat 2023 Tarihleri Arasında En Çok Kullanılan Etiketler (%).(Koçyiğit, Kocaoğlu ve Yıldız, 2024: 232).

Grafik 2 incelendiğinde, depremlerin ardından geçen bir haftalık süreçte, Türkiye gündeminde yalnızca depremle ilgili etiketlerin bulunduğu görülmektedir. Depremden etkilenen illerin büyük çoğunluğunun gündem olmasının yanı sıra, Haluk Levent’in

kurucusu olduğu AHBAP derneğinin gündem listesinde olması dikkat çekmektedir. AHBAP, yardımlaşma ve dayanışma temeliyle oluşturulmuş bir STK'dır. Kahramanmaraş depremlerinin ardından AHBAP derneği bağış, insani yardım ve diğer sosyal sorumluluk projelerinde rol üstlenmiştir. Bugün toplumsal yardımlaşmayla dayanışmanın yanı sıra, tabii afet vb. durumlarda etkin bir mücadelede bulunan AHBAP derneği, kullanıcıların paylaşımlarında kendisinden en fazla söz edilen hesaplardan biri olmuştur. Bu da AHBAP derneğinin tabii afet hallerinde toplumca önemsendiğini ve karşılık gördüğünü ortaya koymaktadır (Koçyiğit, 2024: 78).

Sosyal medya aracılığıyla, afet bölgesinde bulunan kişilerin ihtiyaçları ve içinde bulundukları vaziyet, diğer sosyal medya kullanıcıları tarafından öğrenilerek, hızlı bir biçimde örgütlenme ve yardım kampanyaları düzenlenebilmektedir. Sosyal medya platformlarında oluşturulan bu birlik ve yardım, her konuda daha hızlı sonuç alınmasına neden olmaktadır (Anar, 2021: 1141). Öte yandan depremler sürecinde en aktif biçimde kullanılan sosyal medya platformu olan X üzerinden, depreme yönelik alınan tedbirlere, kaçan müteahhitlere ve dayanıksız binalara karşı pek çok eleştiri yapılmıştır (Demirhan ve Hacıoğlu, 2024: 298).

Tablo 1.
Örnek Hashtag Tweetleri

#hashtag	Örnek Tweet Mesajları
#AFAD	Arkadaşlar 4 kişiler ulaşabilsinler #afad #deprem arkadaşlar paylaşın bir şekilde ularsin arkadaşlar haber alamıyoruz, mevcut konumda küçük bir bebek var hiç bir şekilde haber alamadık #afad #DEPREMOLDU
#HATAY	Enkaz altındalarmış lütfen yayalım arkadaşlar #deprem #afad #hatay #deprem #afad Ailemin bulunduğu apartman yıkılmış. Babam, babaannem, amcam, yengem ve kuzenlerim hepsi içerde. Aşağıdaki adrese yardım gönderir misiniz?
#TURKEY	Hızlıca yayalım hızlıca #deprem #hatay #gaziantep “Arkadaşımın ablası sabahtan beri enkaz altında ulaşamıyoruz lütfen haberdar edebilir misiniz” #deprem #hatay @AFADBaskanlik Haber alınamayan bir arkadaşımız daha var #deprem #ACİL #malatya #turkey #AFAD Türk Hava Yolları'na ait 41 uçak ile 6.718 #AFAD gönüllüsü deprem bölgesine sevk ediliyor. #deprem #turkey #Kahramanmaraş ilk görüntüler gelmeye başladı. Yaşanılanlar korkunç.. #turkey #earthquake #deprem

(Demirhan ve Hacıoğlu, 2024: 293).



Şekil 2. Örnek Hashtag Tweetleri (X, 2023).

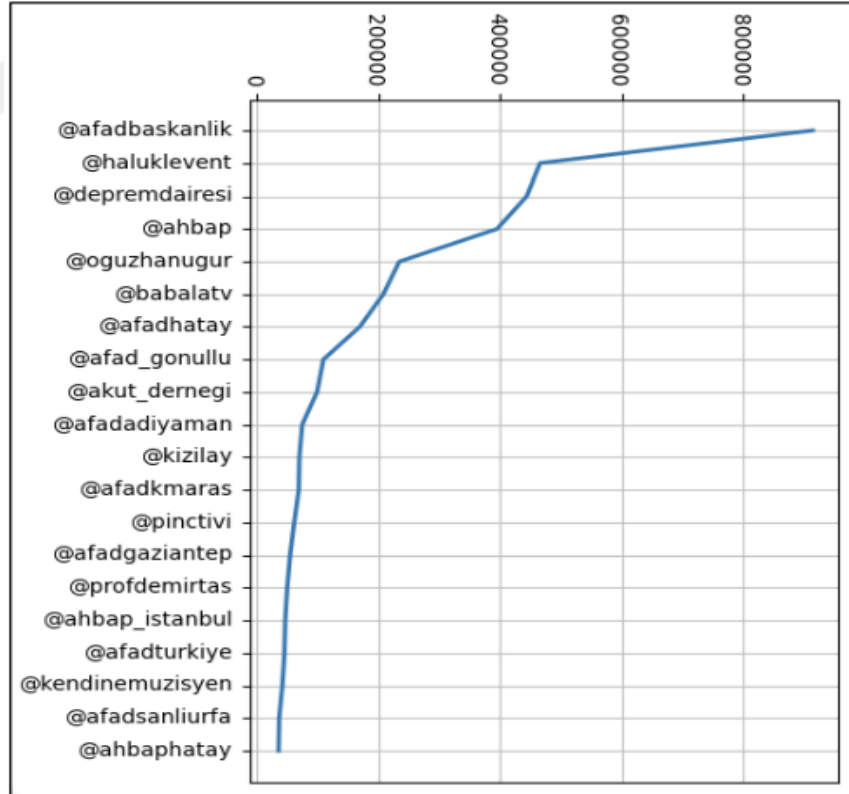


Şekil 3. Örnek Hashtag Tweetleri(X, 2023).

Yukarıda yer alan Tablo 1, Şekil 2 ve Şekil 3 incelendiğinde, sosyal medya üzerinden kullanıcıların yardım taleplerini yetkililere iletmeye çalıştıkları görülmektedir. Depremzedelerin veya yakınlarının sosyal medyada yardım talebinde bulunmaları, enkazın altındaki insanların adres yazmaları, konumlarını atmaları veya video çekmeleri, yakınları enkaz altındaki insanların yetkililerin gitmesine yönelik

olarak adres paylaşması durumu, 6 Şubat 2023'te gerçekleşen Kahramanmaraş depremlerinde daha yaygın bir biçimde görülmüş ve bu durum arama kurtarma faaliyetlerine katkı sağlamıştır (Erkaraman, 2023: 7342). Öte yandan enkaz altında olmadığı halde enkaz altındaymış gibi paylaşımlarda bulunarak arama kurtarma ekiplerinin görevlerini sekteye uğratan paylaşımlar da yapılmasına rağmen alınan tedbirlerle beraber sosyal medya aracılığıyla daha fazla can kaybının önlenmesinin mümkün olduğu söylenebilir (Argın, 2023: 155).

X uygulamasının önemli bir özelliği, Türkçe anlamı “bahsetmek” olan ve “@” simgesiyle gösterilen “Mention”dur. Etiketleme işlemi “@” sembolü kullanılmak suretiyle gerçekleştirilmektedir. Böylelikle paylaşılmış olan tweetin, etiketlenmiş olan kişilerce daha kolay görülmesi sağlanmakta ve etiketlenmiş olan kullanıcının takipçilerine ulaşmak da olanaklı olmaktadır (Korkut ve Şahin, 2022: 481). Grafik 3'te ilgili mention ve Tablo 2'de örnek mesaj gösterilmektedir.

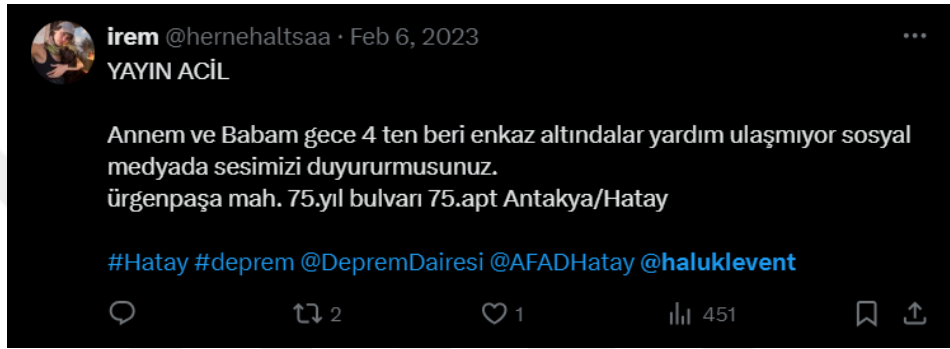


Grafik 3. Mention Frekans Grafiği (Demirhan ve Hacıoğlu, 2024: 293).

Tablo 2.
Örnek Mention Tweetleri

Mention	Örnek Tweet Mesajları
@afadbaskanlik	#DEPREM Büyüklük:7.4 (Mw) Yer:Pazarcık (Kahramanmaraş) Tarih:2023-02-06 Saat:04:17:34 TSİ Enlem:37.236 N Boylam:37.057 E Derinlik:7 km @afadbaskanlik @trthaber @anadolujansi #elbistan da çok sayıda yardım talebi geliyor @afadbaskanlik kış ve gece şartları her yerden çok daha zordur Elbistan da, acil destek. Acil yardım edermisiniz. @afadbaskanlik

(Kaynak: Demirhan ve Hacıoğlu, 2024: 293).



Şekil 4. Örnek Mention Tweetleri (X, 2023)



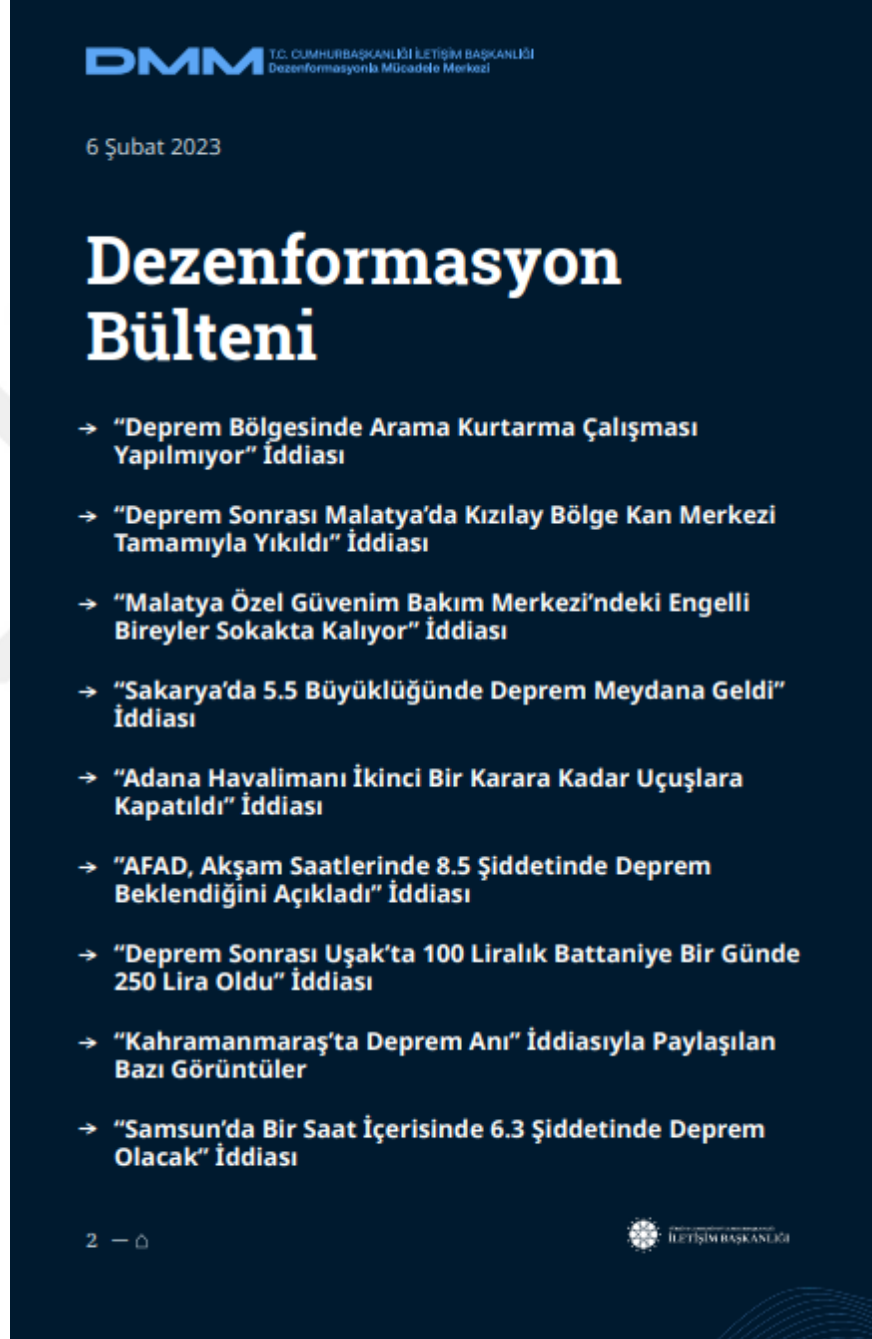
Şekil 5. Örnek Mention Tweetleri (X, 2023).

Demirhan ve Hacıoğlu'nun (2024), 1.914.144 adet tweet analizi üzerinden, örnek mention grafiği ve mention tweetleri incelendiğinde, kullanıcıların en çok afet ve acil durumlara müdahale eden AFAD'a yönelik paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir.

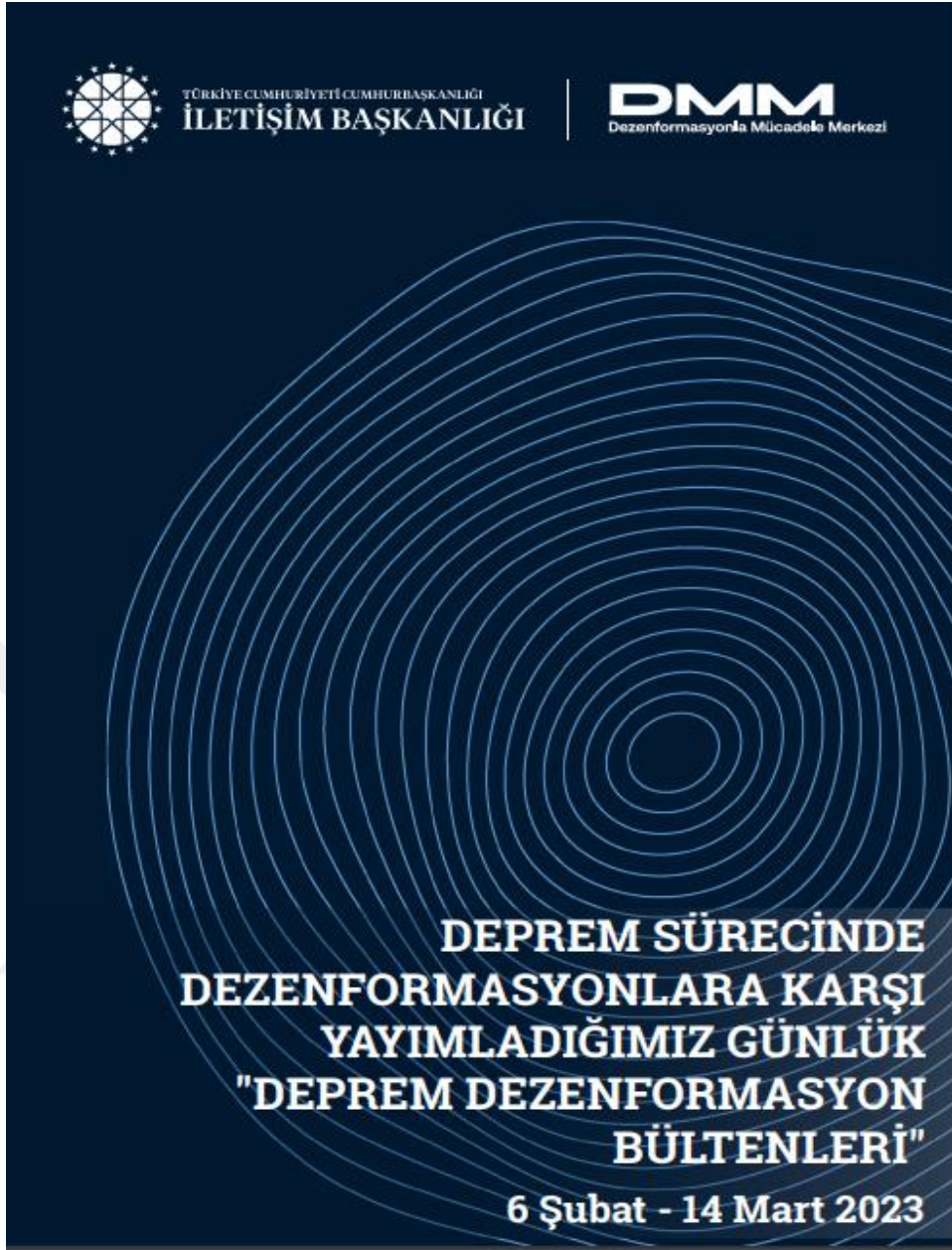
AFAD, afet ve acil durumlara yönelik Türkiye’de yetkili tek kurum olması sebebiyle önemlidir. Depremlerin ardından gerçekleştirilecek yardım faaliyetlerinin koordinesi, afet iletişiminin doğru ve hızlı bir biçimde temin edilmesi, resmî açıklamalar, ölümlerle ve yaralılarla ilgili bilgilerin paylaşılması, duyurular ve başka bütün haberler, AFAD tarafından iletilmiştir. Bu hususta kurum resmi X hesabı, aktif bir biçimde kullanılmış ve kullanıcılar da kuruma yönelik eleştirilerini, önerilerini veya taleplerini X üzerinden AFAD’a iletmıştır (Koçyiğit, 2024: 79). Öte yandan sosyal medya fenomeni Oğuzhan Uğur ve kurucusu olduğu BabalaTv de kullanıcıların en çok “mention”da bulunduğu hesaplar arasındadır. Depremlerin yaşandığı ilk günden itibaren X hesabında depremlerle ilgili aktif paylaşımlarda bulunması, koordinasyon ve yardım faaliyetlerine yönelik girişimleri, deprem bölgesinde yaşananlara dair bilgi paylaşımı, Oğuzhan Uğur’un X hesabını ön plana çıkarmıştır. Bunun yanı sıra kullanıcılarla interaktif bir iletişim içinde olması da Oğuzhan Uğur’u hem “mention” hem de “hashtag” listesinde üste taşımıştır.

Büyük depremin hemen ardından yapılan dezenformatif paylaşımlar, içinden çıkılması zor ve telafisi güç medya krizlerine sebep olmuş ve afet yönetimi süreçlerini etkilemiştir (Demir, 2023: 712). Bilinçsizce yapılan paylaşımlar halkta ve afetzedelerde huzursuzluk yaratabilmektedir. Bununla birlikte afet sonrası sosyal medyada yapılan provokasyonlar ile beraber ikincil krizler ortaya çıkabilmektedir. Özellikle afet sonrası çekilen trajik fotoğraf ve videolar, sosyal medyada açıkça paylaşılmakta ve toplumun ruh sağlığını bozmakla beraber, görüntülerdeki kişilerin varsa yakınlarını olumsuz yönde etkilemekte ve travma yaratması söz konusu olmaktadır (Demiröz, 2020: 299-300). Özgür haber adı altında yapılan bu paylaşımlar, afet yönetim sürecinde X’in önemli bir problem oluşturduğunu göstermektedir. Bir diğer ifadeyle, süzgeçten geçirilmeden yapılan paylaşımlar, yani doğruluğu kontrol edilmeden yapılan paylaşımlar, birtakım etik ihlallere de yol açmaktadır (Argın, 2023: 156). 6 Şubat depremleri sonrasında Cumhurbaşkanlığı’na bağlı İletişim Başkanlığı tarafından düzenlenen bültenlerde de görüleceği üzere, çok sayıda medya ihlali mevcuttur. Arama kurtarma çalışmalarının yapılmadığını, şehir hastanelerinin hasar alıp boşaltıldığını, farklı illerde de büyük depremler olacağını, yardım taşıyan tırlara el konulduğunu, salgın hastalıkların başladığını, delillerin toplanmadan enkazların kaldırıldığını, iş makinelerinin engellendiğini öne süren paylaşımlar yapılmıştır. Tüm bunlar ve bu tür haberler, bilhassa sosyal medyada dolaşıma sokulmuş ve afet yönetiminin etkinliğini

zedeleyecek tepki geliştirilmiştir (Demir, 2023: 712). Şekil 6, Şekil 7 ve Şekil 8’de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın Kahramanmaraş depremlerinin ardından yayımladığı “Dezenformasyon Bültenleri” yer almaktadır.



Şekil 6. 6 Şubat 2023 Tarihli Dezenformasyon Bülteni (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023)



Şekil 7. 6 Şubat – 14 Mart 2023 Deprem Dezenformasyon Bültenleri (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023).

İÇİNDEKİLER

"Deprem Bölgesinde Arama Kurtarma Çalışması Yapılmıyor" İddiası.....	3
"Deprem Sonrası Malatya'da Kızılay Bölge Kan Merkezi Tamamıyla Yıkıldı" İddiası.....	6
"Malatya Özel Güvenim Bakım Merkezi'ndeki Engelli Bireyler Sokakta Kalıyor" İddiası... 8	
"Sakarya'da 5.5 Büyüklüğünde Deprem Meydana Geldi" İddiası.....	11
"Adana Havalimanı İkinci Bir Karara Kadar Uçuşlara Kapatıldı" İddiası.....	13
"AFAD, Akşam Saatlerinde 8.5 Şiddetinde Deprem Beklendiğini Açıkladı" İddiası.....	15
"Deprem Sonrası Uşak'ta 100 Liralık Battaniye Bir Günde 250 Lira Oldu" İddiası.....	17
"Kahramanmaraş'ta Deprem Anı" İddiasıyla Paylaşılan Bazı Görüntüler	19
"Samsun'da Bir Saat İçerisinde 6.3 Şiddetinde Deprem Olacak" İddiası.....	21
"Afet Bölgelerindeki Arama Kurtarma Çalışmalarında TSK Devreye Girmede" İddiası.....	25
"TÜBİTAK Deprem Meydana Geldiği Bölgeyle İlgili Projeyi Reddetti" İddiası.....	29
"Depremde Hasar Gören Mersin Şehir Hastanesi Boşaltılıyor" İddiası.....	32
Sosyal Medya ve WhatsApp Gruplarında "AFAD Uyarısı" Başlığıyla Paylaşılan Bazı İddialar.....	34
"Osmaniye'de Deprem Felaketi Yaşanırken MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli Partisinin Yıldönümünü Kutluyor" İddiası.....	36
"Deprem Sonrasında Atatürk Barajı'nda Çatlaklar Oluşturdu" İddiası.....	38
"Afet Bölgesine Giden İş Makinaları Engelleniyor" İddiası.....	42
"Milano Başkonsolosluğu, İtalyanlardan Diyanet Vakfı'na Bağış Göndermesini İstedi" İddiası.....	44
"İsrail'den Gelen Yardım Ekibi Bekletiliyor" İddiası.....	46
"Hatay Havalimanı'nın Ankara Büyükşehir Belediyesi Tarafından Onarıldığı" İddiası.....	48
"Macaristan'dan Gelen Yardım Ekibi Kötü Muameleye Maruz Kaldı" İddiası.....	50
"HDP'li Ağrı Patnos Belediyesi'nin Deprem Bölgesine Ulaştırmaya Çalıştığı Yardım Aracına Kaymakamlık Tarafından El Konuldu" İddiası.....	52
"Hatay'da Yıkılan Binaları Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ödül Verdiği Servet Altaş'ın Firması Ser-Al İnşaat Yaptı" İddiası	54
"Deprem Bölgesinde Millet Cenazelerini Toprağa Veremiyor, Savcılar Mesai Bitti Diye İşlem Yapmıyor" İddiası.....	59
"Hatay T Tipi Kapalı Ceza İnfaz Kurumunda Deprem Sonrası Yaşanan Olaylarda Kadın Hükümlü ve Tutuklulara Tecavüz Edildiği" İddiası.....	61
"Kızılay'ın Afet Bölgesinde Hiç Çadırı Olmadığı, Kızılay Başkanı'nın Afet/Yardım Tecrübesi Olmadığı ve İlahiyat Mezunu Olduğu" İddiaları.....	63
"Deprem Bölgesinde Kullanılacak Ekipman ve İş Makinası Gibi Kritik Araçların Gümrük Vergilerinin Kaldırılmadığı" İddiası.....	66

Şekil 8. 6 Şubat – 14 Mart 2023 Deprem Dezenformasyon Bültenleri İddiaları (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde yer alan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin günlük olarak yayımladığı "Deprem Dezenformasyon Bültenleri" daha sonra tek bir bültende derlenerek paylaşılmıştır. Yayımlanan tüm bu dezenformasyona uğramış haberler, depremle mücadele faaliyetlerini sekteye uğratmıştır. Arama kurtarma çalışmalarına devam edilirken devlet organları ve sivil toplum örgütleri hakkında yapılan sahte haberler, insanların yanlış yönde

etkilenmelerine sebep olmuştur. Bu doğrultuda da bu haberleri paylaşan kişiler Dezenformasyon Yasası kapsamında göz altına alınmıştır (Aydın, 2023: 2610).

Depremler esnasında ve sonrasında sosyal medyada bilgi trafiği hiç durmadan devam etmiş ve bu durum da habercilikle ilgili pek çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Şekil 8.'de yer alan haberlerin içeriklerine dair görüntüler yayılmış öte yandan da bu içeriklerin doğruluğuna dair sorgulamalar yapılmıştır. Eski depremlere dair görüntülerin yayıldığı, aslı olmayan bilgilerin haber olarak sunulduğu, bazı gerçeklerin gizlendiği, çarpıtma, manipülasyon ve etik ihlali örnekleri de yaşanmıştır. Bununla beraber kışkırtıcı ve ötekileştirici bir dille yazılmış haberler okuyucuyla buluşturulmuştur (Maden, 2023: 407).

Sosyal medyada en çok paylaşılan dezenformasyona uğramış bilgi ise yaşanan depremlerin aslında “yapay depremler” olduğu iddiasıdır. Depremi, bir savaş stratejisi olarak ABD'nin Yüksek Frekanslı Aktif Atmosfer Araştırma Programı HAARP'ın tetiklediği savı gündeme oturmıştır. Öte yandan bu iddia hem Anadolu Ajansı Teyit Hattı tarafından hem de jeofizik uzmanları tarafından yanlışlanmıştır. Bununla birlikte, bu iddiayı paylaşan hesapların yalnızca iki ay gibi kısa bir süre içerisinde açıldığı tespit edilmiştir. Bu örnekte olduğu gibi sosyal medya üzerinden hızla yayılan ve doğruluğu kanıtlanmamış bilgiler pek çok kez kendini yeniden üretebilme potansiyelindedir. Dezenformasyon konusu evrensel ölçekte incelendiğinde en çok maruz kalan devletlerden biri de Türkiye'dir. Özellikle Kahramanmaraş Depremleri sonrasında yayılan enformasyonlar, dezenformasyona açık bir duruma gelinmesine sebep olmuş ancak Türkiye'nin bu yöndeki iletişim çalışmaları ve dezenformasyonu açık eden paylaşımları bu durumun önüne geçilmesi için bir adım olmuştur (Güngör, 2023).

Çalışmaya konu olan İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (DMM) tarafından yayımlanan dezenformasyona uğramış bilgilerin genellikle X platformu üzerinden paylaşıldığı görülmektedir. Bu durum da X platformunun afet ve kriz zamanlarında önemli bir sosyal ağ olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, DMM tarafından dezenformasyonla mücadele kapsamında yoğun bir çalışma gerçekleştirildiği görülmektedir. Bununla birlikte “teyit.org” sitesi de yanlış haberlerin ortaya çıkarılması ve bu haberlerin doğru biçimiyle kamuoyuyla paylaşılması için yoğun bir çaba göstermiştir. Her ikisinde de günlük bir biçimde dezenformasyonla ilgili içerikler paylaşılmıştır (Koçyiğit, 2023: 84). Aşağıda yer alan Tablo 3.'te “teyit.org”

sitesinde yer alan bilgilerden derlenerek depremler sonrası sosyal medyada paylaşılan dezenformasyona uğramış içerikleri göstermektedir.

Tablo 3.

Kahramanmaraş Depremleri Sonrası Sosyal Medyada Paylaşılan İddialar

Haberin İddiası	Analiz Sonucu	Yanlış Haber Türü
Videonun 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Simpsonların 6 Şubat 2023 Güneydoğu depremini bildiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Sakarya'da 6 Şubat 2023'te deprem meydana geldiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Malatya'da yıkılan Trend Garden Residence isimli binanın üç yıllık olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Yıkılan binanın 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görseldeki sitenin AFAD'ın resmi yardım sitesi olduğu iddiası	Yanlış	Uydurma
Adana Havalimanı'nın uçuşlara kapatıldığı iddiası	Yanlış	Uydurma
AFAD'ın Türkiye'de fay hatlarının gittikçe yayıldığını açıkladığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Kızılay ve AFAD'ın ikinci el giysi yardımı kabul etmediği iddiası	Doğru	
Videonun Adana'daki tsunamiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Türkiye'deki depremin ardından yaşanan nükleer patlamayı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
THY'ye ait insani yardım uçaklarının dönüşte vatandaşları taşıdığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Numaraların AFAD'a ait olduğu iddiası	Karma	
Videonun Türkiye'deki depremin ardından Kabe'de okunan duayı gösterdiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon/ Uydurma
Malatya'da bir yıllık binanın depremde yıkıldığı iddiası	Doğru	
Fotoğrafın 6 Şubat 2023 Güneydoğu depreminden sonra çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Twitter hesaplarının Ahbap'ın resmi hesapları olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Videodaki ışıkların HAARP nedeniyle oluştuğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Türkiye'deki deprem için Azerbaycan'dan gelen yardım araçlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Kahramanmaraş'ın depremde önce ve sonrası gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Çarpıtma
Araç içinde uyumanın karbonmonoksit zehirlenmesine sebep olacağı iddiası		Karma
6 Şubat depremlerinden sonra Türkiye'nin üç metre kaydığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Depremzedelerin T.C. kimlik numarasıyla ilaç alabildiği iddiası	Doğru	
Milano Başkonsolosluğu'nun deprem yardımları için yalnızca Diyanet Vakfı'nı gösterdiği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Videodaki kişinin AK Parti Kahramanmaraş Milletvekili Habibe Öçal olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Ece Ünür'ün "Haluk Levent ve Oğuzhan Uğur, cumhurbaşkanından daha çok ülkeyle ilgileniyor" dediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun Türkiye'deki depremlerden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Kahramanmaraş depreminin dünyanın en büyük kara depremi olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
NATO ülkelerinin yaptığı tatbikatta deprem sonrası Türkiye'yi işgale hazırlandıkları iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Depremzedelerin otellere yerleştirilmeden önce AFAD'a başvurmaları gerektiği iddiası	Doğru	
AFAD'ın Tuborg ve Efes logolu polarları kabul etmediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Darülaceze'nin depremzede çocuklar için gönüllü anne aradığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Dua eden bulutların Kahramanmaraş depremi ile alakalı olduğu iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Enkazdan çıkan kişiye fazla su verilmesi halinde ölebileceği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
2010 Haiti depremi sonrası kaybolan çocukları UNICEF'in kaçırdığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Deprem bölgesine yardım götürün Fenerbahçe tırının yağmalandığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
Salgın hastalıkları önlemek için enkazların üzerine çamaşır suyu atılabileceği iddiası	Karma	
Jeoloji Profesörü Cenk Yaltrak'ın depremin şiddetinin 11 olduğunu söylediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Video Türkiye'deki depremde mi kaydedildi?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Katar'ın Dünya Kupası gelirlerini Türkiye'ye bağışladığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
İzmir'de valiliğin deprem yardım tırının pankartının zorla söküldüğü iddiası.	Karma	
Fotoğrafın Gaziantep'te yağma yaparken dövülen Suriyeliyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hindistan'ın Türkiye'ye yardımlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
ABD'li petrol şirketinin Kahramanmaraş'ta petrol ararken depremi tetiklediği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme/ Uydurma
Videonun Burak Özçivit'in deprem bölgesindeki çalışmalara katıldığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Kahramanmaraş'ta depremden sonra volkanik aktivite meydana geldiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Fotoğrafın Hatay'da "devlet yok, açlıktan ölüyoruz" diyen kişiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Kulağı kesilen kişinin deprem bölgesindeki yağmacılardan biri olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Jordi Diaz'ın Türkiye depremlerinin, Japonya depreminden 30 kat şiddetli olduğunu söylediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Fotoğrafın Kahramanmaraş depremleri sonrasına ait olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Süleyman Soylu'yu Kahramanmaraş depremi sonrası gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun yardım bahanesiyle Suriyelileri Türkiye'ye taşıyan kaçakçıları gösterdiği iddiası.	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrailli ekibin deprem bölgesinden ayrıldığı iddiası	Karma	
Videonun Kahramanmaraş depremlerinden sonra çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın deprem sonrası Kızılay başkanının fabrika ziyaretini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Haluk Levent'in bir özel uçakta çekilen fotoğrafının güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Videonun Kahramanmaraş'taki deprem sonrası kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Videonun deprem bölgesine konteyner ev taşıyan treni gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Twitter hesabının Kenan İmirzaloğlu'na ait olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Çinli arama kurtarma görevlisini gösteren fotoğrafların yapay zekayla üretildiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon
6 Şubat depremlerinde Hatay'ın Erzin ilçesinde hiçbir binanın yıkılmadığı iddiası	Doğru	
Prof. Dr. Cenk Yaltrak'ın 6 Şubat depremlerinden sonra "İstanbul'da 2026'ya kadar deprem olacak" dediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Videodaki Atatürk büstlü aracın depremzedelere yardım götürdüğü iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
@hknural hesabının Hakan Ural'a ait olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Deprem için yapılan yardımların vergiden düşüleceği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun Babala TV ekibinin yardım merkezinde film izlediğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme/ Çarpıtma
Süleyman Soylu'nun 2019'da koordine ettiği deprem tatbikatının yapıldığı otelin yıkıldığı iddiası	Doğru	
Videonun İspanyol askerinin Türkiye'de asayişini sağlamak için devriye gezdiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Videodaki köpeğin deprem sonrasında kurtarıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Uzaydan gönderilen titanyum çubuklarla deprem yaratıldığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Cengiz Holding'in 3 milyar TL'lik yatırımına devlet teşviki verildiği iddiası	Doğru	
Videonun Filistinli vekilin deprem taziye mesajına verilen tepkiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Süleyman Soylu'nun sadece İstanbul depremi için hazırlık yapıldığını söylediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
A Haber'in yayında Kahta ilçesini Adıyaman kent merkezi gibi gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
İsrail'deki Türkiye haritasının depremleri öngördüğü iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Fotokapan görüntüsünün Kahramanmaraş depremlerinden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Bakan yardımcısı Birpınar'ın "sismik izolatör" paylaşımı yaptığı iddiası	Doğru	
Fotoğraftaki kişilerin Ahbap tarafından dolandırıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme/ Bağlamdan Koparma
Fotoğrafların 20 Şubat'taki depremden önce Suriye'de çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Hırsızlık yaptığı belirtilen kişiyi gösteren fotoğrafın Kahramanmaraş'tan olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Elazığ Valisiyle Süleyman Soylu'nun konuşmasının güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme
Meral Akşener'in deprem bölgesindeki videosunun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı ilişkilendirme

(Aydın, 2023: 2613-2614).

Deprem sonrasında en kritik saatlerinde (08.02.2023) bazı provokatörlerin paylaşımları ve asılsız ihbarlar nedeniyle, X'e Türkiye'de bant daraltması uygulanmış ve platforma erişim kısıtlı hale getirilmiştir. Bu kısıtlama işleminin hukuki dayanağı 2022'de çıkan "Sosyal Medya Yasası"dır. Bu yasayla sosyal medya ağlarına getirilen erişim sınırlamaları gibi durumlar, hukuken olanaklı kılınmıştır. Diğer tüm toplumsal olaylarda görüldüğü gibi bu depremler sonrasında da sosyal medya üzerinden sahte ihbarlar yapanlar, afet bölgesine dair asılsız haber ve bilgi yayanlar (dezenformasyon ve misenformasyon), asılsız ihbarlar yaparak enkaz altında kaldıklarını iddia edenler, internette ve sosyal ağlarda sahte yardım kampanyaları düzenleyerek para toplayan dolandırıcılar olduğu da görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal medyanın ve özele inildiğinde X'in önemli bir iletişim alanı olduğu, bu gibi bir afet anında getirilen bant daraltması ve kısıtlamalar pek çok tartışmayı da beraberinde getirmiştir (Erkaraman, 2023: 7343). Bu tür olayların artması üzerine, Türkiye Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı ile X'in Küresel Hükümet İlişkileri Başkanı ve Türkiye'den Sorumlu Kamu Politikaları Direktörüyle dezenformasyon, sahte yardım kampanyaları, sahte hesaplar, gerçek dışı ihbarlar, yalan paylaşımlar hakkında bir görüşme gerçekleşmiştir. Bu görüşmede, toplumu panik ve kaosa sürükleyecek derecede olumsuz etkisi olan dezenformasyonla ve "Internet Ortamında İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" bağlamında yapılması gerekenler ele alınmıştır. Diğer bir sosyal medya engellemesi de 21 Şubat 2023'te, "Ekşi Sözlük" adlı site (eksisozluk.com), 21 Şubat 2023 tarihli Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu kararıyla erişime engellenmiştir" açıklamasıyla kapatılmıştır (Özlü-Diniz ve Koçanlı, 2023: 12).



Şekil 9. Afet Sonrası İhtiyaçlar Listesi(Mersin Büyükşehir Belediyesi Resmi X Hesabı, 2023).

Sosyal medyanın sağladığı yardımlaşma ve dayanışma ortamıyla, toplumla kuruluşların afetlere karşı dayanıklılıkları da artmaktadır. Çağımızda afetlere karşı ortaya koyulan elastikiyet (disaster resilience), afetten sonraki toparlanma evresinde toplumlara büyük bir güç sağlamıştır (Salik ATA, 2023: 68). Şekil 9’da görüldüğü üzere 6 Şubat depremlerinde, sosyal medya aracılığıyla, deprem bölgesinde ihtiyaç duyulan malzemeler duyurulmuş böylelikle kamu kurumları, vatandaşlar ve STK’lar bu ihtiyaçları karşılamaya çalışmıştır.



Şekil 10. Deprem Sonrası Yapılan Çalışmalar (Dijital Gaste X hesabı, 2023)

Aynı zamanda sosyal medyada bahsi geçen talepler ve ihtiyaçlar doğrultusunda pek çok politika kısa bir süre içerisinde uygulamaya konulmuştur:

- Sosyal medyada en çok bahsi geçen ve eleştirilen konulardan biri olan afetzedelerin barınma sorunu, afet bölgesiyle afet bölgesi çevresinde; “konteyner, çadır, kamu misafirhaneleri, oteller, Gençlik ve Spor Bakanlığı (GSB) yurtları, Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) tesisleri ve diğer tesislerde barınma hizmeti” verilmesiyle çözülmeye çalışılmıştır.
- Afet bölgesindeki hastanelerin hasar alması sonucu çevre illere sevk edilen yaralı afetzedelerin durumu ve fotoğrafları sosyal medyada hızla yayılmış ve bunun üzerine çok geçmeden devlet tarafından 10 ilde 77 sahra hastanesi kurulmuştur.
- İnsani ihtiyaçların temelini oluşturan gıda ve su ihtiyacı, afetin yaşandığı ilk günden itibaren sosyal medyada paylaşılan ihtiyaç listelerinin en başına yer almıştır. Öte yandan merkezi bir koordinasyonun sağlanamaması ve sevkte yaşanan aksaklıklar, kullanıcılar tarafından oldukça eleştirilen konulardan biri olmuştur. Bunun üzerine; AFAD, Türk Kızılayı, Millî Savunma Bakanlığı (MSB), Jandarma ve STK'larca yollanan 369 mobil mutfakla afetzedelerin beslenme ihtiyaçları karşılanmıştır.

- Depremlerin ardından bölgedeki insanların toparlanmalarına yardımcı olabilmek için afetzedelerle ilgili 10.000 TL tutarındaki Hane Başı Destek ödemesinde bulunulmuştur. Aynı zamanda sosyal medyada yardım faaliyetleriyle ilgili yoğun bir bilgi kirliliği yaşanmıştır. Özellikle X platformu üzerinden bazı kişi ve gruplar, IBAN paylaşımında bulunarak, afetzedelere yardımda bulunduklarını iddia etmişlerdir. Tüm bu bilgilerin kontrol edilebilirliği zor ve uzun bir süreç olacağından; tüm TV kanallarının ortak yayınıyla “Türkiye Tek Yürek” kampanyası başlatılmış ve vatandaşların yardımlarını buraya yapmalarını istenmiştir.
- Hasarlı binaların sayısının fazla olması ve özellikle sosyal medyada dolaşan, hasarlı binaların boyanarak hasarsız gösterilmeye çalışıldığı gibi iddialar neticesinde, Doğal Afet Sigortalar Kurumu (DASK), internet sitesiyle E-Devlet üstünden alınmış olan hasar ihbar yollarına ilaveten AloDask 125 Afet Çağrı merkezi üstünden 7/24 hizmete geçmiştir.
- Afetlerden en çok etkilenenler hiç kuşkusuz çocuklar olmuştur. Bu sebeple, afet bölgesinde toplum ve duygu temelinde etkinliklerle çocuklara psikolojik destek sağlanmıştır.
- Afetlerin ardından okulların hasar alması ve toparlanma faaliyetlerinin henüz tamamlanmamış olması sebebiyle, Yükseköğretim Kurulu (YÖK), depremten dolayı 2022-2023 öğretim döneminin bahar yarıyılına uzaktan eğitim yolu ile devam edilmesine karar vermiştir ve 2023-2024 eğitim-öğretim dönemi güz yarıyılında afetten etkilenmiş olan kentlerdeki yüksek öğrenim kurumları uzaktan eğitimi sürdürme kararını almıştır.
- Barınma sorununa geçici olarak çadırkentlerle çözüm bulunsa da yağmur sonrası çamur ve suların çadırların içine girmesi ve bu duruma dair fotoğraflar, sosyal medyada gündem olmuştur. Bununla birlikte çadırkentlerin yanında konteyner kentler kurulmuştur (Salik ATA, 2023: 69-70).
- Afet sonrası yönetimin ilk aşaması geçildikten ve temel gereksinimler karşılandıktan sonra, bireylerin günlük hayatlarına dönebilmeleri için enkaz kaldırma çalışmalarına başlanmıştır. Aynı zamanda hasar almış ulaşım ağlarına yönelik çalışmalara da başlanmıştır. Öte yandan yardım kampanyalarından toplanan gelirin hangi faaliyetlerde kullanıldığı, kullanıcılar tarafından oldukça

sorgulanmıştır. Bununla birlikte, afetzedelerin evlerinin yeniden inşası için 11 afet ilinde depremzedeler için konut inşasına başlanmıştır (Toplu Konut İdaresi Başkanlığı [TOKİ], 2023).



Şekil 11. Deprem Sonrası Yapılan Çalışmalar (Recep Tayyip Erdoğan Resmi X Hesabı, 2024).

Aniden ortaya çıkan ve yönetilmesi zor süreçler olan afetlerin, günümüzdeki en yıkıcı ve en yakın örneği 6 Şubat 2023'te yaşanan Kahramanmaraş depremleridir. Afet yönetiminin doğru ve koordineli bir biçimde yönetilebilmesi için, kişiler ve kurumlar arasındaki iletişimin doğru, şeffaf ve hatasız biçimde yürütülmesi gerekmektedir. Bu iletişim biçimi, geçmişte geleneksel medya yöntemleriyle yürütülse de günümüzde sosyal medya platformları üzerinden yürütülmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, etkili bir iletişim aracı olarak kullanılabilir. Milyarlarca kullanıcıya sahip olan ve ücretsiz paylaşım imkânı sunan sosyal medya, afet iletişimi ve yönetimi konusunda oldukça önemlidir (Aşan, 2024: 424). Bireyler, özellikle olağanüstü hâl durumlarında sosyal medya aracılığıyla bilgiye ulaşmak için aktif birer kullanıcı haline gelmektedirler (Koçyiğit, 2024: 82). Bu durum, 2023 Kahramanmaraş depremleri

sonrasında katlanarak artmıştır. Toplumu depreme dair bilgilendirmek, harekete geçirmek, dayanışma ruhu oluşturmak, uyarmak ve yardım istemek için bir sosyal medya platformu olan X sıklıkla kullanılmıştır (Tarakcı, 2023: 1844).

Depremlerin yaşandığı tarih olan 6 Şubat 2023'te başlayan deprem hakkında tweetler ve aktif X kullanım yoğunluğu, bu tarihi takiben 2 ay sonra kademeli olarak azalmaya başlamıştır. Bu durum, asrın felaketi olarak nitelendirilen depremlerin büyüklüğünü gözler önüne sermektedir. Aynı zamanda kullanıcılar, depremin etkilediği 11 il için, ayrı ayrı bilgi edinmeye çalışmış, konu ile ilgili bilgisi olanlar ya da o bölgede yaşayan depremzedeler de sosyal medya aracılığıyla içinde bulundukları vaziyet hakkında paylaşımlarda bulunmuşlardır. Bu paylaşımlar; yardım talebi, enkaz altı bilgisi, duygusal destek mesajı veya yalnızca bilgi aktarımı gibi fotoğraf ve videolarla desteklenen paylaşımlar olmuştur. Bununla beraber paylaşılan gönderilere “AFAD”, “AHBAP” ve “Kızılay” gibi STK’lar da etiketlenerek talepler ve tepkiler doğrudan ilgili kuruluşlara iletilmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, aracısız ve şeffaf olması yönüyle sosyal medya paylaşımları, faaliyete geçilme konusunda önemli bir noktadadır. Öte yandan tüm bilgilerin doğruluğunun teyit edilememesi ve yaşanan bilgi kirliliği hem kamuoyu hem de kamu kurum ve kuruluşları üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmuştur.

2023 Kahramanmaraş depremlerinin sosyal medyada yansımaları incelendiğinde, karşımıza çıkan en önemli sorunlardan biri dezenformasyon, yani yanlış bilginin yayılmasıdır (Coşkun, 2023: 1176). Depremler ve deprem sonrası durumla alakalı bilgi almak isteyen insanların sosyal medyada paylaşılan gönderilerle devamlı etkileşimde bulunması sonucunda, dezenformasyon haberleri artarak yayılmıştır. Depremler sonrasında yayılan dezenformatif bilgilerin hemen teyit edilememesinden kaynaklı pek çok yanlış bilgi, kamuoyu tarafından geniş etki uyandırmış ve sonuçları zaman, ekipman ve hatta insan kaybına yol açmıştır. Yetkililer, bilim insanları, haber sunucuları ve kanaat önderleri tarafından sosyal medyada dezenformasyona karşı sürekli uyarılar verilse de bu tür haberlerin önüne geçilmesi mümkün olmamıştır. Bu duruma çözüm olarak 8 Şubat 2023'te hükümet tarafından X'in Türkiye’de kullanımına sınırlama getirilmiş, ancak afet bölgesindeki elektrik ve telekomünikasyon sorunlarından dolayı, STK’lar, gönüllüler ve depremzedeler arasında iletişim kopukluğu yaşanmış ve X kısıtlama kararı kaldırılmıştır (Serin ve Ünlü, 2024: 12-13). 6 Şubattan sonra gerçekleşen söz konusu ihlaller, medya ve afet yönetimi çerçevesinde yeni

düzenlemelerde bulunmanın ve mevcut düzenlemeleri gözden geçirmenin önünü açmıştır (Demir, 2023: 714). Bu açıdan, devlet organlarının oluşturduğu ve kontrolünü elinde tutabilecekleri, daha güvenilir bilgi alma ve haberleşme platformlarını kullanmaları daha faydalı olacaktır (Demirhan, 2024: 448).

Depremelerin ardından depremzedeler, depremzede yakınlarının ve yardımsever yurttaşların yardımlaşma ve dayanışma adı altında X’de pek çok paylaşımı olmuştur. X ve diğer sosyal medya platformları aracılığıyla ihtiyaç sahibi kişilerin konumlarına dair fikir verildiği ve depremzedelerin ihtiyaçlarının karşılanması için farklı iletilerin gönderildiği görülmektedir. Sosyal medya, yaşanan büyük felaketin ve depremten etkilenen bölgenin adeta dili olmuştur. Bu depremde, gönüllülük esasına dayanan bir yardımlaşma aşamasına katkı veren kişiler ya da kurumlar, örgütsüz bir şekilde sosyal medya üstünden harekete geçmişlerdir. Bu açıdan deprem süreçlerinde X’in, depremzedelerin gereksinimlerinin duyurulmasında ciddi bir role sahip olduğu söylemek mümkündür (Argın, 2023: 153).

Afet sonrası sosyal medyada gündeme gelen konular ve görülen eksiklikler kamu yöneticileri tarafından değerlendirilmiş ve bu yönde çeşitli kamu politikaları hazırlanmıştır. Bu hususta önce temel gereksinimler olan gıda ve barınma ihtiyacı kamu kurumları aracılığıyla karşılanmıştır. Aynı zamanda kamu yöneticileri ve kamu kurumlarının resmi sosyal medya hesaplarından, afet bölgesindeki temel eksikliklerin listeleri de gönüllü vatandaşlar için paylaşılmıştır. Depremde evleri yıkılan afetzedelerin barınma ihtiyaçlarını karşılamaları için hem kamu tesisleri tahsis edilmiş hem de çadırkentler kurulmuştur. Hava koşullarından dolayı çadırların su ve çamur dolması, afetzedeler için zor bir durum ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyada paylaşılan çadırkentlerin durumunun fotoğrafları, tepkilere neden olmuştur. Böylece çadır kentlerin yerini konteyner kentler almış ve kalıcı olarak barınma probleminin giderilmesi amacıyla Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı Toplu Konut İdaresi Başkanlığı (TOKİ) 11 afet ilinde depremzedeler için konut inşasına başlamıştır (TOKİ, 2023). Yaralı afetzedelerin tedavi edilmesi ve bölgedeki bazı hastanelerin hasar alması üzerine, yaralı ve yaralı yakınları tarafından sosyal medyada yardım talebinde bulunulmuş, bunun üzerine afet bölgesinde sahra hastaneleri kurulmuştur. Afetzedelere Hane Başı Destek ödemesi yapılmış ve sosyal medyadaki bilgi kirliliğini gidermek ve tek elden yardım toplamak maksadıyla “Türkiye Tek Yürek” yardım kampanyası başlatılmıştır.

Sosyal medyada deprem sonrası eğitim de önemli gündem başlıkları arasında yer almıştır. Depremden etkilenen illerde bazı okulların hasar alması, hasar almayan okullardaki öğrencilerin ise deprem sonrası psikoloji durumu sebebiyle eğitime devam edemeyecekleri düşüncesiyle, ara tatilden sonra, kademeli bir biçimde eğitime devam edilmiştir. Bununla birlikte, MEB tarafından deprem bölgesinde yaşayan öğrencilere yönelik bir aylık telafi eğitimi hazırlanmıştır (MEB, 2023). Aynı zamanda YÖK tarafından 2022-2023 öğretim dönemi bahar yarıyılında uzaktan öğretime geçilmesi çerçevesinde karar verilmiş ve 2023-2024 öğretim dönemi güz yarıyılında, depremten etkilenmiş olan illerdeki üniversitelerde, uzaktan eğitime devam etme kararı alınmıştır (YÖK, 2023).

6 Şubat depremlerinin sosyal medyadaki en önemli yansıması, şüphesiz beklenen Büyük İstanbul Depremi'ne yönelik, hükümetin yapması istenilen politikalar. Yaşanan söz konusu depremler, yıllardır kamuoyunda korku ve tedirginlikle beklenen Büyük İstanbul Depremi'ni tekrar gündeme getirmiştir. Öyle ki bu yönde sosyal medya üzerinden hükümete karşı büyük tepkiler gelişmiştir. Dezenformasyonun da bir örneği sayılabilecek bu konu, kamuoyunun beklenen depreme ilişkin tarih ve büyüklük gibi bilgiler ortaya atmasıyla önüne geçilemez bir durum yaratmıştır. Sosyal medyada bu konuya ilişkin korku ve panik havası yaratılmıştır. Söz konusu duruma istinaden, deprem konusunda uzman kişiler tarafından kamuoyunu rahatlatmaya yönelik açıklamalar yapılsa da yeterli olmamıştır. Konuyla ilgili kamu politikaları incelendiğinde, 30 Mart 2023'te Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) bünyesinde Deprem Araştırmaları Sanal Konferansı düzenlenmiş ve bu konferansta beklenen Büyük İstanbul Depremine yönelik proje özetlerine de yer verilmiştir (TÜBİTAK, 2023).

Çalışmanın bu bölümünde özetle; incelenen sosyal medya paylaşımları ve kamu politikaları ışığında, sosyal medyada gündem yaratmış bir konunun yetkili merciler tarafından kolay ve hızlı ulaşılabilir olması sebebiyle bu paylaşımların kamu politikalarına yön verdiğini söylemek mümkündür. Günümüzde sosyal medyanın, önemli bir kamu politikası üretim aracı olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu analizden hareketle, sosyal medyanın afet durumlarında kullanılarak, iletişimin ve yardımlaşmanın sağlanmasında, kişilerle grupların örgütlenmesinde etkili olduğu anlaşılmış, afetler sonrası sosyal medyanın etkisi ile büyüyen tepki ve taleplerin kamusal politikalara etkide bulunduğu anlaşılmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu bölümünde, diğer bölümlerde ortaya konan kuramsal yaklaşımlar ışığında elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Sosyal medya aracılığıyla bir afetin ya da toplumsal bir hareketin halkta nasıl bir yankı uyandırdığı, ne gibi tepkilere yol açtığı izlenebilmekte ve kitlelerin nabzı ölçülebilmektedir. Sosyal medya araçlarının günümüzde en etkili örneklerinden biri X platformudur. Bu platformda gündeme gelen konular, eleştiriye maruz kalan durumlar ve olaylar, ülke ve dünya gündemini belirleme gücüne sahiptir. Bunun en somut örneği, bu çalışmanın da konusunu oluşturan 2023 Kahramanmaraş depremleridir. 6 Şubat günü yaşanan ve asrın felaketi olarak nitelendirilen, toplamda 11 ilimizi etkileyen bu depremler, 50 binden fazla kişinin yaşamını yitirmesine, 100 binlerce evin yıkılmasına ya da hasar görmesine sebep olmuştur.

Çalışmanın problemini de oluşturan 2023 Kahramanmaraş depremleri, sosyal medya ve kamu politikası ilişkisi üzerinden değerlendirildiğinde, depremlerin sosyal medya üzerinden büyük yankı uyandırdığı görülmektedir. Depremin meydana gelmesinden sonraki ilk 48 saat içerisinde, dünyada en çok kullanılan sosyal ağ sitelerinden biri olan X üzerinden yaklaşık olarak 50 milyon paylaşım gerçekleşmiş ve bu paylaşımlara da 40 milyardan fazla erişim gerçekleşmiştir. Bu paylaşımlar, haber, kayıp, kurtarma talebi, spam, dilek/istek ve yardım gibi içeriklerden oluşmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, günümüzde sosyal medya, afetler konusunda önemli bir aktör konumuna gelmiştir. Sosyal medya üzerinden yapılan, bölgeye dair bilgilerin paylaşımı, insanların yakınlarından haber almak istemesi, arama-kurtarma ve yardım talebinde bulunması, yardım gönüllülerinin organizasyonu, ihtiyaçların sıralanması ve buna benzer daha pek çok paylaşım, kamu politikası üreten kurum ve kuruluşlar tarafından dikkate alınmış ve bu paylaşımlar da göz önünde bulundurularak faaliyete geçilmiştir.

Çalışmanın amacına ulaşmak için 2023 Kahramanmaraş depremleri sürecinde sosyal medyanın rolü incelendiğinde, sosyal medyanın, halkın doğrudan sesi olduğu,

adeta bir sivil toplum kuruluğu gibi çalıştığı görölmektedir. Afet konusunda çalışan yetkililer, iş birliği içinde yönetim, organizasyon ve koordinasyon amacıyla geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da kullanmışlardır. Yaşanan süreçle ilgili bilgi ve kaynaklar, hızlı ve güvenli bir biçimde toplumla paylaşılmış, bireylerin ve kurumların bundan sonra yaşanabilecek olası afetlere hazırlıklı olması sağlanmıştır. Sosyal medyanın karşılıklı etkileşimli yapısı sebebiyle, kamuoyu ve yönetim arasındaki ilişkinin temelleri sağlamlaşmıştır.

Amaca ulaşmak için değerlendirilen bir diğer konu ise deprem sürecinde ve sonrasında oluşturulan kamu politikalarında sosyal medyanın rolüdür. Sosyal medyanın kamu politikalarını etkileme gücü, kullanıcıların kolay ve hızlı bir şekilde erişebilme olanağı bularak etkileşime girebildiği etkili bir iletişim platformu olmasından kaynaklanmakta ve bu gücün etkisinin de bu bağlamda, önce gündem ve sonrasında da kamuoyu oluşturmaya bağlı olduğu ön plana çıkmaktadır. Öte yandan toplumsal bir sorundan etkilenen toplumların, gerektiğinde çeşitli yöntemlere başvurarak, karar alıcılar, politika yapıcılar ya da belirleyiciler üzerinde bir baskı unsuru olabildikleri ve üretilen kamu politikasını istek ve beklentilerine göre etkileyebildikleri görölmektedir. Toplum, ulusal ya da uluslararası kamuoyundan faydalanarak istek ve beklentilerinin, yönetimler tarafından yerine getirilmesini beklemektedir. Bundan hareketle 6 Şubat depremle de kamuoyu, sosyal medya üzerinden hızlı bir biçimde organize olarak talep ve beklentilerini devlete ve kurumlarına iletmiş, öte yandan geciken veya yerine getirilmeyen taleplerinde de devleti ve kurumlarını yine sosyal medya üzerinden eleştirmiştir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre; doğrudan veya dolaylı bir biçimde üretilen kamu politikalarından etkilenen kitleler, sosyal medya aracılığıyla bu politikaları etkileme gücüne sahip olmaktadır. 6 Şubat depremleri sürecinde devlet, bireyler, kurumlar ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla sosyal medyadan elde ettikleri verileri, politika üretim sürecinde kullanmıştır. Depremlerin yaşandığı ilk gün müdahale konusunda geç kalındığına dair devlete karşı tepkiler ortaya çıkmıştır. Ancak daha sonra devlet, sosyal medya aracılığıyla, gelebilecek tepkileri önceden tahmin ederek politikaya yön kazandırmıştır. Politika uygulama sürecinde ise oluşan tepkileri sosyal medya sayesinde takip edebilmiştir. Devlet kurumları, vermiş oldukları hizmetler hakkında vatandaşları bilgilendirerek etkileşimi artırmışlardır. Bununla birlikte, vatandaşlar kuruma gitmeksizin birtakım taleplerini aynı zamanda önerilerini

kurumlarla paylaşabilmiş ve sorunlarının cevabına ulaşabilmişlerdir. Kamu kurum ve kuruluşlarına ciddi avantajlar sağlayan sosyal medya; afet yönetimi, kurumsal itibar, haber verme ve bilgilendirme gibi halkla ilişkiler faaliyetlerinin sürekli bir biçimde kullanılmasına imkân tanımıştır. Sosyal medyanın siyasetçiler ve devlet organları tarafından giderek daha fazla kullanılması sebebiyle vatandaşlar, onlarla direkt iletişimde bulunma ve kamu politikasını etkileme şansı yakalayabilmişlerdir.

Elde edilen veriler neticesinde, sosyal medyanın kamu politikası üretim sürecinde aktif bir rol aldığı, hatta teknolojinin ve dijitalleşmenin ilerlemesiyle beraber bu alanda daha da söz sahibi olacağı görülmektedir. Günümüzde, sosyal medyada gündem olmuş bir konunun, kamu politikası üreticileri tarafından görmezden gelinmesi mümkün değildir. Çalışmada yer alan pek çok örnekte olduğu gibi gündem yaratmış bir konu hem ülke gündemini hem de dünya gündemini etkileyebilmektedir. Bu sebeple de devletin sosyal medyaya karşı hassasiyetle yaklaşması ve bu platformlara yönelik politikalarında dijital okuryazarlığın önemini kavraması gerekmektedir. Aksi takdirde sosyal medya baskısı sebebiyle yanlış politikaların hayata geçirilmesi söz konusu olabilmektedir.

Çalışmanın sosyal medya ve toplumsal olaylar bölümünde; sosyal medya üzerinden büyüyen ve kamu politikası temeline dayanan sorunlar sebebiyle başlayan Wikileaks Devrimi, Arap Baharı ve Wall Street’i İşgal Et Hareketi incelenmiştir. Bu üç olaydaki süreç birbirine benzer niteliktedir. Haber ve bilgi paylaşımı konusunda sosyal medya önemli bir rol oynamış ve olayların meydana geldiği süreçte sosyal medyada bir bilgi patlaması meydana gelmiştir. Paylaşım trafiğinin bu denli yoğun olması aynı zamanda eksik ve yanlış bilgi problemini de doğurmuştur. Bununla birlikte, ulusal ölçekte sosyal medya ağlarında ses getiren bu olaylar daha sonra uluslararası ölçeğe de sıçrayarak diğer ülkelerdeki kullanıcılar tarafından da destek görmüştür. Çalışmada incelenen örnek olaylar neticesinde sosyal medyanın gündem belirleme konusundaki rolü açıkça ortaya konmuştur. Belirlenen gündemle beraber yeni ekonomi, yönetim ve sosyal medya politikaları hayata geçirilmiştir. Böylelikle, kamuoyunun sosyal medya üzerinden yapılan bu paylaşımlara yoğun ilgi göstermesi hem onların kamu politikasına olan duyarlılığını göstermekte hem de bu politikaların düzenlenmesi konusundaki etkilerini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ana konusunu oluşturan 2023 Kahramanmaraş depremlerinde, depremlerin yaşandığı ilk andan itibaren sosyal medya platformları aktif olarak

kullanılmaya başlanmış ve bu süreçte hem vatandaşlar hem de kamu politikacıları tüm faaliyetlerini sosyal medya üzerinden gerçekleştirmişlerdir. İncelenen sosyal medya paylaşımlarından hareketle; başta vatandaşlar enkaz altı paylaşımlarında bulunmuş, kendileri ya da tanıdıkları için sosyal medya üzerinden yardım talebinde bulunmuşlardır. Diğer taraftan pek çok manipülatif ve dezenformasyona yönelik içerik paylaşımı da dikkat çekmiştir.

Yapılan paylaşımlar ilgili kurumlara hızlı biçimde ulaştığı için belirtilen adreslerde arama kurtarma çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Enkaz altı paylaşımlarının ardından depremzedelerin gıda, barınma, kıyafet gibi temel ihtiyaçlarına değinilmiş, bunun üzerine harekete geçen kamu kurumları bu ihtiyaçların karşılanması yönünde çeşitli politikalara adım atmıştır. Verilen iki örnekten ve çalışmada yer alan diğer örneklerden hareketle sosyal medya paylaşımlarının uygulanacak kamu politikalarına katkıda bulunduğu kanısına varılmıştır. Aynı zamanda yapılan paylaşımlar uygulanacak kamu politikalarının öncelik sıralamasını belirlemede de önemlidir.

Depremlerin ardından paylaşılan görseller; örneğin enkazların hala kaldırılmamış görüntüleri, depremzedeler için yapılan barınma alanları ve depremzedelerin bulundukları koşullar kamu politikacılar üzerinde bir baskı oluşturmuştur. Bu durum, politikacıların vatandaşların tepkilerini ölçebilmeleri adına önemli bir vasıta olmuştur. Bu görsellerin yayılmasıyla beraber enkaz kaldırma faaliyetlerine hız verilmiş, depremzedeler için daha iyi koşullar sağlanabilmesi adına çadırkentler yerine konteyner kentler yapılmış ve yeni konut inşalarına başlanmıştır. Aynı şekilde bu yapılan politikalar sosyal medya üzerinden vatandaşlarla paylaşılmıştır. Kamu politikasının uygulanma sürecinde de bu sayede sosyal medyanın rolü kanıtlanmıştır.

Kamu politikacıları, küçük bir kıvılcımın ateşlenmesiyle büyük bir toplumsal hareketin başlayabileceği bu gibi durumlarda olayların büyümemesi için önlemler alabilirler. 2023 Kahramanmaraş depremlerinde yayımlanan Deprem Dezenformasyon Bültenleri buna örnek olarak gösterilebilir. Depremler sürecinde her gün yayımlanan bu bültenler, paylaşılan yanlış veya çarpıtılmış bilgiler neticesinde herhangi bir toplumsal hareketin başlamasını engelleyerek vatandaşların doğru bilgiye ulaşabilmelerine imkân sağlamıştır. Böylece depremler sonrası herhangi bir toplumsal hareket başlamamıştır.

Yaşanan bu depremlerde sosyal medyanın aktif kullanılması, politika üreticiler için depremzedelerin taleplerini anlamak için önemli bir araç olmuştur. Ayrıca politika üreticilere ulaşmak, sosyal medya sayesinde daha kolay bir hal almıştır. Yukarıda yer alan bilgiler, çalışmanın hipotezini oluşturan sosyal medya ve kamu politikası arasındaki etkileşimi doğrular niteliktedir. Kamu politikalarına doğrudan etki eden unsurlardan biri olan kamuoyu ile kamu politikacıları arasındaki iletişimi sosyal medyanın aracısız ve kolay bir biçimde sağlıyor olması bu etkileşime bir örnek olarak sayılabilir. Sosyal medya ve kamu politikası arasında karşılıklı etkide bulunabilen bir ilişki mevcuttur. Hem devlet sosyal medya politikaları üretebilir hem de sosyal medya devletin ürettiği kamu politikalarını etkileyebilir.

Türkiye’de ve dünyada yaşanan diğer afet ve toplumsal olaylardan hareketle, sosyal medyanın gücünü bilen kamu politikacıları, depremler sürecinde gerçekleştirdikleri tüm faaliyetleri ya da vermek istedikleri mesajları sosyal medya üzerinden paylaşmışlardır. Bunlardan bazıları sosyal medyada gündem oluşturabilmiştir. Üretilen kamu politikalarının vatandaşlara duyurulması, yapılacak yorumlar sayesinde vatandaşların tepkisinin ölçülmesi açısından gündem oluşturma konusu önemlidir. Bununla birlikte, kamuoyunun manipüle edilmeye çalışılması ve yapılan algı yönetimine karşı da sosyal medyada çalışmalar yürütülmesi gereği bir kez daha görülmüştür. Bu yönde atılan adımların sosyal medyanın olumlu etkilerini kısıtlamaması gerektiği de unutulmamalıdır.

Çalışma kapsamında sosyal medya, özellikle X paylaşımları incelenmiştir. Elde edilen veriler dikkate alındığında 2023 Kahramanmaraş depremleri gibi afetlerin ardından sosyal medya bileşenlerinin kamu politikaları üretim sürecinde önemli bir araç olduğu görülmektedir. Söz konusu depremlerin sosyal medyaya ve kamu politikasına etkilerinden edinilen tecrübe ve analizlerin genel çerçevesi ile Türkiye’deki sosyal medya kullanımı ve uygulanan sosyal medya politikaları tekrar gözden geçirilmelidir. X gibi sosyal medya platformlarının dezenformasyonun önüne geçilemediği için Türkiye’deki erişiminin sınırlandırılması yönetim hakkında olumsuz bir algı yaratmaktadır. Buradan hareketle dezenformasyon sorunu ayrıca ele alınarak bu sorunu ortadan kaldıracak düzenlemeler yapılmalıdır. Dezenformasyonu önlemek için kamu spotları oluşturularak kamuoyunda bir farkındalık yaratılmalıdır. Kurumlar, kendi sosyal medya platformlarını oluşturarak daha kontrollü ve güvenilir bir biçimde haberleşme ve bilgi alma ağı oluşturmaktadır.

Kamu politikasından etkilenenler olarak tabir edilen bireyler, söz konusu gücü gelecekte de kendilerine en fazla faydayı sağlayacak biçimde bu gücü kullanmak için çabalayacaklardır. Önceden belli bir sosyal medya politikası olmayan hükümetler ve ülkeler, halk tarafından sosyal medyada gündeme getirilen konuların kontrolünde ve takibinde eksiklikler yaşayacaklardır. Sosyal medyaya gereken önem verilmezse kamu politikası üretiminde taleplerin yeterince dikkate alınamaması riski doğabileceği gibi yalnızca sosyal medya üzerinden hareket eden gündemlerin de eksik kalacağı unutulmamalıdır. Mevcut durum incelendiğinde gelişmiş devletlerde olduğu gibi Türkiye’de de kamusal politikalar üreten devlet organlarının sosyal medyaya daha fazla önem vermesi ve bu konuda düzenlemelerde bulunması faydalı olacaktır.

Mevcut sosyal medya politikalarına ek olarak kamuya daha hızlı ve şeffaf hizmet verilebilmesi için yeni sosyal medya politikaları uygulanmalıdır. Sosyal medyada sınırlamaların keskinleşmesi kadar tamamen serbest alanlar bırakılması da aynı derecede risklidir. İlgili düzenlemeler neticesinde geliştirilecek kamu politikaları da aynı derecede verimli olacaktır. Bireylerin fikirlerini özgürce ifade edebilecekleri ancak bireylerin kişisel haklarının ve verilerinin güvenilir olarak tutulabildiği dijital bir ortam daha başarılı sonuçlar üretecektir. Bu platformlarda, vatandaşların en önemli problemi olan tek yönlü iletişim problemi çözülerek karşılıklı iletişime dikkat edilmelidir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) gibi uygulamalar geliştirilmeli ve vatandaşların taleplerine daha hızlı yanıt verilmelidir.

Resmi aktörlerin gündeme dair sosyal medya üzerinden yaptıkları söylemler neticesinde kamuoyu tarafından yargılanabilirler. Bu durumun yaşanmaması adına sosyal medya ekipleri kurulmalıdır. Vatandaşların politikacılar üzerinde baskı kurarak yanlış politikaların hayata geçirilmemesi adına toplumun her kesimi sosyal medya konusunda bilinçlendirilmelidir. Devlet, sosyal medyada daha aktif olarak yanlış bilginin önüne geçmelidir. Çalışmada bahsedilen “DMM” ya da “teyit.org” gibi siteler çoğaltılmalı ve vatandaşların doğru bilgiye ulaşması kolaylaştırılmalıdır. Kamu kurumları ve vatandaşlar arasındaki iletişim sosyal medya ile geliştirilmeli ve karşılıklı iletişimin bir sonucu olarak üretilcek kamu politikalarında halkın nabızı ölçülmelidir.

Uygulanacak tüm bu politikalar ise kanuni bir zemine dayandırılarak hazırlanmalıdır. Sosyal medya ile ilgili mevcut düzenlemelerin yanında bütüncül bir mevzuat içeriği hazırlanmalı, vatandaşların haklarını koruyacak hükümler korunmalıdır. Tek yönlü iletişim probleminin giderilmesi adına kurumların gündem

oluşturmuş konulara cevap vermesi teşvik edilmelidir. Bu durum aynı zamanda kamu kurumlarının hesap verilebilirliğini de artıracaktır. Uygulanacak politikaların kanunlara dayandırılması bağlayıcı bir özelliğe sahip olması açısından da önemlidir.

Politikaların aktif bir biçimde uygulamaya konulabilmesi için teknik altyapı, yeterli personel, kamuoyunun ve sivil toplum örgütlerinin desteği gibi etkenlerin de sürece dâhil edilerek koordinasyonun sağlanması gereklidir. Bu durumda devlet, sosyal medya konusunu baştan ele alarak ilk olarak kurumların bilgisayar, bağlantı hattı vb. ihtiyaçlarını gidermelidir. Bu konu üzerinde çalışmaları için nitelikli personeller yetiştirmelidir. Sivil toplum örgütleriyle iş birliği kurularak kamuoyunun da sosyal medya alanında bilinçlenmesini sağlamalıdır. Aynı zamanda çocuklardan başlanarak okullarda sosyal medya okur yazarlığı ile ilgili dersler verilebilir. Sosyal medyanın doğru kullanımı için halk eğitim bünyesinde kurslar açılabilir.

Bu çalışmada, sosyal medya ve kamu politikası etkileşimi ele alınmıştır. Sosyal medyanın kamu politikası üretim sürecinde, özellikle de gündem oluşturma noktasındaki etkisi değerlendirilmiştir. Ayrıca afetler gibi olağanüstü dönemlerde bu etkinin arttığı ve sosyal medyanın uygulama süreçlerine de aktif katılımı sağlandığı tespit edilmiştir. 2023 Kahramanmaraş Depremleri örneği üzerinden yapılan araştırmalar bu hipotezi doğrular niteliktedir. Son olarak bu çalışmanın bir dönem araştırması olduğu ve örnek olay üzerinden hareket ettiği vurgulanarak farklı dönem ve farklı örnekler üzerinden test edilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbasoğlu, Ş. (2023). Pazarlamada Sosyal Medya Platformları ve Metriklerin Rolü. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 6(5), 1053-1062.
- AFAD (2023). 06 Şubat 2023 Pazarcık (Kahramanmaraş) Mw 7.7 Elbistan (Kahramanmaraş) Mw 7.6 Depremlerine İlişkin Ön Değerlendirme Raporu, Web: https://deprem.afad.gov.tr/assets/pdf/Kahramanmaras%20%20Depremleri_%20On%20Degerlendirme%20Raporu.pdf, 15 Nisan 2024'te alınmıştır.
- Ahlqvist, S., Back, A., Halonen, M., and Heinonen, S. (2008). *Social Media Roadmaps Exploring the Futures Triggered by Social Media*. Helsinki: VTT Technical Research Centre of Finland.
- Akdoğan, A. A. (2011). Türkiye’de Kamu Politikası Disiplininin Tarihsel İzleri. F. Kartal (Editör), *Türkiye’de Kamu yönetimi ve kamu politikaları*. Ankara: TODAİE Yayınları, ss. 75-98.
- Akıncı, B. (2018). Türkiye’de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Yeni Aktör: Cumhurbaşkanlığı Politika Kurulları. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2130-2146.
- Akman, Ç. ve Akçay, E. Y. (2019). Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Politika Kurulları: ABD ile Karşılaştırması. *Yasama Dergisi*, (40), 33-59.
- Akman, E. (2019). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nde Kamu Politikası Aktörleri. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 15(1), 35-54.
- Aköz, S. (2018). Politika Kavramının Siyaset Kavramı Yerine Kullanılması ve Bilimsellik Tartışmaları Bağlamında Devlet Olgusuyla İlişkisi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(5), 160-180.
- Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar. *Journal of Yasar University*, 8(2), 899-927.
- Alkaya, A. (2007). *Mobil Kanallar Yoluyla Pazarlama İletişimi Süreci ve Üniversite Öğrencilerinin Mobil Pazarlamaya İlişkin Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma*.

Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Alp, H. (2011). *Küreselleşme Sürecinde Medyadaki Dezenformasyon ve Irak İşgali Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Anderson, J. (1994). *Public Policymaking: An Introduction*, (Second Edition), Boston: Houghton Mifflin Company.

Ansarian, M. (2020). Arap Baharının Ekonomik Etkileri. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 43-51.

Apuke, O. D. (2016). Social and Traditional Mainstream Media Of Communication: Synergy and Variance Perspective. *New Media and Mass Communication*, (53), 83-86.

Argın, Y. (2023). Doğal Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı: 2023 Kahramanmaraş Depremi Özelinde X Örneği. *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İnsanat: Sanat Tasarım ve Mimarlık Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 140-165.

Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134.

Arts, I., Fischer, A., Duckett, D., and Van Der Wal, R. (2021). Information Technology and the Optimisation of Experience – The Role of Mobile Devices And Social Media In Human-Nature Interactions, *Geoforum*, 122, 55-62.

Aşan, H. (2024). 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremi Sonrası Afet Yönetimi Açısından Sosyal Medya Hesaplarının Güvenirlik Analizi ve Değerlendirilmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 15(1)-Deprem Özel Sayısı, 411-429.

Atabek, N. (2012). Gündem Belirleme Yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (7), 155-174.

Aydın, A. F. (2023). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Manipülasyon: 2023 Kahramanmaraş Depremi Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 12(5), 2603-2624.

Aydın-Öztürk, T. ve Karahasanoğlu, S. (2015). Sosyal Medya Döneminde Müzik Üreticisi ve Tüketicisinin Yeniden Konumlandırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), 794-805.

Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.

- Babahanoglu, V. (2016). *Kamu Politikası Yaklaşımı Çerçevesinde Türkiye'nin Uyuşturucu ile Mücadele Politikalarında Toplumsal Algı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Babaoğlu, C. (2013). Kamu Politikası Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. M. Yıldız ve M. Z. Sobacı (Editörler), *Kamu Politikası Kuram Ve Uygulama*, Ankara: Adres Yayınları, 166-187.
- Babaoğlu, C. (2017). Kamu Politikası Analizine Yönelik Kavramsal ve Kuramsal Bir Çerçeve. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30), 511-532.
- Babur, A. (2010, 10 - 12 Şubat). *Eğitimde bir Günlük Uygulaması: Weblog!*, Akademik Bilişim'10 - XII. Akademik Bilişim Konferansında sunuldu, Muğla.
- Balcı, A. ve Keser, A. (2023). Kamu Politikalarının Oluşturulma Sürecinde Sosyal Medyanın Etkisi: Dezenformasyon, Manipülasyon ve Propaganda. *Sosyolojik Düşün*, 8(2), 125-164.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve Aydemir, A. (2013). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi. *Selçuk İletişim*, 7(3), 5-29.
- Belyaeva, N. (2012). Analysts: 'Consultants' or 'Independent Policy Actors', *Politicka Misao*, 48(5), 125-140.
- Bilgiç, A. ve Akyüz, S. S. (2020). Türkiye’de Covid-19 Pandemisi Döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın Sosyal Medya Kullanımı: X Paylaşımları İçerik Analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 230-243.
- BirGün (2023). Deprem Sonrası Büyük Göç: Çözüm mü, Yeni Sorunlar mı?, Web: <https://www.birgun.net/makale/deprem-sonrasi-buyuk-goc-cozum-mu-yeni-sorunlar-mi-422004>, 27 Nisan 2024’te alınmıştır.
- Birkland, T. A. (2016). *An Introduction to the Policy Process*, New York: Routledge.
- Börklüoğlu, L. ve Coşkun, M. B. (2021). Türkiye'nin Terör Siyasetinde Yeni Bir Kurumsal Açılım: Güvenlik ve Dış Politikalar Kurulu. S. Bakan, A. Yatkın, O.

Ağır ve M. Sezik (Editörler), 20. Uluslararası Kamu Yönetimi Forumu Tam Metin Bildiri Kitabı, ss. 826-839.

Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak?, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-29.

Constantinides, E. and Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231-244.

Coşkun-Tuna, P. ve Türkölmez, O. (2023). Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm. *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*, 4(2), 211-240.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2023). Deprem Sürecinde Dezenformasyonlara Karşı Yayımladığımız “Deprem Dezenformasyon Bültenleri” 6 Şubat – 14 Mart 2023. Web: https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/Deprem_Dezenformasyon_Bultenleri_%286_Subat_14_Mart%29.pdf, 18 Temmuz 2024’te alınmıştır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2023). Deprem Dezenformasyon Bülteni 6 Şubat 2023. Web: https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/6_Subat_Bulten.pdf, 18 Temmuz 2024’te alınmıştır.

Çakır, C. (2017). Geçmişten Günümüze Türk Eğitim Sistemindeki Gelişmeler: Bir Kamu Politikası Aktörü Olarak Milli Eğitim Şuraları Özelinde Bir Değerlendirme. *Sosyal ve Beşerî Bilimleri Dergisi*, 9(2), 31-48.

Çakır, H. ve Tufan, S. (2016). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye’de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, XLI (2), 7-28.

Çanakçı, M., Öztürk, S. ve Şaşmazlar, C. (2022). Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: X Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(3), 882-897.

Çelik, H. C. (2023). Afet Yönetimi ve Medya Afet Dönemlerinde Toplumsal Dayanışmanın Bir Aracısı: Telefon Yayıncılığı. *TRT Akademi*, 8(18), 630-651.

Çetin, F. G. (2021). Türkiye’de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Mevcut Durum, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(2), 667-682.

Çetin, M. ve Bel, A. (2014). Geleneksel Medya Gündeminin Belirlenmesinde Sosyal Medyanın Rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (38), 56-72.

- Çildan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Temuçin H. K. ve Albayrak, D. (2012, 1-3 Şubat). *Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü*. Akademik Bilişim Konferansında sunuldu, Ankara.
- Da Silva Zago, G. (2010). Dos Blogs Aos Microblogs: Aspectos Históricos, Formatos E Características, *Interin*, 9(1), 1-12.
- Dal, N. E. ve Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- Demir, H. ve Buğdaycı, S. (2011). Levels of Organizational Commitment Forfederation Employees. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3), 215-223.
- Demir, S. T. (2023). Afet Medyası ve Medya Afeti: 6 Şubat Kahramanmaraş Depreminin Anımsattıkları. *TRT Akademi*, 8(18), 709-716.
- Demir-Askeroğlu, E. ve Ersöz-Karakulakoğlu, S. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik ‘Yurttaş Gazeteciliği’: Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma. *GİFDER*, 7(1), 508-536.
- Demirhan, K. (2024). Kahramanmaraş Depremlerinden Sonra Twitter Etiketlerinin Kriz Yönetimi Bağlamında Analizi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 15(1), 430-454.
- Demirhan, T. ve Hacıoğlu, İ. (2024). 6 Şubat 2023 Türkiye’deki Deprem Fırtınasının X (X) Özelinde Tanımlayıcı Analizlerinin Yapılması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 286-300.
- Demiröz, K. (2020). Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın İşlevselliği ve Zararları Üzerine Bir İnceleme. *Dirençlilik Dergisi*, 4(2), 293-304.
- Dinçkol, B. (2006). Yönetilenlerin “Öz” yönetimi – Kamuoyu, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 49-66.
- Donath, J. and Boyd, D. (2004). Public Displays of Connection, *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Duman, K. (2019). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Ağların Kullanımı: Türk İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1637-1654.
- Duru, A. A. (2022). Türkiye’de Kamu Politikası Sürecindeki Aktörler ve Gündem Belirleme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 158-187.

- Dye, R.T. (2011). *Understanding Puclic Policy*, (13th ed.). United States: Pearson.
- Eldem A. ve Ülkü İ. (2021). Sosyal Medya Ortamında Yer Alan Afet Haberlerinde Etkileşim; İzmir Depremi Örneği, *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(3), 1129-1147.
- Emini, F. T. (2013). Sivil Toplum Kuruluşlarının Politika Belirleme Sürecindeki Rolü: Tüsiad Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36, 43-56.
- Erat, V. (2015). Tanzimat Dönemi Kamu Politikalarında Bir Aktör Olarak Bürokrasi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 527-544.
- Erdoğan, R. T. (2024, Şubat 3). Web: <https://x.com/RT Erdogan/status/1753804336692392283>, 31 Mayıs 2024'te alınmıştır.
- Eren, V. ve Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3, 197-205.
- Ergen, Y (2014). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yeni Medya: X Gündemi Hakkında Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Academia Dergisi*, 11.
- Ergen, Y. (2018). X Örneğinde Sosyal Medya Gündemi: Bir Gündem Belirleme Aracı Olarak Futbol. 16. *Communication in the Millennium Özel Sayısı*, 26(3), 502-520.
- Erkaraman, M. (2023). Sosyal Medyanın Depremlerde Kullanımı: 6 Şubat Pazarcık ve Elbistan Depremleri Örneği. *International Social Sciences Studies Journal*, (9), 7338-7347.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 141-150.
- Erkek, S. (2020). Kanıttan Politikalara: Etkin Kamu Politikası Tasarımında Büyük Veri. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(22), 146-159.
- Erol, Ö. F. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Cumhurbaşkanlığı Politika Kurulları. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 26(1), 107-130.
- Euronews (2023). 6 Şubat Depremlerinin Birinci Ayı: Toplam Can Kaybı ve Eleştiriler. Web: <https://tr.euronews.com/2023/03/05/kahramanmaras-depremleri-hakkinda-neler-biliniyor>, 27 Nisan 2024'te alınmıştır.
- Eyestone, R. (1971). *The Threads of Public Policy: A Study in Policy Leadership*. Indianapolis: Bobbs-Merrill Press.

- Furuncu, D. (2014). *Yeni Toplumsal Hareketler, Küreselleşme ve Dijital Aktivizm: Gezi Parkı Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gasımlı, L. (2019). *Haberde Yönlendirme, Dezenformasyon ve Propaganda: Azeri ve Ermeni Haber Sitelerinde Dağlık Karabağ Sorunlarıyla İlgili Yayınlanan Haberlerin Karşılaştırmalı Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gazalı-Demirtaş, Z. ve Demirtaş, İ. (2017). Kriz Dönemlerinde Sosyal Medya Kullanımı: 15 Temmuz Darbe (Kalkışma) Girişimi Sonrasında Türkiye'deki Bakanlar Kurulu Üyelerinin X Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19), 137-146.
- González-Padilla, D. A. and Tortolero-Blanco, L. (2020). Social Media Influence in the COVID-19 Pandemic, *Journal of Urology*, 46(1), 120-124.
- Göçoğlu, V. (2014). *Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Göçoğlu, V. ve Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisinin Toplumsal Hareketler Bağlamında İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 880-901.
- Göküş, M. (2000), Kamu Politikalarının Belirlenmesinde Bürokrasinin Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 35-43.
- Güdekli, A. (2016). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın ile X Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 151-163.
- Gülaslan, T. (2018). *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı ve Yönetimi: Temel İlkeler ve Öneriler*, Yayınlanmamış Doktora Tezi Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güneş, M. (2013). Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Yoksulluğun Rolü. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 4(1), 25-50.
- Güngör, K.S. (2023). Asrın Felaketinde Dezenformasyon, Manipülasyon, Komplo Teorileri ve Dezenformasyonla Mücadele, *Kriter- Siyaset, Toplum ve Ekonomi Dergisi*, 7(77), Web: <https://kriterdergi.com/dosya-deprem-ve-afet-yonetimi/asrin-felaketinde-dezenformasyon-manipulasyon-komplo-teorileri-ve-dezenformasyonla-mucadele>, 25 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Niteliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5(2), 93-112.

- Habertürk (2023). X Deprem Bölgesinin Sesi Oldu. Web: <https://www.haberturk.com/X-deprem-bolgesinin-sesi-oldu-3564115-teknoloji>, 28 Nisan 2024'te alınmıştır.
- Hall, M. and Jenkins, J. (2004). Tourism and Public Policy. A. A. Lew, C. M. Hall ve A. M. Williams (Editors), *A Companion to Tourism*. Oxford: Blackwell Publishing, pp. 525-541.
- Heywood, A. (2017). *Siyaset*. (çev. B. B. Özipek, B. Seçilmişoğlu, A. Yayla, H. Y. Başdemir), Ankara: Adres Yayınları. (Eserin orijinali 1952'de yayımlandı).
- İlgar, M. Z. Ve Coşgun-İlgar, S. (2013). Nitel Bir Araştırma Deseni Olarak Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram). *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 197-247.
- İlgin, H. Ö. (2021). Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Halkla İlişkiler İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322.
- İşçi, C. (2008). Deprem Nedir ve Nasıl Korunuruz?. *Journal of Yasar University*, 3(9), 959-983.
- Kaid, L. L. ve Holtz- Bacha, C. (Editors) (2008). *Encyclopedia of Political Communication*. 2. Cilt, Los Angeles: Sage Publications.
- Kalfa, C. ve Ataay, F. (2008). Yönetişim: Devlet-Toplum İlişkilerinde Yeni Bir Aşama. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 229-240.
- Kalfa, M. ve Kocaman-Adaş, S. (2019). Sosyal Medyayı Kullanım Açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının Analizi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8-21.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges Andopportunities of Social Media, *Science Direct*, 53(1), 59-68.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, (1), 131-156.
- Karlı, İ. ve Değirmencioğlu, G. (2011). Siyasal İletişim Açısından Siyasal Partilerin İnternet Mecrasından Yararlanma Biçimleri ve Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 141-161.
- Kartal, N. Z., Dağ, H. ve Taşan, R. (2020). Bir Kamu Kurumu Olarak Sağlık Bakanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Covid-19 Süreci Youtube İçerikleri Üzerine Bir İnceleme. C. Arslan, E. Hamarta, S. Çiftçi, M. Uslu (Editörler), *Akademik Araştırmalar*, Konya: Çizgi Kitabevi, ss. 122-130.

- Kavak, K. (2016). *Kamu politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında dış etkiler: Enerji sektörü örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaypakı, Ş. ve Bimay, M. (2017). Yerel yönetimlerde karar verme sürecine sivil toplum kuruluşlarının katılımı: Batman örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 7(1), 165-178.
- Keskin, F. ve Karaaslan, H. (2012). *Demokrasinin Yeniden Yapılandırılması Tartışmaları Bağlamında 2011 Milletvekili Genel Seçimleri ve Medya*. Ankara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Altyapı Projesi Kesin Raporu, Ankara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Ankara.
- Kılınç, E. İ. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Kamu Personel Yönetiminin Kurumsal Görünümü. *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*, 1(2), 50-65.
- Kırık, A. M. (2012). Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 1(3), 87-98.
- Koçyiğit, A. (2023). Olağanüstü Hallerde Sosyal Medyada Dezenformasyonla Mücadele ve Kriz İletişimi: Kahramanmaraş Depremi Üzerine Bir Analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (10), 68-86.
- Koçyiğit, A. (2024). Afet ve Kriz Dönemlerinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri ve İnfobezite: Kahramanmaraş Depremi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 12(1), 62-87.
- Koçyiğit, N., Kocaoğlu, M. ve Yıldız, E. (2024). Sosyal Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık: 6 Şubat Depremleri Temalı X Paylaşımları Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (62), 227-238.
- Kolukırık, S., Arslan, D. A. ve Yılmaz, G. G. (2022). Orman Yangınlarının Toplumsal Etkileri ve Görünümü: Medya Paylaşımlarında 2021 Büyük Antalya-Manavgat Yangını. *Afet ve Risk Dergisi*, 5(2), 560-580.
- Konuk, N. ve Güntaş, S. (2019). Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 3(4), 1-25.
- Korkmaz, K. (2023). 2023 Türkiye’de yaşanan 6 Şubat Depremleri ve Türk Devletleri Teşkilatı. *Kamu Yönetimi Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(4), 161-176.
- Korkmaz, M. (2014). *Sosyal Medya-Kamu Politikaları Etkileşimi: Gezi Parkı Olayları Üzerine Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Korkut, Y. ve Şahin, C. (2022). Siyasal İletişimde X Kullanımı: 27. Dönem Erzurum Milletvekilleri, *Ekev Akademi Dergisi*, (90), 477-496.
- Korucu, A. T. ve Yavuzaslan, İ. F. (2017). Lisans Öğrencilerinin Web 3.0 (Semantik Web) Teknolojilerine Yönelik Yorumlarının ve Kullanım Durumlarının İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 41-51.
- Kraft, M. E. and Furlong, S. R. (2010). *Public policy: Politics, analysis and alternatives* (3. Edition). Washington: CQ Press.
- Kulaç, O. (2016). *Bir Kamu Politikası Çözümlemesi: Türkiye'nin Yurtdışı Lisansüstü Burs Politikası*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Kulaç, O. ve Babaoğlu, C. (2021). Türkiye’de Politika Kurullarının İşbirlikli Yönetişim Açısından Değerlendirilmesi. *Yasama Dergisi*, (44), 101-122.
- Kumcuoğlu, İ. (2011). Mahremiyet Mi, Kamu Çıkarı Mı? Değişen Gazetecilik Kodları, Wikileaks ve Medya Etiği. M. Yağbasan ve G. Çetindağ- Süme (Editörler), *Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi II. Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Elâzığ, ss. 55-63.
- Kuruca, M. Y. (2022). *Türkiye’de Çocuk Mahkemelerinin Kurulmasına Yönelik Kamu Politikası Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- Kutlu, Ö. ve Altuntaş, A. (2019). *Gençlerin Kamu Politikaları Süreçlerine Sosyal Medya Üzerinden Katılımı*, 7. Stratejik Kamu Yönetimi Sempozyumu Özet Bildiri Kitabı, İstanbul. Web: <http://spms.sempozyum.marmara.edu.tr/>
- Kutlu, Ö., Örselli, E. ve Babahanoğlu V. (2017). Türkiye’de Gençlerin Uyuşturucu ile Mücadele Politikaları Hakkında Düşünceleri. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 125-149.
- Lee, D., Ojo, A. and Waqar, M. (2013). Utilising Linked Social Media Data for Tracking Public Policy and Services, Workshop at Open Data on the Web, London, United Kingdom, Web: https://www.w3.org/2013/04/odw/odw13_submission_39.pdf, 8 Mart 2024’te alınmıştır.
- Lewis, J. (2001). *Constructing Public Opinion: How Political Elites Do What They Like and Why We Seem to Go Along*, New York: Columbia University Press, Web: <https://www.jstor.org/stable/10.7312/lewi11766>, 21 Mayıs 2024’te alınmıştır.
- Lindsay, B. R. (2011). Social Media and Disasters: Current Uses, Future Options, and Policy Considerations, *Congressional Research Service*, Web: <https://sgp.fas.org/crs/homesec/R41987.pdf>, 19 Mayıs 2024’te alınmıştır.

- Liu, I. L.B., Cheung, C. M.K. and Lee, M. K.O. (2010). Understanding X usage: What drive people continue to tweet, *PACIS 2010 Proceedings*, (92), 927-939.
- Marangoz, M. ve İzci, Ç. (2023). Doğal Afetlerin Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Etkilerinin 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Merkezli Depremler Bağlamında Girişimciler Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 24(52), 1-30.
- McCombs, M., and Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects: Mapping The Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2(1), 68-93.
- MEB (2023). Depremzede Öğrencilerin Sınıf Geçme Notunda, İki Dönemde Aldıkları En Yüksek Puan Esas Alınacak, Web: <https://www.meb.gov.tr/depremezede-ogrencilerin-sinif-gecme-notunda-iki-donemde-aldiklari-en-yuksek-puani-esas-alinacak/haber/29699/tr>, 1 Haziran 2024'te alınmıştır.
- Mersin Büyükşehir Belediyesi (2023, Şubat 16). Web: https://x.com/mersin_bld/status/1626117403896696832, 1 Haziran 2024'te alınmıştır.
- Nacak, O. (2014). Kamu Politikalarının Belirlenmesinde Yeni İletişim Araçları ve Sosyal Ağların Rolü. *Akademik Bakış Dergisi*, (46), 100-116.
- Nacak, O. (2015). *Yeni Kamu Yönetimi ve Türkiye’de Kamu Politikalarının Oluşturulması: Aktör Temelli Bir Analiz*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Nazlı, R. S. ve Soylu, B. (2023). Doğal Afet Haberlerinin Medyada Sunumu:6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Örneği, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 44-57.
- Nuran, M. B. (2015). *Geleneksel Medya ve Yeni Medya Etkileşiminin Gezi Parkı Gösterileri Bağlamında İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oğuzlu, T. (2011). Arap Baharı ve Yansımaları. *Ortadoğu Analiz*, 3(36), 8-16.
- Onat, F. ve Aşman-Alikılıç, Ö. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(9), 1111-1143.
- Özacit, B. (2017). *Türkiye’de Kamu Politikası Çalışmalarının Amme İdaresi Dergisi’nde Yayımlanmış Makaleler Üzerinden Analizi (1968-2015)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Özbilgin, İ. (2015, 31 Ocak-06 Şubat). *Kamuda Büyük Veri ve Uygulamaları*. AB 2015 Akademik Bilişim Konferansında sunuldu, Eskişehir,
- Özdemir, S. S., Özdemir, M., Polat, E., ve Aksoy, R. (2014). Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 58-64.
- Özel-Pelenk, A. (2011). Sosyal Medya ve Güven: Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri Ve Ticari Kuruluşlara Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *AJIT-E: Academic Journal Of Information Technology*, 2(4), 1-31.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.
- Özlü-Diniz, S. ve Koçanlı, M. (2023). Medya Çerçevesinde 2023 Türkiye Depremi, 9. *İstanbul Güvenlik Konferansı Bildiri Makalesi*, İstanbul, 23 Kasım 2023.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Öztürk, N. K. ve Tozak, E. (2021). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Cumhurbaşkanının Konumu ve Kamu Politika Yapım Sürecine Etkisi. *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-77.
- Polat, H. (2018). Geleneksel Medyada Temsil Sorunu: Alternatif Bir Mecra Olarak Yeni Medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 38(38), 45-60.
- Porsuk, A. Ö. ve Cerit, Ç. (2021). Araştırma Makalesi Sosyal Medyada Covid-19 Aşısı Tartışmaları: Ekşi Sözlük Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 24(2), 347-360.
- Rajendran, L. and Thesinghraia, P. (2014). Social Media / Web 2.0 As Marketing Parameter: An Introduction Efthymios Constantinides. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 22(4), 609-616.
- Sakal, M. (1998). Siyasal Karar Alma Sürecinde Yer Alan Aktörler ve Roller. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 13(1), 211-230.
- Sarı, E. (2007). *Kültür, kimlik, Politika: Mardin'de Kültürlerarasılık*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sarıtürk, M. (2022). Yönetişimin Kamu Politikası Yapımına Etkisi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 500-518.
- Sennett, R. (2002). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (çev. S. Durak ve A. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Serin, E. ve Ünlü, S. (2024). Sosyal Medya Çağının Salgını Bilgi Dezenformasyonu: X Üzerinden 6 Şubat Kahramanmaraş Depremi Hakkında Bir Değerlendirme. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Sevük, M. Y. ve Akın, P. (2019). Kamu Politikalarını Etkileyen Resmi, Sivil ve Uluslararası Aktörler. *Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(2), 167-183.
- Short, J., Williams, E. and Christie, B. (1976). The Social Psychology of Telecommunications. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd.
- Sobacı, M. Z. (2007). Yönetişim Kavramı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 220-235.
- Sönmez, H. Ş. (2019). Dijital Ortamda Yapılan Halkla İlişkilerin Bir Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: 2019 Yılı Türkiye’nin En Değerli 25 Markası Üzerine Bir İnceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (16), 185-207.
- Şahin, B. (2014). Toplumsal Olayların Kamu Politikaları Üzerindeki Etkisi. H. B. Kara (Editör), *Toplumsal Olaylar Yönetimi*. Ankara: Efil Yayınevi, ss. 368-379.
- Şahin, E. ve Ayaz, F. (2021). Bir Sağlık Arama Davranışı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: İzolasyon, Karantina ve Sosyal Mesafe Tedbirlerinde Facebook’ta Covid-19 İçerikli Sosyal Medya Paylaşımlarının Görünümü. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences* 60, 185-215.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014). 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı, Web: http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/uqSFE+2015-2018_Bilgi_Toplumu_Stratejisi_ve_Eylem_Plani.pdf, 12 Mart 2024’te alınmıştır.
- T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (2016). 2016-2019 Ulusal e-Devlet Stratejisi ve Eylem Planı, Web: <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/Swkoy+2016-2019-Ulusal-e-Devlet-Stratejisi-ve-Eylem-Plani.pdf>, 25 Temmuz 2024’te alınmıştır.
- Tağ-Kalafatoğlu, Ş. (2015). Toplumsal Hareketler ve Politik Oluşumlar Bağlamında Yeni Medya Aracılığıyla Politik Aktivizm. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 126-145.
- Tarakcı, H. N. (2023). Afet iletişimi ve X Kahramanmaraş Depremi Özelinde Bir İçerik ve Duygu Analizi Araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11(2), 1816-1850.

- Taş, H. G. (2020, 26-27 Aralık). *Sürdürülebilirliğin Kamu Politikaları Sürecinde Gündem Belirleme*. Anadolu 5.Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresinde sunuldu, Diyarbakır.
- Taştekin, A. (2020). Türkiye’de Sivil Toplum Örgütlerinin Yerel Karar Alma Sürecine Katılımı. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 196-211.
- Temizkan, V. ve Topal, İ. (2016). Tüketicilerin Mobil Sosyal Medya Kullanımının Marka Farkındalığına Etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 1456-1473.
- Tercan, B. (2023). Yüzyılın Afeti: 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri Üzerine Bir Değerlendirme. S. Sarıbaş (Editör), *Küreselleşen Dünyada Sosyal Bilimler*. İzmir: Duvar Yayınları, 71-89.
- Tiryaki-Yenilmez, D. (2023). Deprem Ve Göç İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Düşünce Dergisi*, 7, 39-52.
- TOKİ (2023). Afet Konutlarında Örnek Daireler Hazırlandı, Web: <https://www.toki.gov.tr/haber/afet-konutlarinda-ornek-daireler-hazirlandi>, 1 Haziran 2024’te alınmıştır.
- Topçu, E. ve Çaycı, B. (2022). Sosyal Medyada Dezenformasyon: COVID-19 Pandemisi Örneği. *Tam Akademi Dergisi*, 1(2), 161-192.
- Topçuoğlu, E. (2021). *Türkiye’de Sivil Toplum Örgütlerinin Yükseköğretim Politika Süreçlerine Etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bartın.
- Torun, İ. (2008). Max Weber’e Göre İktisadi Zihniyetin Rasyonalizasyonu. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 14-34.
- Trottier, D., and Fuchs, C. (2015). Theorising Social Media, Politics and The State: An Introduction. D. Trottier and C. Fuchs (Editors), *Social Media, Politics and The State Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in The Age of Facebook, X and YouTube*, New York: Routledge, pp. 3-39.
- Turan, N. (2007). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- TÜBİTAK (2023). Deprem Araştırmaları Sanal Konferansı Proje Özeti, Web: https://tubitak.gov.tr/sites/default/files/26720/deprem_arastirmalari_sanal_konferansi_proje_ozetleri.pdf, 1 Haziran 2024’te alınmıştır.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.

- USAK (2011). *Usak Raporları, Rapor No.11 - Wikileaks Belgelerinde Türkiye ve Yakın Çevresi Türkiye, Rusya, Güney Kafkasya ve Ortadoğu İle İlgili Belgeler*, Ankara: International Strategic Research Organization.
- Uzdu, H. (2016). Max Weber'in Otorite Tipolojileri Bağlamında "Son İmparator", "Gandi" ve "Lincoln" Filmlerine Sosyolojik Bir Bakış Denemesi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 67-87.
- Uzun, C. (2023). 6 Şubat Depremi ve X Duygu Analizi. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 63(2), 503-517.
- Ün, L. (2023). Afet Yöneticisi Olarak Mülki İdare Amirleri: 6 Şubat 2023 Depremleri Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 78, 371-384.
- Ünlügeç, U. C., Akıncı, A. C. ve Öçgün, A. G. (2023). 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş-Gaziantep Depremleri; Adana İli ve Yakın Kesimlerine Yansımaları. *Geosound (Yerbilimleri) Dergisi*, 57(1), 1-41.
- X, Web: <https://cdn1.ntv.com.tr/gorsel/fLonmAISR0mLnHznqxRMrQ.jpg?width=1000&mode=both&scale=both&v=1707202100319>, 1 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- X, Web: <https://x.com/dijitalgastecom/status/1624311569944391687>, 3 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- X, Web: https://x.com/dilara_berfinn/status/1622680839921274886, 3 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- X, Web: <https://x.com/hernehalsaa/status/1622596710282264578>, 3 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- X, Web: https://x.com/tasatan_a/status/1624790310608830464, 3 Temmuz 2024'te alınmıştır.
- Yağmurlu-Dara, A. (2013). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 40-65.
- Yıldırım, F. E. (2023). 6 Şubat 2023 Depreminde Türkiye'de X'in Kullanımı, *Intermedia International e-Journal*, 10(19), 276-292.
- Yıldırım, U. ve Öner, Ş. (2004). Bilgi Toplumu Sürecinde Yerel Yönetimlerde Eğitim-Bilişim Teknolojisinden Yararlanma: Türkiye'de E-Belediye Uygulamaları. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 3(1), 49-60.

- Yıldız, M. (2011). Kamu Politikası, TÜBA, Web: https://acikders.tuba.gov.tr/pluginfile.php/3875/mod_resource/content/1/ENSON%20KP%20DERSI1%20KP%20NEDIR.pdf, 15 Mayıs 2024'te alınmıştır.
- Yılmaz, B. (2017). *Tüketim Toplumunda Kadın Bedeni ve Güzelliğin Sunumu: Victoria Secret Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Yılmaz, K. G. (2017). Sosyal Medyanın Satın Alma Öncesi ve Sonrası Tüketici Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 24-40.
- Yılmaz, Z. (2007). *Hannah Arendt'te Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımı ve Modern Çağda Toplumsal Alan*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Yolcu, T. ve Kaya, M. S. (2023). Sosyal Medyada Siyaset ve Dezenformasyon: Haber Metinlerine Yönelik Bir Söylem Analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 674-692.
- YÖK (2023). Üniversitelerde Bahar Eğitim ve Öğretim Dönem Açılışı İkinci Bir Duyuruya Kadar Geçici Olarak Ertelendi, Web: <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2023/universitelerde-bahar-egitim-ve-ogretim-donemi-acilisi-ikinci-bir-duyuruya-kadar-gecici-olarak-ertelendi.aspx>, 1 Haziran 2024'te alınmıştır.
- Yurtoğlu, B. B. ve Ararat, M. (2006). Yönetişim ve Küresel Rekabet. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 5-44.
- Yüksel, E. (2007). 'Kamuoyu Oluşturma' ve 'Gündem Belirleme' Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 571-586.
- Yüksel, F. (2005). Bilgi Teknolojileri ve Yerel Yönetimler. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 246-259.
- Zafer, C. ve Vardarlıer, P. (2019). Derleme Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Zengin-Demirbilek, E. ve Şahin, D. (2023). Doğal Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi: Kahramanmaraş Merkezli Deprem Felaketi Üzerine Bir İnceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, 322-333.
- Zhou, Z. (2016). *Topic-Oriented Sentiment Analysis on Blogs and Microblogs*. Unpublished Doctoral Dissertation, RMIT University Science Faculty, Melbourne.

Zincir, O. ve Yazıcı, S. (2013). Kriz Yönetimi ve Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı.
İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 49, 65-82.



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı

: Öznur KARAGÖZOĞLU

