



**T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

**DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
WORKING PAPER SERIES**

Tartışma Metinleri

WPS NO/ 48 / 2016-12

**SOSYAL MEDYANIN TOPLUMSAL OLAYLARDAKİ GÜCÜ; TÜRKİYE'DE
15 TEMMUZ 2016 DARBE GİRİŞİMİ**

Saliha Gökçe TEKBIYIK*

*gokce.tekbiyik@gmail.com, İstanbul Ticaret Üniversitesi Medya ve İletişim Sistemleri Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

Özet

Son yıllarda iletişim araçlarındaki gelişmelerden dolayı sosyal medya kavramı hızla hayatımıza girerek, etkin bir biçimde kullanılmakta, hem yerel hem de küresel ölçekte sıklıkla gündeme gelmektedir. İnternetin gelişimiyle enformasyonun hızla yayıldığı günümüzde sosyal medya, geleneksel iletişim araçlarından farklı yapısal özelliğe sahip olduğundan, hızlı bir şekilde yönlendirebilme, gündem oluşturabilme ve yayabilme gücünü içerisinde barındırmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sosyal medyanın hızlı etkisinin, 15 Temmuzda gerçekleştirilmesi planlanan darbe girişimini etkin bir şekilde ortadan kaldırılması üzerinde bir araç olduğunu anlayabilmemizi ortaya koymaktadır. Toplumun genelinde yaygın bir rol oynayan bu kitle iletişim aracı, toplumsal kritik olaylarda da etkisini ortaya koyabilmektedir. Terör örgütleri tarafından geleneksel medyaya müdahale edilmesine karşı, sosyal medya aracılığıyla halkın bilgilendirilerek bir darbe girişimi üzerinde nasıl etkin bir rol oynadığı incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Yeni Medya, Toplumsal Hareketler, Darbe Girişimi .

Abstract

By the development of internet and the vast spread of information in today's world, social media has the power to guide impetuously, to form and disseminate new agendas differing from the traditional means of communication which hold a different structural form. The aim of this study is to reveal and understand the rapid impact of social media as an instrument of disposing the coup attempt which was planned on 15th of July. This instrument of mass media which plays an extensive role on all across the people, reveals its impact on the critical and crucial social events. This study also examines how the social media is utilized effectively to inform people in the case of coup attempt when the traditional mass communication means are sabotaged by the terrorist organizations.

Key Words: Social Media, New Media, Social Movements, Coup Attempt.

SOSYAL MEDYANIN TOPLUMSAL OLAYLARDAKİ GÜCÜ; TÜRKİYE'DE 15 TEMMUZ 2016 DARBE GİRİŞİMİ

Giriş

İnsanoğlu var olduğu tarihten bu yana sürekli bir biçimde duygu ve düşüncelerini iletmeye gayret ederek iletişim kurmaya çalışmıştır. İletişim, kişiler arasındaki bildirim ve haberleşme olarak adlandırılabilir. Günümüzde iletişim araçlarının gelişmesiyle dünya da olup bitenler hızla iletilmekte, böylece her şeyden anında haberdar olabilmekte dünyada gelişen ve değişen olaylar eş zamanlı olarak insanlara ulaşabilmektedir.

Dünyayı saran hızlı iletişim imkanı ile yazı, ses ve görsel aynı anda iletilebilmekte, bu hızlı bilgi akışı geliştirilerek çok daha fazla enformasyonun hareket ettiği kolay kullanımı olan aygıtları geliştirmek adına kullanılmaktadır.

Kişi veya toplulukların birbirleriyle etkileşimli olarak iletişim kurmaları için kullanılan çevrim içi teknolojilere sosyal medya denilmektedir. Bugün ise günlük hayatımızda her alanda etkin bir şekilde kullandığımız platform olarak yerini almaktadır. Teknolojinin bu denli gelişmesi etkileşimli bir iletişimi ve bilgi edinilişini sağlayarak, bireylerin bilgiye daha kolay kaynaklardan ulaşımına imkân sağlamaktadır. Artık insanlar ulaşmak istedikleri bilgiye direkt kaynağından ulaşabilir bir durumdadır.

Son birkaç yıldır Türkiye'de gerçekleşen toplumsal olaylarda incelendiğinde, sosyal medyanın kitlesel olaylardaki rolünün çok önemli olduğunu anlamak mümkündür. Sosyal medya kişiler ve toplumlar arası eş zamanlı bir etkileşim sağlayarak kısa sürede örgütlenmeye ve sosyal medya aracılığıyla iletilen mesajın hızla alıcıya ulaşmasına sebep olmaktadır. 15 Temmuz darbe girişimi sırasında sosyal medyanın rolü şüphesiz demokratik sürecin korunmasına katkı sağlamak olarak tarihe yazılacaktır.

1. İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya

İletişim ağlarında gerçekleşen hızlı gelişimin ardından, internet insan hayatında önemli bir parça olarak yerini almıştır. Castells içinde bulunduğumuz süreci teknolojik paradigma olarak ifade etmektedir. Siyaset, ekonomi, sosyal ve kültürel yaşamımızın birçok bölümünde değişiklikler oluşmuş ve oluşan bu teknolojik paradigmaya ağ toplumu olarak adlandırılmıştır. Ağ toplumu, oldukça hızlı bir biçimde dünyada birçok alana yayılarak toplumun yapısını değiştirmede başarılı olmuştur (alıntılayan Köseoğlu ve Al, 2013, s.109) ; (aktaran Castells 2008).

İnterneti çağımızda iletişim devrimi olarak adlandırmamız abartısız olacaktır. Yaşamın her alanında geçerli olan internet teknolojisi gün geçtikçe daha hızlı bir biçimde artış göstermektedir. 90'lı yıllardan sonra hem hız, hem de erişim açısından güçlü bir iletişimin oluşması, yeni iletişim teknolojilerinde oldukça önemli bir yer edinmesine sebep olmuştur (Brian, 1998, s. 182). 1970'lerle başlayan teknolojideki bu büyük gelişimle oluşan yeni medya dönemi, iletişim sistemlerinde önceden var olan çizgileri kaldırarak, birbirlerinden ayrı olan iletişim kanallarını tek bir noktada buluşturup yakınsanması sağlanmıştır (alıntılayan Aktaş, 2014, s. 48); (aktaran Uğur, 2003, s.95). 70'li yılların başında kültürel, politik, psikolojik vb. alanlarda çalışmalar düzenleyen araştırmacılar aracılığıyla oluşmuş fakat 90'larda hızlı bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile beraber genişleyerek farklı boyutlara varmıştır (Thompson, 1995, s.23-25) .

Öncelikle bilgisayar ve onunla birlikte internetin gelişmesiyle iletişim serüveni büyük bir dönüşüme uğrayarak, toplumsal yapıyı da büyük ölçüde etkilemiştir. İnternet, her alanda, her konu hakkında birçok bilginin yer aldığı sınırlandırılmayan bir yer olarak insan hayatında yerini almakta ve tüm dünyanın sınırlarını aşan yepyeni bir ortamın oluşumunu sağlamaktadır (Aydoğan, 2010, s.4). Gelişen internet teknolojisiyle enformasyonun hızla yayıldığı günümüzde , zaman ve mekan kavramları da bozuluma uğrayarak, sosyal medya günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak insan hayatında yerini almaktadır. “Bu nedenle küresel bir ağ

döngüsü içerisinde gerçekleşen bu yeni sürecin tanımlanması ve anlaşılmasına denk düşen en anlamlı toplum tanımlaması ‘ağ toplumu ‘dur’ (Babacan vd., 2011, s. 66). Manuel Castells’in deyişi ile, “bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağ(ıntı)lı ağ toplumu içinde yaşamaktadır” (Binark vd., 2009, s.25). Jan van Dijk 1999 yılında yayınladığı “Ağ Toplumu (The Network Society)” kitabında yeni bir toplum modelinin ortaya çıkacağı ve bu toplum modelinde gerçekleşen ilişkilerin yüz yüze iletişim değil sosyal ağlar üzerinden gerçekleşeceğinden bahsetmektedir. Ve bu duruma hazır olunması gerektiğini söylemektedir. Kısaca modern toplum sosyal ağlar ile yapısal ve organizasyonel yapıya uğrayacaktır. Bu değişim ile kişiler, aile üyeleri, komşuları, arkadaşları, iş çevresi ile iletişimlerini bu ağlar aracılığıyla gerçekleştireceklerdir. Ve böylece yüz yüze kurulan iletişim ortadan kalkmaya başlayacaktır (Dijk, 2006, s.63).

İlk yıllarında sadece haber ve bununla beraber bilgiye erişebilmek adına kullanılan internet, sosyal medya ağlarının hayatımıza girmesiyle sosyal iletişim aracı olarak hemen herkesin kullandığı bir şey olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde sürekli iletişimde sosyal medyanın başrol oynadığını söylenebilmektedir. Akıllı telefonların hayatımıza eklenmesiyle erişimi daha da kolay ve hızlı kullanılan sosyal medya, günlük yaşamımızın her alanında kullanılır hale gelmiştir. Wearesocial.net 2016 araştırmalarına göre Türkiye’de internet ve sosyal medya kullanımı nüfusa oranla şu şekilde olduğu söylenmektedir. Toplam nüfus: 79,1 milyon (Kentleşme %74), internetin aktif kullanıcıları: 46,3 milyon (Penetrasyon %58), mobil internetin aktif kullanıcıları: 40,5 milyon (Penetrasyon %51), sosyal medyada aktif hesaplar: 42 milyon (Penetrasyon %53), Mobil hatlar: 71 milyon (Penetrasyon %90), Mobilde aktif sosyal medya hesapları: 36 milyon (Penetrasyon %45) olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye’de büyüme oranları incelendiğinde; interneti aktif kullananların sayısı: %10, sosyal medyada aktif hesap sayısı: %5, Mobil bağlantı kuran abone sayısı: %2, sosyal medya hesabına aktif mobil ile bağlananların sayısı: %13 oranında büyüdüğü söylenebilir. Medyada geçirilen zamana bakıldığında internetin günlük ortalama kullanımı (laptop, pc ve tablettten) : 4 saat 14 dakika, Mobil internet aracılığıyla günlük ortalama internet kullanımı: 2 saat 35 dakika, herhangi bir cihazdan günlük ortalama sosyal medya kullanımı: 2 saat 32 dakika olduğu tahmin edilmektedir.

“Günümüzde yeni iletişim ortamlarına topyekun yeni medya denilmektedir” (Dilmen, 2007, s.3). “Yeni medya demokrasinin işlevsellik kazanmasında ve toplumun geneline yayılmasında etkin bir rol oynayabilecek bir kitle iletişim aracıdır” (Çil ve AYTEKİN, 2014, s. 2).

2. Medyanın Toplumsal Olaylardaki Etkisi

“ İletişim, alıcı ile gönderici arasında gerçekleşen bir ilişki, olaydır. Bu ilişkiler bir karşılıklılık esasına dayalı olduğu için, konuya bir toplumsal etkileşim olayı olarak da bakılabilmektedir. Bu yüzden, medyanın etkileri incelenirken hem göndericinin hem de alıcının özellikleri dikkate alınmak zorundadır” (Arslan, 2006, s.3) .

Medyanın gücü, kişiler üzerinde duygu, davranış ve tutumların değişiminde oldukça etkili olduğu düşünülmektedir. Sadece bireyler olmamakla beraber, toplumsal gruplar, toplumsal kurumlar, organizasyonlar, yani tüm toplum ve kültür medyanın gücünün etkileme alanının sınırlarına dahildir. Klapper’ a göre, medyanın toplumu değiştirme doğrultusundaki etkileri 3 ana kategori içinde toplanmıştır. (Barrett & Braham, 1995, s.84). 1. Değiştirip dönüştürme, 2. Önemsiz değişiklikler yapma, 3. Kuvvetlendirme.

McQuail’ın belirttiği üzere (Barrett & Braham, 1995, s.100) ; bazı düşünürlere göre genelde medya, özelde de televizyon, endüstriyel düzenin kültürel kollarına benzetilmektedir. Medyanın etkilerinin türlerini McQuail 4 ana başlık altında , zaman ve kasıtlılık kriterleri bağlamında incelemektedir (Barrett & Braham, 1995, s.85) :

Böylece medyanın etkileri 4 ana başlık altında toplanabilir (Arslan, 2006, s.5-6) :

- “1. Uzun süreli ve önceden düşünülüp tasarlanmış etkiler,
2. Uzun süreli fakat kasıtlı olmayan etkiler,
3. Kısa süreli ve önceden düşünülüp tasarlanmış etkiler,
4. Kısa süreli fakat kasıtlı olmayan etkiler ”.

Medyanın içinde bulundurduğu dinamikler incelendiğinde, mesajı gönderen ve mesajı alan alıcıların etkilerini dikkate almak gerekmektedir. Dinleyici ve izleyiciler arasında bulunan ilişki oldukça büyük ve karmaşık bir yapıya sahiptir. İzleyicilerin karakteristik özellikleri beraberinde, mesajı ileten kaynağın oluşturduğu etkilerin büyüklüğü ve şiddeti üzerinde önemli rol oynamaktadır. Alanında güvenilir ve kaynaklara dayanan mesajlar alıcı üzerinde niteliksel ve niceliksel olarak daha büyük etki sağlamaktadır. En güncel olay olan 15 Temmuz darbe girişimi incelendiğinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın geleneksel medyayı sosyal medya ile buluşturup mesajı halka iletmesi üzerine, Türk halkı mesaj alıp darbe girişimini bastırmayı başardığı görülmektedir. Hem mesajı gönderen kaynağın güvenilirliği büyük bir etki oluşturmuş, izleyiciyi harekete geçirmiş hem de medya aracılığıyla gerçekliği olmayan bu darbenin içinde bulunan ve hiçbir şeyden haberi olmayan askerlerinde gerçek bilgiye ulaşması sağlandığı gözlemlenmiştir.

Genel olarak darbe girişimi vb. olaylarda medya gücünün tek elde olması oldukça kritik bir durumdur. Türkiye'de 1960 yılında gerçekleşen darbe sırasında yalnızca radyonun olması darbenin gerçekleşmesine hız kazandırmıştır. İletişim gücündeki çeşitliliğinin dar olmasından, bu gücün ele geçirildiği taktirde toplumu istediği şekilde yönlendirebilmesi mümkündür. 1980 darbesine bakıldığında radyonun yani sıra tek bir televizyon kanalının olması da darbenin gerçekleştirilmesinde büyük rol oynamaktadır. Fakat günümüze bakıldığında medya kanallarındaki yüzlerce çeşitlilik 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin önlenmesine kuşkusuz büyük etki sağlamıştır. Ülkemizde o gece ulusal kanal TRT'de zorla darbenin olduğuyla ilgili korsan bildiri yayınlanmış fakat bir yandan da diğer ulusal ve yerel kanallarda bunun gerçek olmadığıyla ilgili canlı yayınlar gerçekleşmiştir. Biryanda kanalların bazıları basılırken bir yandan diğer kanallar aracılığıyla halk bilgilendirilmeye çalışılmış ve demokrasi yanlısı yayınlar gerçekleştirilmiştir.

Darbe girişiminin başlatıldığı gece Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın *FaceTime* aracılığıyla canlı yayına bağlanarak halkı sokağa davet ettiği görülmüştür. *FaceTime*, öncelikli olarak 2010 yılında *iPhone 4* aracılığıyla duyurulan ve *iPhone* kullanıcılarının hizmetine sunulan bir görüntülü görüşme servisidir. *FaceTime* aracılığıyla görüşmeler yalnızca *Apple* markalı cihazlar aracılığıyla gerçekleşebilmektedir (http://www.veapple.com/Haber-171-facetime_nedir

_nasil_kullanilir.html). Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ilk medyaya *Facetime* aracılığıyla bağlandığı kanal olan CNN Türk'te o gece ilerleyen saatlerde darbeciler tarafından engellenmiştir. Halk mesajı olarak kanalların, havaalanlarının ve meydanların bulunduğu bölgelere giderek darbeyi püskürtmüştür. CNN Türk yayını kısa süre sonra normal akışına geri dönmüştür. Yaşanan her şey tüm açıklığıyla hem TRT'de hem de CNN Türk kanallarında ekranlara iletilmiştir. Bunlarla beraber birçok kanalda canlı yayınların zor şartlarda gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Digitürk yayınlarında da kısa süreli kesintiler gerçekleştiği duyulmuş ve TÜRKSAT'ın merkezinde de saldırı olduğu haberi de medyada paylaşılmıştır, TÜRKSAT uydusu o gece kesintisiz bir şekilde yayını sürdürmeyi başarmıştır. 15 Temmuz darbe girişimi gecesini yaşananlar gözlemlendiğinde hem siyasi hem de medya olarak ortak duruşun sergilenmesi ve bu doğrultuda yayınların zor şartlarda da olsa sürdürülmesi, gerçekleştirilmesi planlanan darbenin durdurulmasına hız kattığı anlaşılmaktadır. Darbe girişimi sırasında ordu içerisinde oluşturulmuş paralel örgüt üyelerinin (FETÖ) emri altında, Türk ordusunda bulunan ve bu örgütten habersiz askerler paralel örgütün oluşturduğu darbe girişimi olduğunu, gece dışarıda, herhangi bir yerde televizyon aracılığıyla öğrenmiş ve askerler silahlarını bırakarak halka sığındığı görülmüştür. Bu durumdan şunların anlaşıldığı söylenebilir; medya toplumun her alanında büyük bir güce sahip olduğundan toplumsal kritik olaylarda da doğru kullanıldığında büyük bir felaketi sonuçlandırmada aktif rol oynama gücünü içerisinde barındırmaktadır.

3. Sosyal Medyanın Toplumsal Olaylar Üzerindeki Etkisi

Terim olarak sosyal medya, bireylerin bilgi, fikir ve ilgi duydukları alanları paylaşarak, karşılıklı iletişim kurabilmeleri adına çevrimiçi araçlar ve web sitelerini içermektedir. Günümüzde bu kavram, akıllı telefonların hayatımıza girmesiyle farklı boyuta ulaşmış, kolay kullanılabilir ve bununla birlikte yayılma özelliğine hız katar hale gelmiştir. Bu hız günümüzde toplumsal olaylara bakıldığında bir çok konuda ses duyurulma aracı olarak kullanılabilir.

Sosyal medyanın etkilerini incelerken mesajı ileten kişinin kim olduğu konusu oldukça önemlidir. İletilen mesajın kaynağı, ortaya çıkabilecek etkilerin hem niteliği hem de şiddeti üzerinde işaret edici rol oynayan önemli bir etkidir. Örneğin alanında otorite ve güvenilir kaynaklara dayalı mesajlardan, hem nitelik hem de nicelik bakımından çok daha etkili olmaktadır (Arslan, 2006, s.3-4).

Türkiye'nin internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri sonuçlarına bakıldığında her geçen gün sosyal medyanın daha aktif bir biçimde kullanıldığını görülmektedir. Yaşamımızın her alanında var olan bu iletişim ağı, artık klasik iletişim araçlarında gerçekleşen her şeyin sosyal medyaya taşındığı söylenebilir. Günümüzde büyük siyasilerin , iş adamlarının, markaların vb. kuruluşların aktif ve güçlü bir dili olarak sosyal medyayı başarılı bir biçimde kullanmaktadırlar. Sosyal medyanın toplumsal olaylar üzerindeki etkileri en güncel örnekler üzerinden incelendiğinde Ortadoğu'daki Arap Baharı olarak bilinen diktatörlük karşıtı hareketlerden söz edilebilir.

“ Yapılan araştırmalarda, Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketlerinden önce ve bu hareketler süresince başta *Facebook* olmak üzere, *Twitter*, *Instagram* ve *Youtube* özellikle göstericiler tarafından kitleleri harekete geçirme ve hareketin dünya kamuoyuna duyurulmasında etkin birer araç olarak kullanılmıştır. Bunun da ötesinde söz konusu sosyal medya araçları, bu hareketlere meşruiyet kazandırma anlamında da birer propaganda aracı olarak aktif rol üstlenmişlerdir” (alıntılayan Köseoğlu ve Al, 2013, s.112) (aktaran Szajkowski, 2011, s. 420-432; Korkmaz, 2012).

Türkiye'de 15 Temmuz 2016 akşamında Cumhurbaşkanı başta olmak üzere, meclise, yönetime, hükümete, halkın iradesi ve demokrasiye paralel örgüt tarafından darbe adı altında el konulmaya çalışılmıştır. Bu darbe girişiminde teknoloji, darbenin engellemesinde çok büyük bir paya sahiptir. Özel kanallarda bulunan çeşitlilik sayesinde halk istenilen mesajı alabilmiş ve mobil iletişim kanallarının kolaylığıyla bizzat darbe püskürtülmüştür. Darbe gecesinin yaşandığı saatlerde *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* vb. sosyal medya kanallarında herhangi bir kısıtlama olmaması sebebiyle herkes yaşanan gelişmelerden anında haber alabilmiştir. Bizzat Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın, *FaceTime* üzerinden görüntülü konuşma yaparak halkı bilgilendirdiği, *Facebook Live* ve *Periscope* gibi mobil cihazlarla halk kendi canlı yayını oluşturarak haberin gerçeğinin iletilmemesine yardımcı olduğu gözlemlenmiştir. Aynı zamanda Cumhurbaşkanı ve Başbakan başta olmak üzere birçok siyasiler halkı aydınlatmak amacıyla *Twitter*'dan mesajlar iletilmiştir. Aktif kullanılan sosyal medya kanalları aracılığıyla bilgi ve haber akışı hızla yapılmış ve darbe girişiminin başarısız olmasında çok büyük rol oynamıştır. Ve bunların yanı sıra o gece Türkiye *Twitter*'da tüm dünya gündeminde farklı farklı dillerde yer almıştır.

4. 15 Temmuz Darbe Girişiminin FaceTime Üzerinden Durdurulması

15 Temmuz 2016'da Türkiye Cumhuriyetinde gerçekleştirilmesi planlanan FETÖ terör örgütünün düzenlediği darbe girişiminin durdurulması, sosyal medyanın toplum üzerinde ciddi derecede etkili olabildiğinin büyük bir kanıtı olmuştur. Saat 18.00 civarı Genel Kurmay Başkanı Hulusi Akar'ın ofisine baskın yapılarak darbe bildirisini imzalaması istenilmesi üzere, Türkiye'de darbe girişiminin bizzat adımı atıldığı görülmüştür. Genel Kurmay Başkanıyla birlikte ülkenin birçok yetkili güvenlik güçleri rehin alınarak Türkiye tarihinde kara bir gece tarihe yazılmıştır. Eski adıyla Boğaziçi köprüsü başta olmak üzere köprüler ve yollar kapatılmış, devletin kanalı TRT 1'de spiker rehin alınarak, resmi darbe ilanı yapmaya zorlanmış ve darbecilerin hazırladıkları korsan bildiri tüm ülkede yayınlanmıştır. Bunun yanı sıra diğer bir televizyon kanalı olan CNN Türk'te canlı yayında ele geçirilmiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan kaldığı otel saldırıya uğradığı fakat Erdoğan'ın darbe girişimini az bir zaman önce duymasıyla hızla olduğu yerden uzaklaştığı medya aracılığıyla duyulmuştur. İstanbul ve Ankara'da eş zamanlı biçimde tanklar yolları kesmiş, uçaklar havalanmış, bombalar devletin ana noktalarına, güvenlik güçlerine, Cumhurbaşkanlığı Külliyesine ve Türkiye Büyük Millet Meclisi binası gibi birçok noktaya atılmıştır. Bu korkunç darbe girişiminin durdurulmasında sosyal medya ve teknolojinin birleşik gücünün oldukça etkili olduğu görülmektedir.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ilk tercih ettiği yöntem hem hız hem de etkisi en fazla olan medyaya ulaşmak ve televizyon ile sosyal medyayı birleştirip mesajı halka iletildiği görülmektedir. Darbe gecesi Erdoğan tarafından FaceTime üzerinden halkın sokağa çıkması çağrısı yapılarak darbenin püskürtülmesinde önemli rol oynadığı gözlemlenmektedir. Erdoğan'ın FaceTime aracılığıyla CNN Türk'te canlı yayında konuşması üzerine darbecilerin kısa sürede başarısız olup teslim olmalarına, halkın Erdoğan'ın mesajını alıp ayaklanmasıyla sağlanmıştır. Darbenin bastırılmasında 4.5G bağlantısının da başarılı bir etki sağladığı düşünülmektedir. Köprüler, havaalanları bastırılmaya çalışılsa da, haberleşme teknolojilerinde gerçekleşen yenilikler darbeciler tarafından durdurulamamıştır. Sosyal medyanın hızlı iletişimi ve kolay ulaşılabilirliği olmasaydı bu darbe girişimi Türkiye için çok daha kritik sonuçlara sebep oluşturabileceği açıkça görülmektedir. Bu tarz toplumsal olaylar başta olmak üzere

birçok olayda sosyal medya mesajın büyük kitlelere ulaşmasında ve toplumun ortak hareket etmesinde büyük rol oynamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

İnternet içinde bulundurduğu güç ile toplumlara etkileyebilmekte ve her geçen gün bu etkisini artırarak ilerlemektedir. İnternetin gelişmesiyle sosyal medya kavramı yakın tarihte hayatımıza girmiş ve toplum tarafından çok çabuk kabul edilmiştir. Her geçen gün gelişen dijital çağ ile birlikte sosyal medyanın gücü gün geçtikçe artmakta ve insan hayatında çok daha önemli bir araç olarak varlığını sürdürmektedir. Dünyanın bir ucunda olan bir olay sosyal medya aracılığıyla anında iletilebilmekte, toplumsal kritik olayları da içine alan birçok durumda gücünü ortaya koyabilmektedir. Sosyal medya günümüzde büyük ölçüde kitleleri hızlı bir şekilde etkileyerek organize olabilmelerini sağlayan en etkin yol olarak görülmektedir.

Sosyal medya gelişen teknolojiyle birlikte hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelerek bir telefon kadar yakınımda varlığını sürdürmektedir. 15 Temmuz 2016'da gerçekleştirilen darbe girişimini Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı geleneksel medyanın gücüyle sosyal medyayı birleştirerek mesajı doğrudan başarılı bir şekilde kaynağına iletmeyi başarmıştır. Bizzat *FaceTime* aracılığıyla CNN televizyon kanalına bağlanarak tüm Türkiye'yi sokağa davet etmiştir. Ve halk mesajı olarak sokağa dökülmüş ve darbeye karşı direnerek darbe girişimini durdurmuştur. Mesaj, sosyal medyanın kolay ulaşılabilirliğiyle, bir ülkenin darbe girişiminin durdurulmasına büyük ölçüde yardım etmiştir. Sosyal medyanın geleneksel medya ile entegre olmasıyla tüm Türkiye organize olmuş, halk ayaklanmış ve darbe girişimini bastırılarak Türkiye'yi ayakta tutmuştur.

15 Temmuz 2016 darbe girişiminde hem devlet liderlerinin, hem de halkın sosyal medyayı başarılı kullanmaları darbeyi doğrudan püskürtmeye aracı olmuştur. Bu da sosyal medyanın bilinçli ve kontrollü kullandığında devrim niteliğinde olaylara imza atacak güçte bir araç olduğunu ispatlamaktadır.

İnternet ve sosyal medya aracılığıyla enformasyona ulaşımın kolaylığı beraberinde, enformasyonu bizim üretmemizi de sağlamakta, küresel bir bilinç oluşturularak farklı bir demokrasi anlayışının da ortaya çıkmasında etkin bir rol oynamaktadır. Kısaca günümüzde yeni medya teknolojileriyle birlikte toplumsal dönüşüm oluşturma, örgütlenme ve yayılma kavramları farklı bir boyuta geçmiştir. Ve güç kavramı belirtilen bu hususların yeni medya teknolojileriyle buluşarak oluşturulmasında gerçekleşir.

Kaynakça

Arslan, A.M., (2006). *Medyanın Birey, Toplum Ve Kültür Üzerine Etkileri*, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 1-12.

Aydoğan, F., (2010). *İkinci Medya Çağı'nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet*, İkinci Medya Çağında İnternet, İstanbul, Alfa Yayınları, 4.

Aytekin, M. & Çil, S. (2014). *Yeni Medya Ve Demokrasi İlişkisi*, İstanbul Üniversitesi Ünibasın, 1-16.

Babacan, M., Haşlak, İ. ve Hira, İ. (2011). *Sosyal Medya ve Arap Baharı*, Akademik İncelemeler Dergisi, (6), 63-91.

Barrett, O. & Braham, P. (1995). *Media, Knowledge and Power*. London: Routledge.

Binark, M., Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Börekçi, S., Çomu, T., (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Brian, M., (1998). *New Technologies and Media, Edited by Adam Briggs and Paul Cobby*, The Media: An Intorduction, Longman Publications.

Castells, M., (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları..

Dijk, J., (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media*, Sage Publications, London.

Dilmen, N., (2007). *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları*, Marmara İletişim, 113-122.

<http://www.tusbeyinli.com/2016/01/dunyada-turkiyede-dijital-mobil-sosyal-medya-kullanim-istatistikleri-2016.html> (erişim tarihi: 9 Ağustos 2016)

http://www.veapple.com/Haber-171-facetime_nedir_nasil_kullanilir.html (erişim tarihi: 5 Aralık 2016).

Szajkowski, B. (2011). *Social Media Tools And The Arab Revolts*, *Alternative Politics*, (3), 420-432.

Thompson, J. (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of The Media*, California: Stanford University, 23-25.

Uğur, A. (2003). *Kültür Kıtası Atlası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.