

Gündem Belirleme Kuramı Odağında İran Yeşil Devrimine Bakış: Tweetler Üzerinden Bir Analiz

Tayfun YÜCESOY¹

Burak KARABULUT²

ÖZ

Küreselleşmenin etkileri önce ekonomide sonra toplumsal hayatın her alanında hissedilmektedir. Dahası son yirmi yılda bilgi iletişim teknolojilerindeki yaşanan gelişmeler, Marshall McLuhan'ın 'global village' ifadesinin destekleyicilerinden biri haline gelmiştir. İnternetin icadı, kişisel bilgisayarların yayılması ve akıllı mobil cihazların kullanımıyla birlikte toplumsal hareketlerde de değişim gözlemlenmektedir. Dünyanın birçok yerinde toplumun farklı kesiminden bireyler ekonomik sorunlar, çevre ve yaşam koşulları, otoriter rejimler ya da insan hakları gibi konularda rahatsızlıklarını ifade etmek için yeni medya teknolojilerini kullanmaktadır. Bunun nedeni kimi zaman siyasi güce sesini duyurmak, kimi zaman bireylerin fiziksel alanda ve sanal ortamda bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Bu durum siyasal gücün sosyal medya araçlarının yönetimi konusunda, geleneksel medya araçları üzerinden uyguladığı çeşitli yöntemleri, sosyal medyada da uygulamasına neden olabilmektedir.

2018 yılının ilk günlerinde İran'da, sosyal medyada bir araya gelen bireyler, tepkilerini fiziksel ortama taşımış ve hükümetin sert önlemleriyle karşılaşmışlardır. Bu çalışmada, 2018 yılında İran'da yaşanan kitle hareketiyle ilgili olarak, Twitter'daki kullanıcılar tarafından paylaşılan iletilerin içerik analizi yöntemiyle incelenerek, gündem belirleme kuramı odağında değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İran Yeşil Devrimi, Twitter, Gündem Belirleme, Kitle Hareketleri

An Outlook On Iranian Green Revolution Within The Scope Of Agenda Setting Theory: An Analysis Over Tweets

ABSTRACT

Effects of globalization are felt first in the economy and then in all domains of the societal life. Moreover, the advancements experienced in information communication technologies for the last two decades acted as a pillar of support for the concept of 'global village' introduced by Marshall McLuhan. In line with the invention of internet, proliferation of personal computers and use of smart mobile devices, change is witnessed also in social movements. Individuals from all walks of life all around the world benefit from new media instruments in order to express their discomfort on issues such as economic problems, worsening environmental and living conditions, authoritarian regimes or human rights. The purpose is sometimes to make their voices heard by the holders of political power and occasionally to make possible that individuals come together in physical surroundings and on virtual platforms. As a consequence of this situation, diverse methods which are employed by political authorities to influence the traditional media are likely to be applied also to the social media on the basis of the management of social media tools.

Individuals joining together in social media in Iran in early 2018 continued their opposition in physical space and were faced with severe measures of the government. In this study, the content analysis of the messages shared by users on Twitter about the mass movement in Iran in 2018 has been tried to be evaluated in the focus of agenda management theory.

Key Words: Iranian Green Revolution, Twitter, Agenda Setting, Mass Movements

¹ Dr. Bağımsız Araştırmacı, yucesoytayfun71@gmail.com, Tel:0505 808 28 50, ORCID: 0000-0002-0352-9757

² Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, bkarabulut@mku.edu.tr, Tel:0507 348 90 39,

ORCID ID: 0000-0003-4838-6064

GİRİŞ

Yazdığı “Man-Computer Symbiosis” adlı makalesiyle, internetin teorik altyapısını ortaya koyan ve devamında internetin atası olarak ifade edilebilecek ARPA projesinde de aktif rol üstlenen J. C. R. Licklider’in (1960: 4-11) kendisinin bile hayal edemeyeceği yoğun iletişim ortamı dünyamızı sarmaktadır. İnsanoğlu, daha önce hiç tecrübe etmediği karşılıklı ve kültürler arası bir etkileşim içerisinde. Günümüzde sekiz milyara yaklaşan dünya nüfusunun %66’sının mobil cihaz, %56’sı internet, %46’sının ise aktif sosyal medya kullanıcısı olması, bu iletişim yoğunluğunun en somut örnekleri olduğu rahatlıkla ifade edilebilir (www.wearesocial.com, Erişim Tarihi: 16.08.2019).

İnternet ve onun sunduğu sosyal medya ortamları ile bilgiye konan tekellerin kırıldığı, bilginin üzerindeki filtrelerin azalarak veriye en yalın haliyle ulaşılabilirdiği, fikirlerin özgürce ifade edilebildiği bir ortamın varlığı göreceli olarak ortaya çıkmıştır. Friedman (2000: 66-68), internetin sağladığı altyapıyla, bilginin demokratikleşerek, bir yandan özgürlüklerin, insan haklarının gelişmesine yol açıp, zorba yönetimlere karşı sessizlerin sesi olabileceğini ifade ederken, eleştirel bakış açısı ile bu özgürlüklerin tıpkı sosyal medyanın kendisi gibi sanal ortamlar sunarak perde arkasındaki yönetsel güçlerin iktidarını pekiştirdiği de iddia edilebilmektedir. Bu görüşler aslında İnnisçi bir yaklaşımla da desteklenirdiği söylenebilir. Yağan (2013: 31), söz konusu yaklaşımla ilgili iletişimdeki içeriğin her zaman teknolojinin belirlediği ve yeni iletişim araçları bulmanın ve kullanıma sokmanın toplumsal değişimi de beraberinde getireceğini belirtmektedir. Erdoğan ve Alemdar (2005:139-140) ise aynı kuramını şu şekilde özetlemektedir:

“İnnis’e göre yeni iletişim araçlarını elde etmek için oluşan rekabet, toplumdaki rekabetçi uğraşın temel eksenidir. Varolan iletişim araçları toplumsal örgütlenme biçimini çok güçlü bir şekilde etkiler. Yeni teknolojik yapılar eski-düzenlerin ortadan kalkmasına neden olur. Bilinç toplumsal örgütlenmelerde oluşturulduğu için, iletişimin denetimi hem bilincin, hem de toplumsal örgütlenmenin denetimi demektir. İletişim aracı ve bu aracı denetleyen gruplar toplumda egemenliğe sahip oldukları için, rekabetin ana eksenini rakip iletişim araçlarının araştırılması olur. Yeni araçlar varolan güç merkezlerini baltalamak ve yeni örgütlenme kalıplarının yaratılmasını ve yeni bilgi şekillerinin anlatımını kolaylaştırmak için düzenlenir. Böylece toplum değişime uğrayarak dengesini bulur. Diğer bir deyimle, İnnis’e göre egemenlik iletişim araçlarının denetimi ile oluşur ve yeni iletişim araçlarının bulunması ve bu araçların yeni örgütlenmeler ortaya çıkarması ile toplumsal değişim meydana gelir.”

Söz konusu kuram sosyal medya özelinde değerlendirildiğinde, egemenliğin iletişim araçlarının denetiminden geçtiği sorgulanması gereken bir konu olarak gözükmeyle birlikte sosyal medya gibi araçların yeni örgütlenmeler ortaya çıkarması ile toplumların bünyesinde pek çok köklü değişim meydana getirdiği daha rahat ifade edilebilir. İnternet teknolojisinin çıkışıyla

beraber sosyal ve toplumsal gelişim/değişim tüm alanlarda ve küresel çapta karşılıklı etkileşimi destekleyecek şekilde yeni sosyal ağlar ve/veya ilişkiler yarattığı görülmektedir. Bu durum kitle hareketlerinin oluşumunda sosyal medyanın ana etkenlerden biri olduğu genel kanısını oluşturmaktadır.

Sosyal medyayı kitle hareketleri açısından değerlendiren Szajkowski (2011: 420-421), sosyal medyayı, kitle hareketlerine zemin hazırlayan, otoriter rejimlere karşı korku duvarlarının aşılmasına destek sağlayan, isteksiz kitleleri harekete geçiren ve otoriter hükümetlerin iletişimi engellediği ülkelerde inanılmaz derecede sivil toplumu ve kamusal alanı güçlendirdiğini ifade etmektedir. Bu genel kanının özünü, etkilerinin ülke sınırlarından, yönetim biçimlerine varan bir yelpazede geleceği dönüştürmeye devam eden ve 21'nci yüzyılın ilk 20 yılında gerçekleşen ve etkileri günümüze yansıyan pek çok kitle hareketinin sebep-sonuç ilişkisinde yatmaktadır.

Sosyal medya ve kitle hareketleri kavramlarının ikincisi olan *kitle hareketleri* ile ilgili, Marshall (1999: 746), "insanların arasında var olan olağan ilişki ve etkileşimlerin ötesinde, belirlenen ortak bir hedefe doğru, ortak bir adım ve konumlanış" şeklinde ifade ederken, Castells (2013: 189), "... kentsel toplumsal yaşamı yeniden düzenlemeyi isteyen devlet ve diğer politik güçlerin diyalektik rekabeti sonucu ortaya çıkan ve toplumu yöneten siyasi kurumlara duyulan derin bir güvensizliğin itici gücü" olarak ifade etmektedir. Diğer taraftan, Habermas (1981) ise, yeni kitle hareketlerinin; sömürgecilik ve kültürel fakirleşme odağında değerlendirerek anlamın ve özgürlüğün kaybolması yönetim yapısının da bu sorunlar karşısında yetersiz kalması sonucunda yükseldiğini vurgulamaktadır. Melucci (2009: 87) ise, "dayanışmaya dayalı, bir çatışma yaşayan, yer aldığı sistemin sınırlarını zorlayan kolektif bir hareket biçimi ve kolektif kimliğin inşa edildiği toplumsal ilişkiler ağı" olarak tanımlamaktadır.

Kitle hareketleri içinde buldukları psikolojik durumlar açısından da pek çok akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Hoffer (2011: 7) her kitle hareketinin, benzer düşünüşle hareket eden ve istenen hedefe ulaşmak için ölüm dahil her türlü güçlüğe göğüs gerecek katılımcılara sahip olduğunu ifade etmektedir. Hoffer'a göre kitle hareketi neyi vaat ederse etsin, taraftarlarında aşırılığı, gayreti, umudu, nefreti besler ve oldukça güçlü bir çekim ve etki alanı yaratır. Yaratılan etkinin derecesi mutlak inanç, itaat ve sadakat ile orantılıdır. Erlevent (2012: 45) ise konuyu, "kitleler mantıkları ile değil, duyguları ile hareket eden, telkine kapılma eğiliminde olan, kolayca söylenene inanan, düşünme yetileri gelişmemiş, hayallerin, rüyaların peşinden giden, duygusal dünyaları düşünsel dünyalarının önüne geçmiş kahraman olma ve kahramanca eylemler yapma hevesinde, kendilerine verilen her emre itiraz etmeksizin boyun eğen bilinçsiz ve bir o kadar da duygusal kalabalıklardır." şeklinde ifade etmektedir. Baudrillard (2003: 13-14), biraz daha farklı olarak kitleyi toplumsalın içinde kaybolduğu kara

bir delik olarak tanımlamaktadır. Le Bon (2011: 33), kitle hareketlerinde duyguların önemine dikkat çekerek; “Dünyayı yerinden oynatan siyasal ve dini inançların gücü, duygusal ve mistik öğelerden doğmuş olmaları gerçeğinde yatar; akıl bu inançları ne yaratmış ne de yönlendirmiştir” şeklinde kitlenin psikolojik ard alanına vurgu yapar.

Yeni medya kavramı ile birlikte anılmaya başlanan sosyal medya kitle hareketleri ilişkisiyle ilgili olarak ise her ne kadar tarihsel süreçle ilgili pek çok örnek mevcut olsa da; Hoffman (2005: 39-40), internetin kitle hareketinde ne kadar etkili olabileceğinin köklerini 1994 yılında Meksika’daki Zapatista Hareketi’nin liderlerinin mesajlarını, elektronik posta yoluyla önce bir web sitesine oradan da sempatizan kitlelere ulaştırılmasına dayandırmaktadır. İletişimin yeni medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılmasında Filipinler’deki kitlesel eylemler bir başka kilometre taşını oluşturur. Filipinler Devlet Başkanı Estrada’nın yolsuzluklarının açığa çıkmasıyla 17 Ocak 2001 yılında bir haftada 7 milyona ulaşan kısa mesajlar ve kitlesel eylemler devlet başkanının istifasına yol açmıştır (Shirk, 2011: 1).

2000’li yılların ilk 10 yılına gelindiğinde artık Facebook, Twitter gibi sosyal ağlar birey ve toplumların hayatına girmiştir. Bu süreçte meydana gelen İran’daki 2009 Twitter Devrimi (İran Yeşil Devrimi), 2010-2011 yıllarında İspanya’da Öfkeliiler Hareketi (Los Indignatos), Tunus’taki Yasemin Devrimi, Mısır’daki Facebook Devrimi, Libya’daki iç savaş ve sonrası, kısaca tüm Arap Yarımadası’nda yaşanan kitle hareketleri ve tüm dünyaya bir salgın gibi yayılan işgal et eylemleri değerlendirildiğinde, sosyal medya kullanıcılarının bu devrimler ile yakın ilişkisi olduğu görülmektedir (Chen, 2013: 594).

1. Son On Yıllık Dönemde İran Yeşil Devrimine Genel Bakış

İzleri 2009 yıllarına dayanan İran Yeşil Devrimi çağımızın sosyal medya destekli kitle hareketlerinin öncülerinden sayılabilir. Aynı zamanda 2009 seçimlerinin ardından yaşanan olaylar, İran’ın geçirmekte olduğu sosyolojik dönüşümde her on yılda bir nesiller arası mesafenin daha da derinleşmesiyle, geri dönülemez bir sürece girdiğinin kanıtıdır. Özellikle kentli kesimlerin artan özgürlük ve demokratikleşme talepleri karşısında rejim beka kaygılarını daha yoğun yaşamaya başlamıştır (Koç, 2017: 6).

12 Haziran 2009’da gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde hile ve usulsüzlük yapıldığına dair oluşan kanaat, 1979 İran İslam Devrimi’nden bu yana bu topraklarda görülen en büyük protesto gösterilerine neden olmuştur. Yaşananlar rejimin meşruiyet kaybını daha da artırmıştır. Rejim varlığını baskı ve korkutma yoluyla sürdürürken, sistem bu kez siyasi elitler arasında artık kapalı kapılar ardında kalmayan iktidar çekişmesi ile sarsılmaya başlamıştır.

Reformistleri sistemden uzaklaştıran muhafazakârlar kendi içlerinde Khamenei-Ahmadinejad çekişmesinde görüldüğü gibi bölünmelerin yaşanmasıyla sonuçlanmıştır (Şen, 2012: 99).

Her ne kadar son yaşanan kitle hareketlerinin kökleri 2009 Yeşil Devrimine dayandırılrsa da kitle hareketlerinin kökleri daha gerileri gitmektedir. Farhad Khosrokhavar'dan aktaran Taşkın (2008: 31-32), Devrim-Sonrası İran'daki kitle hareketlerini, üç başlık altında toplamaktadır: Entelektüeller, Kadın ve Gençlik Hareketleri. Sinkaya (2018: 2-3) ise, İran'da, kitle hareketlerinin temellerini genel olarak üç ana konuya; ekonomik nedenler, toplumsal nedenler ve siyasal nedenlere dayandırmaktadır. Ekonomik nedenler daha çok, İran-İrak savaşı bittikten sonra başlayan İran'ın yeniden yapılanma dönemi ve bu kapsamda liberal politikaların ağırlık kazanması ve İran'ın liberalleşmeye başlaması ve günümüze kadar gelen gelişmelerdir. Toplumsal sorunlar, çoğunlukla azınlık grupları arasında ortaya çıktığı görülmektedir. Daha çok kendi dillerini konuşmak, kendi dillerinde eğitim almak ya da kendi bölgelerine ayrımcılık yapılması gibi etnik/kimlikli nedenlerle, protestolar ortaya çıkabilmektedir. Toplumsal hareketlerin diğer bir sebebi ise toplumsal ve siyasal dönüşümle ilgilidir. İslam Devrimi her ne kadar eğitimin yaygınlaşmasını, tabana doğru genişletse de kötü ekonomik koşullar sebebiyle eğitilmiş işsizlik İran'ın en önemli sorunlarından birisi haline gelmiştir. Diğer bir mesele ise İran'daki siyasi anlaşmazlıklardır. İran'da rejimden memnun olmayan, İslam Cumhuriyeti'nin uygulamalarından, bizzat varlığından memnun olmayan farklı grupların varlığı, genel olarak muhafazakârlar ve reformcular olarak ayrılan İran siyaseti içerisindeki ve elitler arasındaki çekişmeler zaman zaman sosyal hareketleri tetikleyebilmektedir.

Bu gerekçeler, başta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olmak üzere küresel güçlerin İran politikalarından ayrı olarak düşünülmemesini gerektirmektedir. Özellikle Özcan'ın (2006: 15) ABD'nin Ortadoğu bölgesindeki petrol ve doğal gaz yataklarının güvenliğinin sağlanması, dünya enerji arzının sürdürülebilir olması, İsrail'in güvenliğinin sağlanması, terörizm tehdidinin ortadan kaldırılması, kitle imha silahlarının üretilmesi ve yayılmasının önlenmesi şeklinde özetlediği çıkarları, tüm kitle hareketlerinde katalizör olarak yer alabilmektedir. Şen'in (2018: 6) de belirttiği gibi Devrim Muhafızları göstericilerin arkasında ABD, İsrail, Suudi Arabistan gibi devletler ile Halkın Mücahitleri Örgütü ve monarşi yanlısı grupların olduğunu ifade etmesi bu güvenlik hususlarını teyit etmektedir.

İnternetin yeni toplumsal hareketler üzerinde oynadığı rol, sosyal medya ortamlarının ortaya çıkışından öncelere, 1994'de Meksika'da "Zapatista" olarak bilinen yerli halkça başlatılan ayaklanmalara kadar gider. Bu, internetin nasıl etkili bir iletişim aracı olabileceğini de göstermiştir (Hoffmann, 2007-2008; 105)

Arap Baharından kısa bir süre önce iktidar tarafından deneyimlenen Yeşil Hareketle güvenlik önlemlerini üst seviyeye çıkaran İran, böylelikle 2011 yılında yayılan Arap Baharının etkilerini de bir şekilde daha hafif anlatmış görülmektedir. Bu sebeple Zengin'in (2013: 173) de ifade ettiği gibi, Arap Baharı sürecinde İran, tüm kitle hareketlerini daha demokratik, şeffaf yönetim talepleri için açıkça desteklerken protesto gösterilerinin başladığı her ülkedeki gösterileri "Müslümanların Uyanışı" olarak tanımlamıştır. Ancak bu söyleme kitle hareketlerinin Suriye'ye sığramasıyla tam yüz seksen derece çark ederek Devlet Başkanı Esat'a destek verecek şekilde değiştirmiştir.

Bu süreçle birlikte 2017 yılının sonlarına gelindiğinde tekrar filizlenen Yeşil Hareket, 2017'de Meşhed'de ülkedeki hayat pahalılığı, işsizlik, yolsuzluk gibi sorunları protesto etmesiyle başlayan ve kısa sürede rejim karşıtı gösterilere dönüşerek Tahran, Kirmanşah, Senendeç, Zencan, Şiraz, Kum, Ahvaz, Zahidan, Erak, Hurrem Abad gibi pek çok kente yayılmıştır (www.aljazeera.com, Erişim Tarihi: 20.11.2018). ABD Başkanı Trump'ın, 30 Aralık 2017'de İran'daki hükümet karşıtı gösterilere destek vererek, "İran halkının rejimin yolsuzluk ve terörizmi desteklemesinden sıkıldığına dair haberler aldıklarını, rejimin yolsuzluklarından ve ulusun servetini yurtdışındaki terör faaliyetlerini desteklemek için harcamasından sıkılan İran vatandaşlarının barışçıl protestolarına dair birçok haber geldiğini, İran hükümetinin insanların kendini ifade etme hakkı da dahil tüm haklarına saygı duymalıdır. Tüm dünya izliyor!" şeklinde protestoları destekler tarzda tweet atmasıyla bir anda dünya gündemine oturmuştur (Bengali ve Mostaghim, 2018).

Şen (2018: 5), hayat pahalılığı ve işsizliği protesto eden göstericilerin başlangıçta Ruhani hükümetini hedef alırken, olaylar hızla rejim karşıtlığına dönüştüğünü belirtmektedir. Aralık ayı sonu başlayıp, Ocak'ın ilk haftası boyunca süren ve daha sonra sönümlenen eylemlerin özellikle büyük kentlerde çok tutunamadığını etkisini daha çok küçük illerde gösterdiği görülmektedir. Şen, iktidarın 3 Ocak'ta Devrim Muhafızları bazı illere birliklerini göndermesi ve 7 Ocak'ta da göstericilere karşı zaferini ilan etmesiyle şimdilik durağanlaşan eylemlerin 30'a yakın kişinin hayatını kaybettiğini, 3000'den fazla kişinin de tutuklandığını ifade etmektedir.

Öte yandan gösteriler esnasında sık tekrarlanan "Ne Gazze ne Lübnan canım feda İran'a" sloganı, 2009 Yeşil Hareketi'nde dile getirilen sloganlardan olmakla birlikte; dış politikayla ilgili tepkiler bu kez 'Suriye'yi bırakın derdimize çare bulun' sloganında görüldüğü üzere Suriye politikalarına da yönelmiş durumda ve rejimin sürekli vurguladığının aksine Suriye'ye yönelik politikaların halk tabanında benimsenmediğini göstermektedir. Yine de bütün bu sloganlardan çok daha anlamlısı şüphesiz "İslam'ı basamak yaptınız bizi zelil ettiniz" ya da

“Biz devrim yaptık ne büyük hata yaptık” sloganları gibi doğrudan devrimin ve müesses nizamın varlığına yönelik sloganlar olmuştur (Uygur, 2017).

İran’da olayların başlamasıyla birlikte İletişim ve Komünikasyon Bakanı tarafından İran’da aylık 40 milyon aktif kullanıcısıyla en etkin sosyal medya ortamı Telegram CEO’na “nefret yüklü eylemler, molototof kokteylinin kullanımını, silahlı ayaklanmayı ve sosyal huzursuzluğu cesaretlendirdiği için doğrudan mesaj atmış ve sonrasında Telegram yasaklanmıştır (Lomas, 2018). Bu durum günümüzde kitle hareketlerinin oluşması, mobilizasyonu ve yoğunlaşmasında sosyal medya ortamlarının etkin olarak kullanıldığı ve otoriter iktidarlar tarafından kontrol edilemediği takdirde engellendiğine bir başka örnek teşkil etmektedir.

Her ne kadar 2017’deki protestolar 2009’dan bu yana İran’da görülen en geniş kapsamlı kitle hareketleri olsa da; hareketin talepleri, sınıfsal yapısı, kapsamı farklılıklar içermektedir. 2009’daki çıkan olaylarda seçimlerdeki usulsüzlükleri ve şaibeleri protesto edenler, ağırlıklı kentli orta sınıftan oluşurken; 2017’nin son günlerinde karşımıza çıkan ve 2018’in ilk haftası boyunca devam eden protestolarda kentli orta sınıfın aksine daha çok kentli yoksullar, işsizler ve işçi sınıfı kısacası “kaybedecek hiçbir şeyi olmayan kesim” protestolara dinamizm kazandırdığı görülüyor. Protestolarda başka bir farklılık ise 2009’daki gösterilere Mir Hüseyin Musevi, Mehdi Kerrubi, Zehra Rahnevard ve eski Cumhurbaşkanı Muhammed Hatemi gibi isimler liderlik ederken; son gösterilerde, göstericilere liderlik eden bir önderler grubundan bahsetmenin güçlüğü görülmektedir. Diğer yandan son protestoların büyük kentlerde çok tutunamadığını küçük kentlerde ve kırsalda bir müddet daha devam ettiği ve sonrasında Devrim Muhafızları tarafından kontrol altına alındığı görülmektedir. Son olarak, 2009’daki protestolar yalnızca hükümeti eleştiren bir seviyede kaldığı halde, 2017 yılında ise hızla rejime karşı muhalefete dönüştüğü görüşündedir (Şen, 2018: 4-7). bilinen yerli halkça başlatılan ayaklanmalara kadar gider. Bu, internetin nasıl etkili bir iletişim aracı olabileceğini de göstermiştir (Hoffmann, 2007-2008; 105) rnetin yeni toplumsal hareketler üzerinde oynadığı rol, sosyal medya ortamlarının ortaya çıkışından öncelere, 1994’de Meksika’da “Zapatista” olarak bilinen yerli halkça başlatılan ayaklanmalara kadar gider. Bu, internetin nasıl etkili bir iletişim aracı olabileceğini de göstermiştir (Hoffmann, 2007-2008; 105)

Medyanın twitter devrimi şeklinde adlandırdığı bu hareket aslında tüm ülkedeki twitter kullanıcı sayısının 19,235 ile toplam nüfusun yüzde 0,027’si olarak tahmin edildiği göz önüne alındığında abartı olarak görülmektedir (Evgeny, 2011: 15). Ancak bu hususun kullanıcı sayıları ve internete ulaşılabilirlik açısından 2017 sonlarına gelindiğinde görece değiştiği görülmektedir.

2. Gündem Belirleme Kuramı

Kitle iletişiminin en önemli etkisinin, olaylar üzerine bireylerin ne düşüneceğinden ziyade, bireyin ne hakkında düşüneceği konusunda yarattığı ortam olduğu ifade edilmektedir. Temellerini kitle iletişiminin birey ve kitle üzerindeki etkilerini araştıran teoremlerden alan "Gündem Belirleme Kuramı", bireyin kitle iletişim araçlarından gelen mesajlarla etki altına nasıl alınabildiğine odaklanmaktadır. Her ne kadar kökleri 1920'lere dayansa da kuramın ilk ampirik deneme ve temelleri Donald L. Shaw ve Maxwell E. McCornbs tarafından, 1968 yılında Amerikan Başkanlık seçiminde medyanın rolü üzerine yaptıkları çalışmalara dayandığı ifade edilebilir. Kuramın özü, kitle iletişim araçlarındaki eşik bekçileri tarafından bireyin ihtiyaç duyduğu bilgiye konu, anlatım şekli, süresi, konuya verilen önem, sunum şekli süzgeçlerden geçirilerek ve hakim ve/veya hegemon düşünce bakış açısıyla yönlendiren yayımcılar vasıtasıyla bireyin ne hakkında ve nasıl düşüneceği konusundaki etkileşimin varlığına yöneliktir. Bu konuda Cohen (1963: 13), "Basın insanlara çoğu zaman ne düşünecekleri hakkında başarılı olmasa da, ne hakkında düşünecekleri hakkında şaşırtıcı derecede başarılıdır" şeklindeki ifadesi ile kuramı özetlemektedir.

Gündem belirleme kuramı çalışmalarında en önemli husus, kitle iletişim araçlarının gündelik yaşanan olay ve konular ile ilgili olarak göreceli önemliliğine karar verip vermediğidir. Kitle iletişim araçlarında bir konuya verilen sıklık derecesi, haberin uzunluğu, başlığın genişliği, konumu gibi unsurlar bir konunun ne kadar önemli olduğunun algılanmasına etki etmektedir (Martin, 1989: 52). Bu bağlamda Weaver (1999: 1), gündem belirleme araştırmaları temel olarak iki konu üzerine odaklamakta ve iki varsayımla temellenmektedir. Birinci varsayım; basın gerçeği yansıtmadığı, daha çok gerçeği filtre edip, şekillendirdiği, ikinci varsayım ise; az sayıda konuya medyanın yoğunlaşmasının, bu konuları öteki konulardan daha önemli ya da daha dikkat çekici konular olarak, halkın algılamasını yönlendirdiğidir.

Maxwell McCombs ve Donald Shaw'ın (1972: 185-186), yapmış oldukları çalışma sonucunda medyanın etkisinin aşamalar halinde gerçekleştiğini belirttiler. İlk aşamada bireylerde 'farkında olma' halinde görülen etki, ikinci aşamada 'bilgi sahibi olma' üçüncü aşamada konuyla ilgili 'tutum geliştirme' ve son aşamada ise edinilen tutumun 'davranış değişikliğine' neden olması söz konusuydu.

Maxwell McCombs (1992: 813-814), ise gündem belirlemeye ilişkin araştırmaları dört aşamalı bir süreç olarak ifade etmektedir. İlk aşama çalışmalarında, medyanın konuyu ayırdığı yer zaman ile konunun kamuya olan ilgisi ve konuya karşı göstermiş olduğu dönemin karşılaştırılmasına ilişkin araştırma ve çalışmaları içermektedir. İkinci aşamada artan rastlantısal durumlar veya gündem belirleme etkilerinin engellenmesi konularına ilişkin çalışmaları

kapsamakta, üçüncü safha ise imaj çalışmaları kapsamında ele alınabilecek bir dönem olarak aday imajları ve politik ilgililere yönelik, gündem belirleme hipotezinin alternatif gündemler şeklinde ele alındığı bir süreçtir. Son aşama ise, bu alandaki araştırmalarda medya gündeminin kimin tarafından saptandığına ilişkin yeni bir soru sorulmaktadır.

1990'larda internetin kamuya açılmasının ardından kitle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve sonra üzerine sıkça tartıştığımız yeni medya kavramıyla birlikte medya araçlarının geçirdiği dönüşümü ve kullanıcının aktif hale gelmesinin sonuçları olarak gündem belirleme kuramıyla ilgili olarak yeni düşünceler de geliştirilmeye başlanmıştır. Weimann ve Brosius (2016: 26), yaşanan bu değişimin ardından yapmış oldukları çalışmada gündem belirleme kuramının geleceğiyle ilgili şu soruları sormaktadır:

- Çevrimiçi iletişim kanallarının halk arasında gündem belirleyici etkileri var mı?
- Yeni iletişim kanalların yayılması, geleneksel medyanın gündem belirleyici etkisini azalttı mı?
- Yaşanan bir iletişim eyleminin bütüncül ve benzer şekilde anlamlandırılmasında kullanıcının sahip olduğu kişisel hesapların ne gibi etkileri vardır?

Bu sorularla daha önce gündemi takip etmek için geleneksel medyayı kullanan bireylerin yeni medyayla birlikte gündemin belirlenmesi konusunda ne gibi farklılıklar olabileceğini irdelemektedir. Yeni medya sayesinde içerik seçenekleri, haber içeriklerini tüketen kullanıcılar için mevcut kaynakların artması, tüketiciler tarafından içeriğin daha fazla kontrol edilebilmesi ve içeriği üretenlerle tüketenler arasındaki çizginin bulanıklaşması sebebiyle gündem belirlemenin etkilerinin azalmasını bekleyebiliriz. Fakat sosyal medya ve blogların içeriğinin birçoğunun geleneksel medyanın gündemine bağlı olması nedeniyle gündem belirlemenin etkilerini daha güçlü hissedebiliriz. Eğer yeni medya geleneksel medyanın çizdiği yoldan giderse gündem belirleme yönteminin gücü azalmaz, dahası yeni medya kanallarına aktarılır. Bu nedenle, geleneksel medya, blogların, sosyal paylaşım sitelerinin, video paylaşım sitelerinin ve diğerlerinin gündemini belirleyebilir (Weimann ve Brosius, 2016: 28-29). Weimann ve Brosius (2016), bu ifadelerin ardından bilgi akışının geleneksel medyadan yeni medyaya doğru tek yönlü olmadığını, bu mecralardan karşılıklı olarak bilgi akışının sağlanarak birbirleriyle etkileşimli bir hal aldıklarını belirtmektedir.

Etkileşim konusunu geleneksel medya ile yeni medya sistemlerinin birbiriyle melezleşmesi (hibridleşme) şeklinde açıklayan Burns (2008: 3), bunun nedenini; izleyicinin değişen rolü (medya içeriğinin kullanıcılarının aynı zamanda hem üreticisi hem de tüketicisi (producers) olması durumu), medyayı kullanım yollarının değişimi, medya içerik sağlayıcılarının yapısındaki değişimler medya kanalların (elektronik medya, yazılı basın, internet medyası gibi)

formunun ya da biçiminin değişikliğinden kaynaklanan programı aktarım tarzındaki değişiklikler, çeşitli kanalları birleştiren medya iletişim biçimlerinin ortaya çıkması ve popüleritesinin artmasıyla açıklamaktadır. Nowak (2016: 5) ise, melezleşme konusunda "geleneksel medya; yazılı basın, radyo ve televizyon gibi araçlardan oluşmakta ve hala ana akımı temsil ederek medya sistemindeki merkezi konumu işgal etmektedir. Ancak yeni medyanın popüleritesi giderek artıyor ve bileşenlerinden bazıları ana akımın bir parçası haline geliyor ve böylece ana akımda değişime uğruyor. Medya sistemindeki içerisindeki kimi popüler araçlar birbirleriyle rekabet ederken diğerleri işbirliği yapar fakat tümü sistemin melezliğine katkıda bulunur" ifadesiyle açıklamaktadır. Yaptığı çalışmanın sonucunda yeni medyanın kamusal alandaki gücünün giderek arttığını belirten Nowak (2016), geleneksel medyanın kamunun gündemini ya da fikrini etkileme konusunda etkisinin azaldığını belirtmektedir.

Yapılan bu değerlendirmelerin ardından yaptığımız çalışmanın örneklem alanını içeren ve sağlayan Twitter'ın yeni medya kanallarından biri olması nedeniyle gündem belirleme kuramıyla ilgili çalışmalar doğrultusunda melezleşen medya araçlarının bir ürünü olarak, gündem belirleme kuramını destekleyici bir unsur olarak gündem koyma ya da gündem saptama konusunda etkisinin olduğu düşünülmektedir. Araştırmada, kısaca insanların ne düşüneceklerinden çok ne hakkında düşüneceklerine odaklanan ve son dönemde yapılan araştırmalar sonucunda nasıl düşünecekleri hakkında olan bu kuram çerçevesinde, ana hedef kitle olan İnan vatandaşları dışında İnan kitlesel eylemlerine dünya insanının bakışı üzerine odaklanılarak ortaya çıkan sonucun ana akım görüş çerçevesinde sorgulanması amaçlanmaktadır.

3. Metodoloji

Sosyal medya Twitter ortamında Ocak 2018 başında meydana gelen İnan kitle hareketlerinin dünyanın birbirinden farklı coğrafya ve kültürel yapılar içerisindeki insanlar tarafından nasıl algılandığı ve meydana gelen kitlesel harekete verilen tepkilerin hangi ana ve alt konu başlıkları altında toplandığı ve elde edilen sonuçların İnan kitle hareketleri ile ilgili ana akım görüşler çerçevesinde araştırılması konunun ana problemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın evrenini, belirli bir zaman aralığında farklı coğrafi bölgelerdeki Twitter kullanıcılarının İnan kitle hareketiyle ilgili olarak paylaştıkları tweetlere odaklanarak gösterdikleri tepkinin, benzer ve/veya farklı yönlerinin araştırılabilmesi amacıyla İngilizce tweetler esas alınarak belirlenmiştir. Bu çerçevede içerik analizi yoluyla veriler, nitel olarak tanımlanmaya benzer verilerin belirli kavram ve temalar yoluyla bir araya getirilerek anlaşılabilir bir biçimde raporlanmaya çalışılarak araştırma desenini durum (örnek olay) çalışması olarak planlanmıştır.

Bu kapsamda öncelikle İran'da meydana gelen kitle hareketlerinde, en yoğun olarak kullanılan #IranProtests hashtag'yle paylaşılan tweetler www.twitonomy.com adresinden alınarak incelemeye tabii tutulmuştur. Mesajların günlük kesitinin tespitinde kitlesel eylemin yoğunluğu veya mesajlaşmanın yoğunluğu olmak üzere iki farklı yöntem ile ele alınmasıyla 3 Ocak tarihi tespit edilmiştir. Tweet akışlarının yoğunluğu ve bu yoğunlukta gönderilen mesaj sayısının fazlalığı göz önüne alınarak mesaj sayısı gün içerisindeki kesintisiz 2 saatlik bir zaman dilimi ile sınırlandırılmıştır.

#IranProtests hashtagi esas alınarak ve hesap hareketlerinin ve mesaj trafiğinin en yüksek olduğu 3 Ocak tarihinde gönderilen toplam 3038 çok dilli mesaj içerisinde tespit edilen yalnızca 1408 İngilizce mesaj incelemeye alınmıştır. Mesaj içeriklerinin analizi sırasında metnin yazarlarından Tayfun Yücesoy'un (2017, EK-2) doktora tezinde oluşturduğu ve kullandığı içerik analizi kod tablosundan yararlanılmıştır. Söz konusu 1408 tweetin her biri öncelikle konu kategorisinde 8 ana başlıkta sınıflandırılmış ve devamında bu ana konulara ait 55 alt başlık tanımlanarak her bir mesaj 63 farklı kriterde analiz edilmiştir.

Mesajların kod açılım tablosuna göre gruplandırılmasında hangi ana ve alt konu başlıklarına ait olduğu belirlenirken metin içeriği, mesajı gönderenin profili, mesajın ağırlık, etkinlik ve öncelik derecesi göz önüne alınarak yapılmıştır. Her bir mesaj için hazırlanan kod açılım tablosunda yer alan resim ve video linkleri içerik analizine dahil edilmemiştir ancak söz konusu resim ve videolardan yalnızca sözel bölümün bir uzantısı olarak analiz süresinde mesajın kod açılım tablosunda doğru kodlanmasında dikkate alınmıştır. Her ne kadar araştırma nitel çözümleme esas alınarak yapılsa da bütüncül bir yöntem izlemek maksadıyla nicel değerlendirilme kapsamında yüzdesel/frekans değerlerine de sonuçlarda yer verilmiştir.

Konusal/tematik kodlama yapılırken ortaya çıkan konuların altında yer alan verilerin anlamlı bir bütün oluşturup oluşturmadığı ve ortaya çıkan konu/temaların tümünün araştırmada elde edilen verileri anlamlı bir biçimde açıklayabilmesine önem verilmiştir. Kısaca konuların, birbirinden farklı olmakla birlikte, kendi aralarında anlamlı bir bütün oluşturmalarına dikkat edilmiştir. Bulguların yorumlanması aşamasında ise sınıflandırma ve belirli temalar altında tanımlanan veriler birbirleri ve diğer konular ile ilişkilendirilip yorumlanmıştır.

Bahsedilen konular dışında araştırma başında ve araştırma sürecinde karşılaşılan sınırlıklar aşağıda ifade edilmiştir:

- Onlarca farklı dilde gönderilen tweetlerin analiz noktasında, yalnızca uluslararası bir dil olarak İngilizce dili esas alınarak paylaşılan tweetler analize dahil edilmiştir.
- Gönderilen iletilerin metinlerinin analizinde karşılaşılan zorlukların en başında tek

cümlenin saptanan analiz kategorilerinden birden fazlasını ilgilendirebilmesidir. Bir tweetin analiz başlıkları içerisinde birden fazla başlığa dahil edilmesinin objektifliği ortadan kaldırılabileceği düşünülmüştür. Bu noktada iletiyi paylaşan kullanıcı profilinin daha önce paylaşmış olduğu tweetler değerlendirilerek mesajın tek bir kategoriye dahil edilmesi gerektiği sınırlılık olarak kabul edilmiştir.

- Mesajların günlük kesitinin tespitinde kitlesel eylemin yoğunluğu veya mesajlaşmanın yoğunluğu olmak üzere iki farklı yöntem ile ele alınmasıyla 3 Ocak tarihi tespit edilmiş ancak www.twitonomy.com sitesinin teknik alt yapısının istenen saat aralığını seçimine izin vermemesi bir başka sınırlılığı oluşturmuştur.

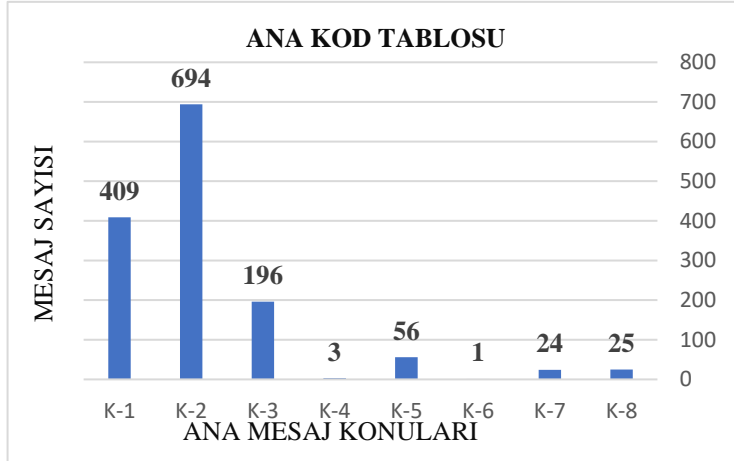
- Sanal ortamda var olan kişilerin göndermiş oldukları mesaj içeriklerinin analizde demografik bilginin (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, etnik kökeni) yetersizliği nedeniyle böyle bir veri elde edilememesi başka bir sınırlılığı ifade etmektedir.

4. Analiz

Ana konu dağılım tablosu incelendiğinde; 1408 mesaj içerisinde en fazla sayıda konunun % 49,3 ile (K-2) kişisel gündem, yorum ve açıklamaların yapıldığı, en az sayıda değinilen konu başlığının ise %0,1 ile (K-6) ekonomi olduğu görülmektedir. (K-2): Kişisel gündem, yorum ve açıklamalar ile ilgili tweetleri sırasıyla; %29 ile (K-1) toplantı, yürüyüş ve eylem konulu mesajlar, %13,9 ile (K-3) kitle hareketine destek ve yardım konulu mesajlar, %4 ile (K-5) güvenlik konulu mesajlar, %1,8 ile (K-8) protesto konulu mesajlar, %1,7 ile (K-7) sansür konulu mesajlar, %0,2 ile (K-4) liderler hakkında gönderilen mesajlar takip etmektedir.

Tablo 1. Ana Konu Başlıklarına Göre Mesaj Dağılım Tablosu (K)

	KOD	ADET	%
Toplantı, yürüyüş, eylem konulu mesajlar	K-1	409	29,0
Kişisel gündem, yorum, açıklama konulu mesajlar	K-2	694	49,3
Kitle hareketine destek ve yardım isteme mesajları	K-3	196	13,9
Liderler hakkındaki mesajlar	K-4	3	0,2
Güvenlik konulu mesajlar	K-5	56	4,0
Ekonomi konulu mesajlar	K-6	1	0,1
Sansür konulu mesajlar	K-7	24	1,7
Protesto konulu mesajlar	K-8	25	1,8
TOPLAM		1408	100



K1, K2, K3 olarak adlandırılan mesaj konuları toplam 1299 adet mesaj ve %92,3 ile tüm mesajların ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu sırayı % 4 ile güvenlik konulu mesajlar takip etmektedir. Tüm mesajlar içerisinde lider ile ilgili hoşnutsuzluk yaklaşık %0,2 seviyesindedir.

Kitle hareketlerinde kişisel algıda yer alan en önemli hususlardan birisi olan K-5 Güvenlik hususu ise %4 ile görece düşük bir değerde tespit edilmiştir. Bu husus mesajların gönderildiği coğrafi mekan ile kitle hareketinin yaşandığı yer arasında farklılık olduğu şeklinde ifade edilebilir. Benzer şekilde K-8 protesto %1,8 ve K-7 sansür konularında %1,7 oranları genel mesaj trafiği içerisinde oldukça az bir yer kaplamaktadır. Bu husus devam eden kitlesel hareketlerde iktidar kaynaklı baskının algılanmadığı yönünde olduğu ifade edilebileceği gibi, kitle hareketine ilişkin gönderilen mesajların sahiplerinin fiziksel olarak buldukları yer itibarıyla (ülke dışı, olay yeri dışında) bu konuları hissetmediği yönünde değerlendirilebilir.

Özellikle dünyanın dört bir yanında son 10 yılda meydana gelen İşgal Et Eylemleri ve Arap Baharındaki kitle hareketleri dikkate alındığında yaşanan problemin ekonomik kaynaklı olduğu ifade edilse de İran olayının mesaj içeriklerinde ekonomi konusunun en az düzeyde ele alınması dikkat çekici bir sonuçtur. Her ne kadar kitle hareketinin oluştuğu ekosistemde ekonominin payından bahsedilse de, bu konunun mesajlardaki verilerle desteklenmediği söylenebilir.

4.1 Mesajların Kendi Kategorileri İçerisinde Alt Konu Başlıklarına Göre Değerlendirilmesi

4.1.1 Toplantı, Yürüyüş, Eylem (K1) Konulu Mesajlar

Bu grup ana konu başlıkları göz önüne alındığında %29 ile en fazla sayıda gönderilen ikinci grup mesajı kapsamaktadır. Konu alt başlıkları incelendiğinde, K1-1 toplantı, yürüyüş meydan faaliyetlerinin bildirilmesi ve K1-3 gündem haberinin paylaşılması konusunda gönderilen mesajlar bu konu başlığında gönderilen tüm mesajların % 99 'unu oluşturmaktadır.

Tablo 2. Toplantı, Yürüyüş, Eylem (K1) Konulu Mesajların Dağılımı

Toplantı, Yürüyüş, Eylem - K1	KOD	SAYI	%
Meydan, Alan, Park, Toplantı yerinden haberler	K1-1	215	15,3
Katılım bildirimleri	K1-2	4	0,3
Gündem haberinin paylaşılması	K1-3	190	13,5
TOPLAM		409	29,0

4.1.2 Kişisel Gündem, Yorum, Açıklama (K2) Konulu Mesajlar

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde %49,3 ile en fazla gönderiyi kapsadığı görülmektedir. K2 kategorisinde gönderilen 694 mesaj içerisinde ön plana çıkan alt başlıklar sırasıyla 283 mesaj sayısı ve %20,1 ile K2-4 bilgi paylaşımı, 166 mesaj sayısı ve %11,8 ile K2-1 gündem haberinin paylaşılması ve hemen hemen aynı orana yakın 164 mesaj ve %11,6 ile K2-2 gündem konularını yorumlama takip etmektedir. Etnik veya dini kimliğin ön plana çıkarılması ise tüm mesajlar içerisinde yalnızca 30 mesaj ve %2,1'lik bir oranda görülmektedir.

Tablo 3. Kişisel Gündem, Yorum, Açıklama (K2) Konulu Mesajların Dağılımı

Kişisel Gündem, Yorum, Açıklama - K2	KOD	SAYI	%
Gündem haberinin paylaşılması	K2-1	166	11,8
Gündem konularını yorumlama	K2-2	164	11,6
Teşekkür kutlama	K2-3	32	2,3
Bilgi paylaşımı	K2-4	283	20,1
Kendi kimliğini ortaya koyma (etnik, dini,cinsel)	K2-5	30	2,1
Belirli bir kişiye seslenme	K2-6	19	1,3
TOPLAM		694	49,3

4.1.3 Kitle Hareketine Destek ve Yardım İsteme Mesajları (K3) Konulu Mesajlar

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde 196 adet mesaj ve %13,9 ile en fazla üçüncü mesaj grubunu kapsadığı görülmektedir. K3 kategorisinde gönderilen 196 mesaj içerisinde ön plana çıkan alt başlıklar sırasıyla 123 mesaj ve %8,7 ile K3-9 kitle hareketine destek, 24 mesaj ve %1,7 ile K3-10 dilek, temenni ve istekler, 7 mesaj ve %0,5 ile K3-7 sosyal medya yardım isteği, 12 mesaj ile K3-5 ile genel yardım isteği, 17 mesaj ve %1,2 ile genel yardım isteği gelmektedir. ABD Başkanı Trump'ın Twitter'da İran halkının yanında olduğuna yönelik

mesajının karşılığını bulmadığı görülmektedir. Mesajlarda ABD'den yardım talebi binde dokuz seviyesinde ve yalnızca 12 mesajda kaldığı tespit edilmiştir. Diğer ülkelerden yardım talebi ise 6 mesaj ve %0,4'lük bir dilimle tespit edilmiştir. Benzer ve şaşırtıcı şekilde mesajlarda, medyaya yansıyan ölüm, yaralanma ve çeşitli insan hakları ihlallerine karşılık BM'lerden yardım talebi hiç görülmemiştir.

Bu kategoride gönderilen toplam 196 adet mesajın, kendi alt konularındaki yüzdesel dağılım göz önüne alındığında % 62,7 oranındaki mesajın K3-8 kitle hareketine destek amaçlı olarak gönderildiği görülmektedir. Diğer taraftan K3-3 diğer ülkelerden yardım talebi, K3-4 genel yardım isteği amaçlı gönderilen mesaj toplam yüzdesi 11,7 olarak tespit edilmiştir. Bu husus özellikle kitle hareketlerinde, öz güven yoksunluğundan ve kitle hareketinin başarısı karşısında devletin sahip olduğu hegemon unsurlardan duyulan çekinceden kurtulmak için diğer devlet ve organizasyonlardan beklentinin göstergesi olarak yorumlanabilir.

Telegramın kapatılması sonrasında bile K3-7 uluslararası medya desteğinin istenmesi amaçlı gönderilen mesaj sayısının binde beş (%0,5) oranında kalması reel olarak oluşan kitlesel hareketin, sanal basın yardımıyla reel kitlelere yayılma ihtiyacının karşılanmadığı veya bu ihtiyacın duyulmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4. Kitle Hareketine Destek ve Yardım İsteme (K3) Konulu Mesajların Dağılımı

Kitle Hareketine Destek ve Yardım İsteme - K3	KOD	SAYI	%
Toplantı, yürüyüş, eylem faaliyetleri için yardım isteme	K3-1	4	0,3
BM'den yardım talebi	K3-2	0	0,0
Diğer ülkelerden yardım talebi	K3-3	6	0,4
Genel yardım isteği	K3-4	17	1,2
ABD'den yardım talebi	K3-5	12	0,9
Uluslararası medya yardımı	K3-6	1	0,1
Sosyal medya desteği yardımı	K3-7	7	0,5
Kitle hareketine destek	K3-8	123	8,7
Reform talepleri	K3-9	2	0,1
Dilek, temenni ve istekler	K3-10	24	1,7
TOPLAM		196	13,9

4.1.4 Liderler Hakkındaki Mesajlar (K4)

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde 3 mesaj ve binde 2 ile en az gönderilen ikinci grup mesajı içermektedir. Bu hususu genel olarak batı ana akım medyasında yansıtılan liderler hakkında toplumda oluşan negatif tutum ve davranış vurgusuyla ifade etmek güç görülmektedir.

Bu sebeple liderlere yönelik mesajların az olması göndericilerin bu hususta bilgisi olmadığı, liderleri tanımadığı şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 5. Liderler Hakkındaki Mesajların (K4) Dağılımı

Liderler Hakkındaki Mesajlar - K-4	KOD	SAYI	%
Siyasi Lider hakkında olumsuz açıklamalar	K4-1	1	0,1
Askeri Lider hakkında olumlu açıklamalar	K4-2	1	0,1
Siyasi/Askeri Lider aileleri hakkında açıklamalar	K4-3	0	0
Siyasi Liderin devrilmesinin istenmesi	K4-4	0	0
Lider hakkında açıklama-nötr	K4-5	0	0
Liderin kendi açıklamaları	K4-6	1	0,1
TOPLAM		3	0,2

4.1.5 Güvenlik Konulu Mesajlar (K5)

Bu kategorinin, tüm mesajların %4'ünü ve 56 mesajı kapsadığı görülmektedir. K5 kategorisinde gönderilen 56 mesaj içerisinde ön plana çıkan alt başlıklar sırasıyla 23 mesajla K5-7 darp, fiziki şiddet, işkence, tutuklama, 18 mesajla K5-5 çatışma bildirim, göz yaşartıcı gaz kullanımı, dörder mesajla K5-4 patlama, yanma, K5-6 yaralanma ölüm bildirim, K5-1 kolluk kuvvetlerinin faaliyetlerini paylaşma gelmektedir.

Tablo 6. Güvenlik (K5) Konulu Mesajların Dağılımı

Güvenlik - K-5	KOD	SAYI	%
Kolluk(Polis/Jandarma) kuvvetlerinin faaliyetleri paylaşma	K5-1	4	0,3
Askeri müdahalenin paylaşılması	K5-2		0,0
ABD müdahalesi	K5-3		0,0
Patlama, Yanma	K5-4	4	0,3
Çatışma bildirim/Saldırı, Göz yaşartıcı gaz kullanımı	K5-5	18	1,3
Yaralanma bildirim, Ölüm bildirim	K5-6	4	0,3
Darp, Fiziki Şiddet, İşkence, Tutuklama	K5-7	23	1,6
Belli ülke vatandaşlarının tahliyesi	K5-8	3	0,2
TOPLAM		56	4,0

4.1.6 Ekonomi Konulu Mesajlar (K6)

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde 1 mesaj ve binde 1 ile en düşük gönderiyi kapsadığı görülmektedir. Ekonomi konulu gönderilen mesajların tablosu incelendiğinde, İran kitlesel eylemlerinde ana problem sahasından bir tanesinin ekonomik sebeplerin olduğu fikri, tespit edilen mesaj trafiğinde tespit edilememiştir. Tüm mesajlar arasında en düşük yüzdellik dilimi ekonomi konulu gönderilen mesajlar oluşturmaktadır.

Tablo 7. Ekonomi (K6) Konulu Mesajların Dağılımı

Ekonomi - K6	KOD	SAYI	%
Fakirlik yoksulluk ifadesi	K6-1	0	0,0
Finanasal kriz	K6-2	0	0,0
WS Bankerleri hakkında kızgınlık ifade edilmesi	K6-3	0	0,0
Doğal kaynaklar - petrolün ele geçirilmesi	K6-4	0	0,0
Petrol fiyatları	K6-5		0,0
Adaletsiz vergilendirme	K6-6	1	0,1
Adaletsiz vergi dağılımı	K6-7		0,0
TOPLAM		1	0,1

4.1.7 Sansür Konulu Mesajlar (K7)

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde 24 mesaj ve %1,7'lik orandaki mesajı kapsadığı görülmektedir. K7 kategorisinde gönderilen mesajların kendi içlerinde ve alt konu başlıkları arasında değerlendirildiğinde 16 mesaj ve %66,6 oranıyla ana omurgayı K7-1 internet kısıtlamaları, yavaşlatılması konusundaki gönderiler gelmektedir. Bu mesaj konusunu 8 mesaj ve %33,4 oran ile K7-4 basın ve medya sansürü mesajlarının paylaşılması gelmektedir. Bu iki kategori dışında K7-2 sosyal medyanın kapatılması, kısıtlanması, K7-3 Televizyon Sansürü konularında ise hiç mesaj tespit edilememiştir.

Tablo 8. Sansür (K7) İle İlgili İletilerin Dağılımı

Sansür - K7	KOD	SAYI	%
İnternet kısıtlamaları, Yavaşlatılması	K7-1	16	1,1
Sosyal medyanın kapatılması, Kısıtlanması	K7-2	0	0,0
Televizyon sansürü	K7-3	0	0,0
Basın sansürü, Medya sansürü	K7-4	8	0,6
TOPLAM		24	1,7

4.1.8 Protesto Konulu Mesajlar (K8)

Bu kategorinin tüm mesajlar içerisinde 25 mesaj ve %1,8'lik orandaki mesajı kapsadığı görülmektedir. K8 kategorisinde gönderilen mesajların kendi iç ve alt konu başlıkları arasında değerlendirildiğinde en yüksek üç gönderi konusunu 11 mesaj ve %26,9 oranıyla K8-3 Kitle hareketine karşı olmak, eleştirmek, 7 mesaj ve %26,9 ile K8-1 iktidarı ve devlet güçlerinin protesto edilmesi, 5 mesaj ve %19,2 ile K8-2 siyasi liderin protesto edilmesi konusundaki gönderiler gelmektedir. Bu üç mesaj konusu toplam 23 mesaj ve %88,5 oranıyla alt konu başlıklarının ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu mesajları sırasıyla 2 mesaj ve %7,7 oranıyla K8-8 müdahalelerin istenmemesi ve 1 mesaj ile K8-4 siyasi lider hakkında olumsuz açıklamalar gelmektedir. K8-5 yolsuzluk yapan, politikacıların, yasaklanması, eleştirilmesi, menfi açıklamalar, K8-6 küresel ekonomik sistemin eleştirilmesi, protesto edilmesi ve K8-7 kolluk kuvvetlerinin protesto edilmesi konularında ise hiç mesaj tespit edilememiştir.

Benzer şekilde siyasi liderin protesto edilmesi alt başlığı da tüm mesajlarda %0,3 ve kendi ana başlığı içerisinde %0,8 oranıyla ve yalnızca 14 mesajda yer almaktadır. Bu düşük oranın, sosyal medyanın iletişim açısından merkezî yapıdan uzak olmasına karşın, kullanıcılara sunduğu erişim özgürlüğünün tersine, mesajların siyasi otoriteyi eleştirmeye yönelik olmadığı dikkat çekicidir.

Tablo 9. Protesto (K8) Konulu Mesajların Dağılımı

Protesto - K 8	KOD	SAYI	%
İktidarı, devlet güçlerini protesto	K8-1	7	0,5
Siyasi liderin protesto edilmesi	K8-2	5	0,4
Kitle hareketine karşıtlık, eleştiri	K8-3	11	0,8
Siyasi Lideri protesto	K8-4	1	0,1
Yolsuzlukluk ve politikacıları protesto	K8-5	0	0,0
Küresel ekonomik sistemin eleştirilmesi, protesto edilmesi	K8-6	0	0,0
Kolluk kuvvetlerini protesto edilmesi	K8-7	0	0,0
Müdahaleleri istememe eleştiri	K8-8	2	0,1
TOPLAM		26	1,8

Bulgular

Öncelikle mesajların çok farklı coğrafyalardan İngilizce olarak gönderilebilmiş olması İran kitle hareketinin içeriğine dair dünyadaki algılanışına dair ipuçları vermektedir. Bu açıdan bakıldığında sınıflandırılması yapılan mesajlar çerçevesinde bulgular değerlendirildiğinde toplantı, yürüyüş, eylem yerlerinden haberler (K1) konu başlığında; en fazla mesaj haber paylaşımları olarak gözükmeyle birlikte, bu paylaşımlarda kişisel yorumlara yer verilmediği gözlenmiştir. Ayrıca bu başlık altında değerlendirilen meydanlarda tutuklama, şiddet, çatışma bildirimleri gibi mesajların azlığı, güvenlik (K6) kodundaki düşük oranla karşılaştırıldığında benzerlik göstermektedir. Ancak bu husus basında konuyla ilgili yer verilen tutuklanma ya da ölüm gibi çeşitli haberlerle tezatlık oluşturmaktadır.

Kişisel gündem, yorum ve açıklama (K2); konu başlığındaki mesajların sayısı ve oranı (694 mesaj / %39.3) göz önüne alındığında bu kategoride gündemi yorumlama (K2-3) yalnızca %27 ve tüm mesajlar içerisinde %10,6 oranında kalmaktadır. Bu oran gerçekten reform isteyen kitleler için düşündürücü derecede düşük bir oran olduğu ifade edilebilir. Ayrıca bu başlık altında yer alan iktidar, devlet güçleri ve siyasi liderler hakkında protesto amaçlı genel paylaşımların oranının toplamı tüm mesajlar içerisinde %2'den az durumdadır. Bu husus uluslararası ana akım medya kanallarında yer alan slogan ve yorumlar ile uyumsuzdur.

Kitle Hareketine Destek ve Yardım İsteme (K3) konulu mesajlar incelendiğinde; ABD Başkanı Trump'ın İran halkına destek tweetlerinin dahi karşılığını bulmadığını görülmektedir. Tüm mesajların yalnızca 1,3'ü ABD'den yardım talebini içermesi, iktidar ve toplum huzurunda

ABD'nin en büyük düşman olarak algılanması çerçevesinde değerlendirilebileceği gibi bu hususa dünyadan veya ABD'den de katkı tespit edilememiştir.

Liderler Hakkındaki Mesajlar (K4) konusunda; doğrudan liderleri isim bazında eleştiri oranı oldukça düşük seviyede görülmektedir. Liderler hakkında negatif açıklamalardan kaçınıldığı veya bu liderlerin göndericiler açısından bilinmediği şeklinde değerlendirilebilir.

Güvenlik (K5) konulu mesajlar incelendiğinde başka bir devlet, organizasyonun desteği ve olaylara müdahale isteğinin oldukça düşük tespit edilmesi Yardım (K3) başlığındaki oranlar ile paralellik göstermektedir. Bu durum genel anlamda üç farklı şekilde değerlendirilebilir. Bunun ilki İran halkının olayları kendi öz çabasıyla çözümlene ihtiyacı ve isteğidir ki bu durum baskıcı rejimin mevcudiyeti sebebi ile düşük ihtimalli gözükmektedir. Diğeri ise başka bir ülkenin veya organizasyonun yardım talebinin ciddi bir suç oluşturabileceği ve bundan bireyin zarar görebileceği düşüncesi ve son olarak da göndericilerin iç güvenlik hususunun İran halkının kendi içinde halletmesi gereken bir husus olarak algılanması olabilir.

Ekonomi (K6) konulu mesajların tıpkı Arap Baharının sebepleri arasında da ön planda ifade edilen yüksek gıda fiyatları, geçim sıkıntısı, hayat pahalılığı vb. ekonomik koşullara vurgu yapan çeşitli yayınların ve ana akım medyaya yansımalarının tersine şaşkıncu şekilde çok düşük oranda olduğu görülmektedir. Sansür (K7) konulu mesajlarda ise en dikkat çeken hususun 40 milyon aktif kullanıcısıyla en etkin sosyal medya ortamı Telegram'ın yasaklanmasının bile mesajlarda karşılığının görülmemesidir. Protesto (K8) konulu mesajlara bakıldığında sokağa çeşitli nedenlerle protesto amaçlı çıktığı düşünülen bireylerin dijital ortamda konu hakkında çok düşük oranda paylaşımda bulunmaması dikkat çekici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan yaşanan kitle hareketine karşıt eleştiri getiren mesajların her ne kadar sayı olarak az olsa da (11 adet) bu başlık altındaki en yüksek orana sahip olması düşündürücüdür.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Daha önce de ifade edildiği gibi bu yüzyılda yaşanan kitle hareketlerinin internetsiz oluşamayacağı ve eylemlerin görünürlüğünün iletişim altyapısının bir yansıması olduğu genel kabul görmektedir. Castells (2013), kitle hareketleri için gerekli güvenin oluşmasında her ne kadar gerçek hayat korku dolu olsa da, internet ortamında birleşerek bu korkuların ortadan kalkarak değişimin sağlanabileceğini ifade etmektedir. Bu çerçevede 2017 sonu ve 2018 yılı başlarında İran'da meydana gelen kitle hareketleri değerlendirildiğinde; sosyal medyanın olayların oluşumunda bir katalizör olduğu görülmekle birlikte insanların gerçek dünyadaki korkularını tam olarak internette yendiklerini ifade etmek zor gözükmektedir.

Araştırma bulgularının gündem belirleme kuramı kapsamında değerlendirilebilmesi amacıyla öncelikli olarak İran kitle hareketine ana akım akademisyen ve medyanın bakışının nasıl ifade edildiğinin göz önüne alınması yerinde olacaktır. Batı medyası İran Halkının olaylara bakış açısını ve başlamasını Bengali ve Mostaghim (2018)'e göre işsizlik, artan fiyatlar, yolsuzluk, kadınların başörtü zorunluluğu, Cunningham ve Mufson (2017)'a göre; ekonomik kuruluşların yetersiz denetim ve devlet güvencesinden yoksunluk, Dehghan (2017) liderlerin kötü yönetiminden duyulan rahatsızlık (protesters taking down large banners depicting the Ayatollah's image) konuları üzerine odaklanmaktadır. Hatta protesto meydanlarında "Diktatöre ölüm/Death to the dictator," "Hasan Ruhaniye ölüm/Death to (Hassan) Rouhani", "Korkma hep birlikteyiz/Don't be afraid, we are all together", "Suriye'yi unutun bizi düşünün/Forget about Syria, think about us", "Ne Gazze ne Lübnan canım feda İran'a / Not Gaza, nor Lebanon, my life for Iran" (Sheehan ve Tanter, 2018) şeklinde söylemler vurgulanmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi Sinkaya (2018: 2-3), İran kitle hareketlerinin temellerini ekonomik nedenler, toplumsal nedenler ve siyasal nedenler olmak üzere üç ana konuya dayandırmak, Taşkın (2008: 31-32) ise farklı bir sınıflandırmaya giderek kitle hareketlerini, entelektüeller, kadın ve gençlik hareketleri şeklinde sıralamaktadırlar.

Benzer şekilde ana akım medyanın ve kuruluşların olaylara bakışına göz atılacak olduğunda; El Cezire medya kuruluşunun haberlerinde ülkedeki hayat pahalılığı, işsizlik, yolsuzluk gibi sorunları protesto etmesiyle başlayan ve kısa sürede rejim karşıtı gösterilere dönüşen protestolar olarak görmektedir (www.aljazeera.com, Erişim Tarihi: 20.11.2018). İnsan Hakları Gözlemcileri 2019 yılı raporlarında kötüleşen ekonomik şartlar, hükümetin sistematik yolsuzluklarına ait algı, toplumda politik ve siyasal özgürlüklere ait yaygın hayal kırıklıkları olarak değerlendirmektedir (www.hrw.org, Erişim Tarihi: 12.08.2019). Washington Times'da yayınlanan haberdeyse, 1970'lerden günümüze İran halkının %30 fakirleştiği, bunun tersine ise yöneticilerin servetlerini pekiştirdiği, fakirlik, işsizlik, rejim sorununun devam ettiği belirtilmektedir (Berman, 2019).

Ancak bu başlıklar ile verilen sloganlar, Twitter ileti analizleriyle karşılaştırıldığında; Liderler (K4) ile ilgili olarak hoşnutsuzluk, nefret ve eleştiri mesajlarının yaklaşık binde iki, Güvenlik (K5) konusunun %4, Ekonomi (K6) konulu mesajların yalnızca %0,1, Sansür (K7) konusunun %1,7, Protesto (K8) konusunun ise %1,8 şeklinde tespit edilmiştir. Bu konularla ilgili mesaj sayısı, 1408 mesajın yalnızca 110 tanesini kapsamakta, bir başka ifade ile yaklaşık %13'ünü oluşturmaktadır. Bu durum açık bir biçimde fiziksel alanlardaki slogan ve ifadeler ile sanal ortamda ifade edilen mesajların örtüşmediği sonucunu ortaya koymaktadır. Diğer

tarafından medyanın söylemlerinin aksine kullanıcıların paylaşımlarının farklı noktalara değindiğini görmekteyiz.

Bu husus son 10 yılda neredeyse bir salgın gibi tüm dünyayı saran kitlesel eylemlerde bireylerin farklı coğrafya ve ülkelerde de olsa kitlesel eylemlere yakınlık, sempati duyması ilk etapta mantıklı bir beklenti oluştururken, İran örneğinde bu hususun gerçekleştiğini söylemek zor görülmektedir. 2018 sonlarında alevlenerek 2019 başında zirve yapan İran kitlesel eylemlerine İngilizce mesaj gönderen evrenin bakışı üzerine odaklanılan çalışma neticesinde; ana akım görüş, düşünce ve yayımın kuramının ilk iki aşaması olan farkındalık yaratma, bilgilendirme çalışmalarında görülmektedir. Ancak son iki aşama olan tutum ve davranış değişiminin mesajlarda oluşmadığı yönündedir. Gündem kuramının hedef kitle için yeterli başarı sağlamaması konuya verilen sıklık derecesi, haberin uzunluğu, başlığın genişliği, konumu gibi unsurlar ile yine kuram içi donelerle de açıklanabileceği gibi, eleştirel bakış açısıyla değerlendirildiğinde; özellikle ABD merkezli olan, hem geleneksel medya hem de yeni medya araçları üzerinden açık bir şekilde gündemin oluşturulmasına yönelik mesajların gönderildiği fakat istenen siyasi hedefe ulaşmada İran halkında yarattığı şüphe ve endişelerin yattığı da söylenebilir.

KAYNAKÇA

Al Jazeera News. (2018). Five Things You Need to Know about Protests in Iran. Al Jazeera, <https://www.aljazeera.com/news/2017/12/protests-iran-171231083620343.html>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.

Anonim, <http://www.twitonomy.com/search-analytics.php?q=%23IranProtests%20since%202018-01-01>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.

Baudrillard, J. (2003). *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*. (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Bengali, S. ve Mostaghim, R. (2018). Iran is Seeing the Biggest Antigovernment Protests in Years. What's Driving the Unrest?. Los Angeles Times, <https://www.latimes.com/world/middleeast/la-fg-iran-explainer-20171231-story.html>, Erişim Tarihi: 24.11.2018.

- Berman, I. (2019). Marking Four Decades of Iranian Decline. The Washington Times, <https://www.washingtontimes.com/news/2019/jan/24/marking-four-decades-of-iranian-decline/>, Erişim Tarihi: 17.07.2019.
- Bruns, Axel (2008). The Future is User-Led: The Path towards Widespread Producers. *Fibreculture Journal*, Vol. 11.
- Castells, M. (2013). *İsyen ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. (Çev. E. Kılıç). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Chen, Y. (2013). Research on Social Media Network and National Security. Ed.: Wenjiang Du, *Informatics and Management Science II*, Springer Pres, Vol. 205.
- Cohen, B., C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. USA: Princeton University Press.
- Cunningham, E. ve Mufson, S. (2018). Behind Iran's Protests, Anger over Lost Life Savings and Tightfisted Budgets. The Washington Post, https://www.washingtonpost.com/world/behind-irans-protests-anger-over-lost-lifesavings-and-tightfisted-budgets/2018/01/06/64993a66-f23f-11e7-95e3-eff284e71c8d_story.html?utm_term=.ee792825e258, Erişim Tarihi: 21.11.2018.
- Dehghan, S. K. (2017). Rouhani Acknowledges Iranian Discontent as Protests Continue. The Guardian, <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/31/protesterswho-spread-fear-and-violence-will-be-confronted-says-iran>, Erişim Tarihi: 24.11.2018.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K., (2005). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erlevent, M. (2012). Edward Lee Bernays'ın Halkla İlişkiler Uygulama Örneklerine Kitle Psikolojisi Açısından Teorik Bir Bakış: Halkı Aydınlatma Komitesi, Lucky Strike Sigaraları ve Venida Saç Bonesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, SBE, İstanbul.
- Evgeny, M. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. First Edition, New York: Public Affairs.
- Friedman, T., L. (2000). *The Lexus and the Olive Tree*. Pan-American Copyright, April, New York: First Anchor Books Edition.

Habermas, J. (1981). "New Social Movements", *Telos*, 49: 33-37.

Hoffer, E. (2011). *Kesin İnançlılar-True Believer*. (Çev. Erkil Günür). İstanbul: İdil Matbaası.

Hoffman, B. (2005). Downloading Democracy? Potential and Limitations of the Internet for Advancing Citizens' Rights in Latin America, https://www.researchgate.net/publication/237697098_Downloading_Democracy_Potential_and_Limitations_of_the_Internet_for_Advancing_Citizens'_Rights_in_Latin_America.

Human Right Watch. (2019). World Report 2019, "Iran Events of 2018". <https://www.hrw.org/world-report/2019/country-chapters/iran>, Erişim Tarihi: 12.08.2019.

Koç, M.(2017). *İran Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve Adaylar*. Ankara: İran Araştırmaları Merkezi (İRAM).

Le Bon, G. (2011). *Kitle Zihni Üzerine Tarihin Gözden Geçirilmesi-Devrimin Psikolojisi*. İstanbul: Scala Yayıncılık.

Licklider, J. C. R. (1960). Man-Computer Symbiosis. *IRE Trans. Human Factors in Electronics*, Vol. HFE-1, Mar. 1960, ss. 4-11.

Lomas, N. (2018). Telegram and Instagram being restricted in Iran. <https://techcrunch.com/2018/01/02/telegram-and-instagram-being-restricted-in-iran/>, Erişim Tarihi: 20.11.2018.

Marshall, G. (1999). *Toplumsal Hareketler Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Martin. J. L., (1989). *Developments in Political Communication Theory on Mass Media Potential*. (Ed. Agee Warren Kendall, Ault Phillip H. ve Emery Edwin). *Maincurrents in Mass Communications*, New York: Harperow Publisher.

McCombs, M. (1992). Explorers and Surveyors: Expanding Strategies For Agenda Setting Research. *Journalism Quarterly*, Vol: 69, No:4, ss.813-824.

McCombs, M. ve Shaw L., D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2, ss. 176-187.

Melucci, A. (2009). Çağdaş Hareketlerin Sembolik Meydan Okuması. (Ed. Kenan Çayır). *Yeni Sosyal Hareketler - Teorik Açılımlar*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Nowak, T., E. (2016). Agenda-Setting Theory and The New Media. *Studia Medioznawcze Media Studies*, University of Warsaw, Faculty of Journalism, Information and Book Studies, 3(66), Polonya.

Özcan, N. A. (2006). İran Sorununun Geleceği Senaryolar, Bölgesel Etkiler Ve Türkiye'ye Öneriler. *Tepav Ortadoğu Çalışmaları-I*, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı.

Sheehan, S. I. ve Tanter, R. (2018). Trump is Witnessing an Unfolding Iranian Revolution — time to act. *The Hill*. <https://thehill.com/opinion/international/367118-trump-iswitnessing-an-unfolding-iranian-revolution-time-to-act>, Erişim Tarihi: 06.11.2018.

Shirk, C. (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. *Foreign Affairs*, (90)1: 28-41.

Sinkaya B. (2018). İran'da Toplumsal Hareketler ve Etkileri, *Göç Politikaları Merkezi*, Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.

Szajkowski, B. (2011), Social Media Tools and the Arab Revolts. *Alternative Politics*, 3(3): 420-432.

Şen, G. (2012). İran ve "Arap Baharı": Bağlam, Söylem ve Siyaset, *Ortadoğu Etütleri*, 3(2): 95-118.

Şen, G. (2018). İran'da Toplumsal Hareketler ve Etkiler. *Göç Paneli Serisi*, Göç Politikaları Merkezi, Ankara.

Taşkın, Y. (2008). Devrim Sonrası İran'da Siyaset: Aktörler, Stratejiler ve Gelecek. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No:39, Ekim 2008.

Uygur, H. (2017). İran'daki Protesto Gösterileri ve Sloganlar Ne Anlama Geliyor?. *İran Araştırmaları Merkezi*, <https://iramcenter.org/irandaki-protesto-gosterileri-ve-sloganlar-ne-anlama-geliyor/>, Erişim Tarihi:12.08.2019.

We Are Social. (2019). Digital 2019, Q3 Global Digital Statshot 2019. <https://wearesocial.com/blog/2019/07/global-social-media-users-pass-3-5-billion>, Erişim Tarihi: 16.08.2019.

Weaver, D. H. (1999). *Medya Gündem Kurması ve Kamuoyu: Bir Bağlantı Var mı?*. (Çev. Zülfikar Damlapınar). Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(1), Konya.

Yağan, U. (2013). *Teknoloji ve Kamusal Alan Tartışmaları Çerçevesinde Sosyal Medya Kullanımı ve Politik Katılım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, SBE, Ankara.

Yücesoy, T. (2017). *Sosyal Medya Ve Kitle Hareketleri İlişkisi: Sosyal Medyada Kitle Hareketlerine Yönelik İçerik Analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, SBE, İzmir.

Zengin, G. (2013). *Kavga, Arap Baharı'nda Türk Dış Politikası*. İstanbul: İnkılâp Kitapevi.

Weimann, G., ve Brosius, H., B. (2016). A New Agenda for Agenda-Setting Research in the Digital Era. (Ed. Gerhard Vowe ve Philipp Henn). *Political Communication in the Online World Theoretical Approaches and Research Designs*. New York, London: Routledge.