

T.C.

İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI



**TOPLUMSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE SOSYAL MEDYADAKİ LİDER
SÖYLEMLERİ: 2020 YILI KORONAVİRÜS SALGININDA TWİTTER KULLANIMI**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Bülent BİRİCİK

19131303012

İSTANBUL, ŞUBAT 2021

T.C.

İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI

İLETİŞİM YÖNETİMİ BİLİM DALI



**TOPLUMSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE SOSYAL MEDYADAKİ LİDER
SÖYLEMLERİ: 2020 YILI KORONAVİRÜS SALGININDA TWİTTER KULLANIMI**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Bülent BİRİCİK

DANIŞMAN

Dr. Öğretim Üyesi Cihan OĞUZ

İSTANBUL, ŞUBAT 2021

T.C.

İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

Medya ve İletişim Yönetimi programı, 19131303012 numaralı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Bülent Biricik’in, “Toplumsal Kriz Dönemlerinde Sosyal Medyadaki Lider Söylemleri: 2020 Yılı Coronavirüs Salgınında Twitter Kullanımı” adlı tez çalışması, Enstitü Yönetim Kurulunun 26.04.2021 tarih ve 2021/05 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği/ ~~oy çokluğu~~ ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



T.C.

İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İLETİŞİM YÖNETİMİ
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
ETİK BEYAN

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.... / / 201....

Adı-Soyadı

BÜLENT BİRİCİK

İmzası

ÖNSÖZ

2020 yılının ilk günlerinde ortaya çıkan Koronavirüs salgını kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alırken ülke liderleri de bu zor dönemde bir nevi sınava tabi tutulmuştur. Halkların teveccühü ile büyük beklentilerle iş başına gelen liderlerden kimisi salgın sürecini iyi bir şekilde yönetirken, kimisi de deyim yerindeyse sınıfta kalmıştır. Bu araştırma kuşkusuz, 2 milyondan fazla insanın canına mal olan küresel bir salgında liderlerin halkları için neler yapıp yapamadıklarını ortaya koymak adına büyük önem taşımaktadır. Araştırma aynı zamanda liderlerin sosyal medyadaki söylemleri ile gerçekteki eylemlerinin birbirleri ile tutarlı olup olmadığının da sınanmasını sağlayacaktır.

Öncelikle ilk teşekkürü lisansüstü eğitim yolculuğuna çıkmam konusunda beni her daim motive eden Sayın Alev Ofluoğlu ve Azmi Ofluoğlu'na sunuyorum. İkinci teşekkürü de Sayın Prof. Dr. Aysel Aziz'e iletiyorum. Zira kendisi lisansüstü eğitim konusunda beni yüreklendirmekle kalmayıp, araştırmamın devam ettiği süreçte desteğini yakından hissettirmiştir. Ve danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Cihan Oğuz... Kuşkusuz bu araştırmanın ortaya çıkmasında onun engin tecrübesinin büyük yeri var ve kocaman bir teşekkürü hak ediyor.

Lisansüstü eğitimimde gösterdikleri büyük özveri nedeniyle elbette en büyük teşekkürü eşim Kadriye Biricik ile oğullarım İbrahim Can ve Eren'e iletiyorum. Çünkü onların manevi desteği ve anlayışlı yaklaşımlarına çok şey borçluyum.

İSTANBUL, 2021

Bülent BİRİCİK

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

KABUL ONAY	i
ETİK BEYAN	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
ÖZET	xiv
ABSTRACT	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KRİZ VE TOPLUMSAL KRİZ KAVRAMI

1.1. Krizin Tanımı.....	3
1.2. Krizin Özellikleri	4
1.3. Krize Neden Olan Faktörler	6
1.3.1. Dış (Çevresel) Faktörler	7
1.3.1.1. Ekonomik Faktörler	7
1.3.1.2. Doğal Çevre Faktörleri	7
1.3.1.3. Sosyo-Kültürel Faktörler	8
1.3.1.4. Politik Faktörler	8
1.3.1.5. Teknolojik Faktörler	8
1.3.1.6. Uluslararası Çevre Faktörleri	8
1.3.2. İç (Örgütsel) Faktörler	9
1.3.2.1. Örgütsel Yapı	9

1.3.2.2. Yönetimin Niteliği.....	9
1.4. Krizin Süreçleri.....	10
1.4.1. Kriz Uyarılarının Algılanması Ve Hareketsizlik Dönemi	10
1.4.2. Kriz Dönemi.....	10
1.4.3. Çözülme Dönemi.....	11
1.5. Kriz Türleri	11
1.6. Kriz Yönetimi Kavramı.....	13
1.6.1. Kriz Yönetimi Yaklaşımları.....	14
1.6.1.1. Krizden Kaçma Yaklaşımı	15
1.6.1.2. Krizi Çözme Yaklaşımı.....	15
1.6.1.3. Reaktif (Tepkici, Tedavi Edici) Yaklaşım	15
1.6.1.4. Proaktif (Koruyucu) Yaklaşım	16
1.6.2. Kriz Yönetimi Süreçleri.....	16
1.6.3. Kriz Yönetimi Ekibinin Oluşturulması	17
1.6.4. Kriz Yönetimi Planının Oluşturulması.....	18
1.6.5. Kriz Yönetimi ve Yöneticiler.....	18
1.7. Toplumsal Kriz Kavramı.....	20
1.7.1. Dünyadaki Toplumsal Krizler.....	21
1.7.2. Türkiye’deki Toplumsal Krizler	22
1.7.3. Toplumsal Çöküş.....	23

İKİNCİ BÖLÜM

SİYASAL İLETİŞİM VE SOSYAL MEDYA

2.1. Siyasal İletişim.....	25
2.2. Sosyal Medya Kavramı	26
2.3. Sosyal Medya Araçları.....	28
2.4. Siyasal İletişim ve Sosyal Medya	32

2.5. Sosyal Medya Ortamı Olarak Twitter	34
2.6. Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter	37
2.7. Siyasi Aktörlerin Twitter Kullanımı	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KORONAVİRÜS SALGINI

3.1. Toplumsal Kriz Olarak Koronavirüs Salgınının Ortaya Çıkışı	46
3.2. Koronavirüs Salgınının Toplumsal Etkileri.....	47
3.3. Koronavirüs Salgınının Ekonomik Etkileri	49
3.4. Koronavirüs Salgınında Ölüm ve Vaka Sayıları.....	51

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

2020 KORONAVİRÜS SALGININDA

SOSYAL MEDYADAKİ LİDER SÖYLEMLERİNE

İLİŞKİN ARAŞTIRMA

4.1 Alan Araştırmasının Konusu	55
4.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi	55
4.3. Araştırmanın Varsayımı	56
4.4 Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	56
4.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	58
4.6. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği	58
4.7 Araştırmanın Bulguları.....	61
4.8. Genel Olarak Siyasi Liderlerin Twitter Hesapları	61
4.8.1. Ülke Liderlerinin Twitter'ı 31.12.2019-31.05.2020 Tarihleri Arasındaki Kullanım Düzeyleri	64

4.8.2. Ülke Liderlerinin 31.12.2019-31.05.2020 Tarihleri Arasında Paylaştıkları Tweetlerin İçerik Analizine Göre Dağılımı	68
4.8.3. Ülke Liderlerinin 31.12.2019-31.05.2020 Tarihleri Arasında Paylaştıkları Tweetler Üzerinden Yapılan Söylem Çözümlemesi	74
4.8.3.1. Recep Tayyip Erdoğan	75
4.8.3.2. Donald Trump	80
4.8.3.3. Boris Johnson	84
4.8.3.4. Giuseppe Conte	88
4.8.3.5. Jair Bolsonaro.....	92
4.8.3.6. Emmanuel Macron	96
4.8.3.7. Pedro Sanchez	101
4.8.3.8. Manuel Obrador.....	105
4.8.3.9. Sophie Wilmes	110
4.8.3.10. Angela Merkel (Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert)	114
4.8.3.11. Hassan Rouhani	120
4.8.3.12. Xi Jinping (Çin Devlet Konseyi resmi Hesabı).....	123
 SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	 128
KAYNAKÇA	134
ÖZGEÇMİŞ.....	141

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1.1: Krizde tepki türleri	14
Tablo 1.2: Türkiye’de 1923-2010 arasındaki önemli olaylar	23
Tablo 2.1: Sosyal medya araçlarının sınıflandırılması	31
Tablo 4.1: Ülke liderlerinin Twitter hesap bilgileri	64
Tablo 4.2: Ülke liderlerinin 31 Aralık 2019 – 1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki tweetlerinin dağılımı	65
Tablo 4.3: Ülke liderlerinin Twitter paylaşımlarının türüne ilişkin veriler	68
Tablo 4.4: Ülke liderlerinin paylaştığı tweetlerin kategorileri	69
Tablo 4.5: Ülke liderlerinin 31 Aralık 2019-1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki Twitter paylaşımlarının içerik kodları	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1.1: Kriz Yönetimi Süreci	17
Şekil 2.1: Dünyanın en popüler sosyal medya mecraları ve kullanıcı sayıları	35
Şekil 2.2: 2020 yılı Dünya ülkeleri Twitter kullanıcı istatistikleri	35
Şekil 2.3: 2020 yılı Türkiye Twitter kullanıcı istatistikleri	36
Şekil 2.4: Nisan 2020 itibariyle Twitter’da en fazla takip edilen Dünya liderleri	44
Şekil 2.5: Donald Trump’ın Twitter yönetimince kalıcı olarak askıya alınan hesabı	45
Şekil 3.1: 1 Haziran 2020 Dünya Koronavirüs tablosu	53
Şekil 3.2: 13 Şubat 2021 itibariyle Dünyadaki Koronavirüs tablosu	54
Şekil 3.3: 13 Şubat 2021 Türkiye Koronavirüs tablosu	54
Şekil 4.1: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Türkiye’de ilk koronavirüs vakasının görüldüğüne ilişkin açıklaması	76
Şekil 4.2: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Koronavirüs’ün bulaşıcılığı konusunda halka yönelik uyarıları	77
Şekil 4.3: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın açıklanan ekonomik istikrar paketine ilişkin tweeti	78
Şekil 4.4: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın yabancı liderlerle yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti	79
Şekil 4.5: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Cumhurbaşkanlığı resmi hesabından retweet ettiği bilgilendirme paylaşımı	80
Şekil 4.6: ABD Başkanı Trump’ın Koronavirüsle ilgili ilk paylaşımı	81
Şekil 4.7: ABD Başkanı Trump’ın sosyal mesafe uyarısı içerikli paylaşımı	82
Şekil 4.8: ABD Başkanı Trump’ın yurtdışından ABD’ye gelecek yolculara tarama yapılacağına ilişkin tweeti	82
Şekil 4.9: Başkan Trump’ın Çin Devlet Başkanı ile yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti	83
Şekil 4.10: Başkan Trump’ın Beyaz Saray’da Koronavirüs’le ilgili düzenleyeceği basın toplantısını duyuran tweeti	84

Şekil 4.11: Boris Johnson’ın Koronavirüs konusunda paylaştığı ilk tweet	85
Şekil 4.12: Boris Johnson’ın hijyen konusunda vatandaşları uyardığı paylaşım	85
Şekil 4.13: Boris Johnson’ın, işletmelere kredi paketi verileceğini duyurduğu tweet	86
Şekil 4.14: Boris Johnson’ın, aşı geliştirmede uluslararası işbirliğinin önemini vurgulayan bir tweeti.....	87
Şekil 4.15: Boris Johnson’ın okulların kapanacağını duyuran tweeti	88
Şekil 4.16: Giuseppe Conte, Koronavirüsle ilgili ilk tweetini Başbakanlık resmi hesabından yapılan paylaşımı retweet ederek yapmıştır ...	89
Şekil 4.17: Giuseppe Conte’nin vatandaşları salgına karşı dikkatli olmaya çağırdığı paylaşım.....	90
Şekil 4.18: Giuseppe Conte’nin çeşitli kesimlere maddi yardım yapılacağını duyuran tweeti	91
Şekil 4.19: Giuseppe Conte’nin Merkel ile görüşmesini duyurduğu tweet	91
Şekil 4.20: Giuseppe Conte’nin salgından korunmada alınan yeni tedbirlerle ilgili tweeti.....	92
Şekil 4.21: Jair Bolsonaro’nun Koronavirüs ile ilgili ilk tweeti.....	93
Şekil 4.22: Jair Bolsonaro’nun sağlığı güçlendirme ödeneği ve kriz ofisi ile ilgili paylaşımları	94
Şekil 4.23: Jair Bolsonaro’nun Çin Devlet Başkanı ile yaptığı görüşmeye ilişkin paylaşım	95
Şekil 4.24: Jair Bolsonaro’nun Koronavirüs ile ilgili alınan tedbirlere ilişkin tweeti	96
Şekil 4.25: Emmanuel Macron’un Koronavirüsle ilgili ilk tweeti	97
Şekil: 4.26: Emmanuel Macron’un yaşlılara ve kronik hastalara “evde kal” uyarısı yaptığı bir tweet	98
Şekil 4.27: Emmanuel Macron’un bilimsel araştırmalara verilen desteğin artırıldığını duyuran tweeti.....	99
Şekil 4.28: Emmanuel Macron’un AB ülkelerini sağlık ve araştırma çalışmaları konusunda işbirliğine çağırdığı tweet	99

Şekil 4.29: Emmanuel Macron'un Koronavirüs'le mücadelede alınabilecek basit önlemlere ilişkin tweeti	100
Şekil 4.30: Pedro Sanchez'in Koronavirüs ile ilgili ilk paylaşımı	101
Şekil 4.31: Pedro Sanchez'in vatandaşları uyardığı tweet	102
Şekil 4.32: Pedro Sanchez'in işçileri korumak için alınan önlemleri duyuran tweeti	103
Şekil 4.33: Pedro Sanchez'in işbirliği için Güney Kore lideriyle görüşmesini duyuran tweet.....	104
Şekil 4.34: Pedro Sanchez'in karantina tedbirlerinde yeni bir aşamaya geçildiğini duyuran tweeti.....	105
Şekil 4.35: Manuel Obrador'un Koronavirüsle ilgili ilk tweeti	106
Şekil 4.36: Manuel Obrador'un vatandaşları gerekli olduğunda dışarı çıkmaları konusunda uyardığı tweeti.....	107
Şekil 4.37: Manuel Obrador'un salgında özel hastanelerden destek alınacağını açıklayan tweeti	108
Şekil 4.38: Manuel Obrador'un ABD ve Çin liderleriyle görüşmesini anlatan tweeti.....	109
Şekil 4.39: Manuel Obrador'un tıbbi kapasitenin artırılacağını duyuran tweeti.....	110
Şekil 4.40: Sophie Wilmes'in Koronavirüs konusuyla ilgili ilk tweeti	111
Şekil 4.41: Sophie Wilmes'in sosyal mesafe uyarısında bulunduğu tweeti.....	112
Şekil 4.42: Sophie Wilmes'in çeşitli sektörlere yapılacak desteklerle ilgili tweeti.....	113
Şekil 4.43: Sophie Wilmes'in AB ülkelerinin liderleriyle yaptığı görüşmeleri duyuran tweeti	113
Şekil 4.44: Sophie Wilmes'in normalleşmeyle ilgili bir gelişmeyi duyurduğu tweeti	114
Şekil 4.45: Almanya Hükümet Sözcüsü Seibert'in Koronavirüs'le ilgili ilk tweeti.....	115
Şekil 4.46: Steffan Seibert'in sosyal mesafe uyarısı içeren retweeti	116
Şekil 4.47: Steffan Seibert'in bazı ülkelerle sınır ötesi trafiğin kısıtlandığını duyuran tweeti	117

Şekil 4.48: Steffan Seibert’in Çin’e yapılan yardımı duyuran retweeti.....	118
Şekil 4.49: Merkel’in Koronavirüsle ilgili güncel gelişmeleri aktardığı Arapça altyazılı tweeti	119
Şekil 4.50: Hassan Rouhani’nin Koronavirüs ile ilgili ilk tweeti.....	120
Şekil 4.51: Hassan Rouhani’nin Putin ile yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti....	122
Şekil 4.52: Hassan Rouhani’in Amerikan halkına yönelik yazdığı mektubun içeriği ile ilgili tweet	122
Şekil 4.53: Çin Devlet Konseyi Twitter hesabından Koronavirüsle ilgili yapılan ilk paylaşım	123
Şekil 4.54: Xi Jinping’in salgının ciddiyeti konusunda vatandaşları uyardığı tweet	124
Şekil 4.55: Çin Hükümeti’nin Wuhan’da toplu taşımayı, dış uçuşları, trenleri askıya aldığını duyuran tweeti.....	125
Şekil 4.56: Çin’in 89 ülke ve 4 uluslararası kuruluş için acil durum yardımı gönderdiğinin duyurulduğu tweet	126
Şekil 4.57: Xi Jinping’in salgınla ilgili olumlu gelişmeleri duyurduğu tweet	127

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AK Parti: Adalet ve Kalkınma Partisi

BM: Birleşmiş Milletler

BPA: Almanya Federal Hükümeti Basın Bürosu

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

DM: Direct Message

GSYH: Gayrisafı Yurtiçi Hasıla

IMF: Uluslararası Para Fonu

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

RT: Retweet

SMS: Short Message Service

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDK: Türk Dil Kurumu

TT: Trend Topic

VB: Ve bunun gibi

WEBLOG: Ağ Günlüğü

WHO: Dünya Sağlık Örgütü

WWW: World Wide Web (Dünyayı Saran Web)

ÖZET

TOPLUMSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE SOSYAL MEDYADAKİ LİDER SÖYLEMLERİ: 2020 YILI KORONAVİRÜS SALGININDA TWİTTER KULLANIMI

Dünyadaki birçok ülkenin liderleri, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak geleneksel medyanın yanı sıra, yeni medya araçlarından biri olan sosyal medyayı da yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Siyasetçilerin kitlelere mesajlarını iletme için tercih ettiği sosyal medya platformlarının başında Twitter gelmektedir. Bunun yanı sıra Twitter liderlerin siyaset yapma biçimlerini de önemli ölçüde değiştirmiştir. Siyasal iletişimin vazgeçilmez bir parçası olan Twitter, aynı zamanda uluslararası siyasetin yarı diplomatik kamusal alanı haline gelmiştir. Twitter'ın bu denli popüler olması, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın ülke liderleri ve siyasetçilerin kendi içeriklerini üretip geniş kitlelerle bu içerikleri paylaşabilme imkânı sunmasından kaynaklanmaktadır. Geniş kitlelerle iletişime geçebilme ve onlarla etkileşim kurabilme, özellikle toplumsal krizlerde daha belirgin bir ihtiyaç haline gelmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, 2020 yılında ortaya çıkan Koronavirüs salgınında Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin ile en yüksek can kaybının yaşandığı 10 ülkenin liderlerinin Twitter üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşımlar değerlendirilmiştir. Liderlerin paylaşımları içerik ve söylem analizine tabi tutularak bu krizin aşılmasında yeterince çaba gösterip göstermedikleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Yöneltilen araştırma sorularıyla da liderlerin tehlikeyi ne zaman fark ettikleri ortaya çıkarılarak, topluma yönelik uyarı, çözüm girişi, diğer ülkelerle işbirlikleri, toplumun bilgilendirilmesi gibi kriterleri sağlayıp sağlamadıkları öğrenilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya söylemlerinden yola çıkılarak 12 ülkenin liderlerinin farklı zamanlarda tehlikenin farkına vardıkları, çözüm konusunda yeterince çaba sarf ettikleri ve kendilerinden beklenen tüm kriterleri sağladıkları anlaşılmıştır.

Bülent BİRİCİK, 2021

Anahtar Kelimeler: Kriz, Toplumsal Kriz, Sosyal Medya, Siyasal İletişim, Koronavirüs

ABSTRACT

LEADER DISCOURSES IN SOCIAL MEDIA DURING SOCIAL CRISIS: THE USE OF TWITTER IN THE CORONAVIRUS OUTBREAK OF 2020

In parallel with the developments in communication technologies, leaders of many countries around the world have started to use social media, which is one of the new media tools, in addition to traditional media. Twitter is one of the social media platforms preferred by politicians to express themselves to the masses. In addition, Twitter has significantly changed the way leaders do politics. Twitter, which is an indispensable part of political communication, has also become a semi-diplomatic public space of international politics. The popularity of Twitter is due to the fact that it offers country leaders and politicians the opportunity to produce their own content and share these contents with large audiences, without time and space restrictions. The ability to communicate and interact with large masses is becoming a more important requirement, especially in social crises. Thus, in this study, twitter posts sent by leaders of Turkey, China, where the epidemic first started and ten countries with the highest casualties are compared in the coronavirus outbreak in 2020. By subjecting the leaders' posts to content and discourse analysis, it was tried to find out whether they made enough effort to overcome this crisis. With the research questions asked, it was revealed when leaders realized the danger, and it was learned whether they met the criteria such as warning, solution initiative, cooperation with other countries, and informing the society. As a result of the research, it was understood that the leaders of 12 countries were aware of the danger at different times, made enough effort to solve them and fulfilled all the criteria expected from them, based on the social media discourses.

Bülent BİRİCİK, 2021

Keywords: Crisis, Social Crisis, Social Media, Political Communication, Coronavirus

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkilerinin derin bir şekilde hissedildiği 20. yüzyılda sınırların bir önemi kalmamış, dünya vatandaşı olma kavramı ön plana çıkmıştır. Bu nedenle salgın hastalıklar, savaşlar ve ekonomik krizler bu olayların kaynağı olan ülkelerin sınırlarını aşarak kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Dünyadaki gelişmelere ve olası krizlere ayak uydurabilen ve bu gelişmeler karşısında önlemler alan yönetimler bu krizlerden en az etkilenerek çıkmışlardır. Krizlere hazırlıksız olan ülkeler ise bu krizleri toplumun en küçük parçasına dek en derin şekilde hissetmişlerdir.

Krizlerden başarılı bir şekilde çıkabilen ülkelerin ortak özelliği kuşkusuz iyi yönetilmeleridir. İyi yönetilen ülkelere mercek tutulduğunda; hukuk, ekonomi, eğitim, güvenlik ve sağlık gibi belli alanlarda dünya çapında kabul görmüş normlara sahip olmak gibi ortak özelliklerinin bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu alanlardaki yetersizlikler ise yönetimlerin krizlere karşı hazırlıksız yakalanmalarına yol açmaktadır. Yukarıda sayılan normlara ek olarak krizlere hazırlanmadaki en önemli gerekliliklerden biri de geleceği gören, vizyon sahibi yöneticilere sahip olabilmektir. Çünkü ileri görüşlü yöneticiler kriz meydana gelmeden önce kriz yönetimi planları yaparak olası krizleri nasıl yöneteceklerine karar vermektedirler. Şu bir gerçektir ki; en iyi kriz yönetimi, henüz meydana gelmeden önce alınan önlemlerdir. Kriz meydana geldikten sonra onun etkilerini azaltmaya yönelik olarak alınan önlemlerin etkili olup olmayacağı tam olarak bilinmemektedir.

2019'da Çin'de ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılan Koronavirüs salgını da diğer krizler gibi ülkelerin ve yöneticilerinin sınılandığı küresel bir kriz haline dönüşmüştür. İlk olarak Çin'de görüldüğü andan itibaren önlemini alan ülkeler bu krizi en az can kaybı, ekonomik ve toplumsal hasar ile atlattır. Gerek ekonomileriyle, gerek yetersiz sağlık altyapısıyla, gerek eğitimli sağlık personelinin yoksun olmalarıyla, gerekse de bilinçsiz toplumlarıyla krize karşı hazırlıksız yakalanan ülkeler maddi, manevi ve toplumsal olarak büyük acılar çekmişlerdir.

Bu çalışma toplumsal kriz dönemlerinde ülke liderlerinin ortaya koyduğu reflekslerin ölçülmesi anlamında önem taşımaktadır. Çalışmanın ana fikrini; toplumsal kriz

dönemlerinde sosyal medyaya yansıyan lider söylemleri ve bu söylemlerin krizlerin yönetilmesinde nasıl etki ettiği oluşturmaktadır. Bu nedenle de çalışmada Koronavirüsü'nün Çin'de ilk görüldüğü tarih olan 31 Aralık 2019'dan, virüsün dünyada yayılım hızının kontrol altına alındığı 1 Haziran 2020 tarihine dek geçen 5 aylık süreç ele alınmıştır. Araştırmanın sınırlılığını oluşturan bu zaman diliminde; Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin'in yanı sıra Koronavirüs salgınında en yüksek can kaybının yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere, İtalya, Brezilya, Fransa, İspanya, Meksika, Belçika, Almanya ve İran olmak üzere toplam 12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının kişisel hesaplarından yaptıkları Twitter paylaşımları ele alınacaktır. Ülke liderlerinin bu zaman diliminde paylaştığı tweetler içerik ve söylem analizi teknikleri kullanılarak analiz edilecektir.

Dört bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde literatür taraması olarak "Kriz Ve Toplumsal Kriz Kavramı", ikinci bölümünde de "Siyasal İletişim Ve Sosyal Medya" kavramları incelenecektir. Üçüncü bölümde ise 2019 yılında Çin'de ortaya çıkan Koronavirüs salgını ile ilgili bilgiler verilecektir. Koronavirüsün ilk olarak nasıl ortaya çıktığından bahsedilerek ekonomik ve toplumsal etkileri ile vaka sayıları hakkında bilgiler aktarılacaktır.

Dördüncü bölümde ise "Toplumsal Kriz Dönemlerinde Sosyal Medyadaki Lider Söylemleri: 2020 Yılı Koronavirüs Salgınında Twitter Kullanımı" başlığı altında alan araştırması gerçekleştirilecektir. Araştırma kapsamında sorulacak beş araştırma sorusu aracılığıyla liderlerin küresel bir sağlık krizi karşısında nasıl davrandığı ortaya konulmaya çalışacaktır. Ayrıca bu sorular yardımıyla "2020 Koronavirüs salgınında Türkiye ve Çin'in yanı sıra Dünyada en fazla can kaybının yaşandığı 10 ülkenin liderleri salgının etkilerinin azaltılması konusunda gerekli adımları atarak, kendi toplumlarını yaşanan krizle ilgili olarak yeterince bilgilendirmişlerdir" şeklindeki varsayım doğrulanmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KRİZ VE TOPLUMSAL KRİZ KAVRAMI

1.1. Krizin Tanımı

Kriz kelimesi batı kökenli bir terim olmakla birlikte dilimizde son zamanlarda kullanılmaya başlanmıştır. Bilim literatürüne ise 30-40 yıl önce girmiş bir kavramdır (Tutar, 2004, s.17). Kriz'in etimolojik kökeni İngilizcede “crisis”, Latince “krinein”, Grekçede ise “krisis” kelimesinden kaynaklanmaktadır (akt. Örnek, 2006, s.4). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne (1994, 479) göre Türkçede bunalım ve buhran anlamlarına da gelen kriz, bir toplumun, bir kuruluşun veya bir kimsenin yaşamında görülen güç dönem, bunalım ya da buhran olarak tanımlanmaktadır.

Kriz kavramı “afet”, “felaket” anlamlarını da kapsamaktadır. Anin gelişen, bir örgütün, bir toplumun varlığını veya hedeflerini tehdit eden ve acil önlem alınması gereken durumlara kriz adı verilmektedir. Günlük dilin yanı sıra bilimsel terminolojide de ekonomik kriz, mali kriz, finansal kriz, siyasi kriz, hükümet krizi, ahlak krizi kavramlar yer almaktadır.

Kriz tanımı en geniş örgüt olan devlet ve topluma uyarlandığında ise şöyledir: Toplumu ve devlet yapısını tehlikeye sokan ve acil olarak çözüme kavuşturulması gereken durumlara kriz adı verilmektedir. Bir başka ifade ile toplumun ve devletin kriz öngörme ve önleme mekanizmalarının yetersiz kaldığı gerilim durumları kriz olarak adlandırılmaktadır. Krizin genel bir tanımını yapmak sosyal bilimlerde oldukça zor bir durum olduğunu belirten Aktan ve Şen (2001, s.1-2) yaşanmakta olan bir durumun ya da karşı karşıya kalınan olayların ne derece kriz olduğu kişilere göre değiştiğini söylemektedir. Herhangi bir durumu kriz olarak adlandırabilmek için krizin temel unsurları ya da özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir

Kriz hali, toplumda veya örgütte hayat normal haliyle devam ederken bu normal gidişatı önemli ölçüde değiştiren bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle kriz örgütün düzenini sarsan, hatta onun varlığını tehdit eden bir durumdur. Önlem alınmayan krizler örgütte derin sarsıntılara yol açabilir veya ortadan kalkmasına yol açabilir. Deprem, yangın, saygın hastalık, sel baskını, savaş, terör

saldırısı, ani ve ciddi bir hastalık ve ekonomik bunalımlar toplumları sarsan kriz durumları arasında gösterilmektedir. Krizlerin süresini belirleyen en önemli etken zamanında gerekli tedbirleri almak ve bunları uygulamaktır. Göksu'ya (2011, s.1) göre Başbakanlık Kriz Yönetim Merkezi Yönetmeliği'nde kriz hali şöyle anlatılmaktadır;

“Devletin ve milletin bölünmez bütünlüğü ile milli hedef ve menfaatlerine yönelik hasmane tutum ve davranışların, Anayasa ile kurulan hür demokrasi düzenini veya hak ve hürriyetlerini ortadan kaldırmaya yönelik şiddet hareketlerinin, tabi afetlerin, tehlikeli ve salgın hastalıkların, büyük yangınların, radyasyon ve hava kirliliği gibi önemli nitelikteki kimyasal ve teknolojik olayların, ağır ekonomik bunalımların ve iltica ve büyük nüfus hareketlerinin ayrı ayrı veya birlikte vuku bulduğu haller” olarak tanımlanmaktadır.

Herhangi bir olayın kriz olup olmadığından söz edilebilmesi için bazı koşulların oluşması gerekmektedir. Aydemir ve Demirci'ye (2005, s.66) göre bunlar; önemli oranda değişime neden olabilecek bir tehlikenin varlığı, bu olayla başa çıkılamayacağıının anlaşılması ve söz konusu olayın örgütün varlığına yönelik bir tehdit oluşturmalarıdır. Dolayısıyla, rutin gelişmelerin ve sorunların, ‘kriz’ olarak değerlendirilmeleri mümkün değildir.

Küreselleşmenin etkisiyle günümüz dünyası birbirine daha bağımlı ve bağlı hale gelmektedir. Bu nedenle dünyanın herhangi bir bölgesindeki küçük krizler dünyanın bir başka bölgesinde daha fazla hissedilebilmektedir. Coğrafi, tarihi, kişisel, toplumsal ve çevre boyutunda etki yaratabilen krizler, zincirleme bir etki ile küresel boyuta ulaşabilmektedir (Gültekin, 2002, s.13).

1.2. Krizin Özellikleri

Krizlerin özellikleri, örgütlerin faaliyet gösterdiği sektöre ve alanlara göre değişiklik gösterebilir. Örgüt yöneticilerinin krizlerin özelliklerini algılama şekli krizi önlemede etkili olabilir. Yöneticiler krizleri tehdit olarak algılayıp gerekli önlemleri zamanında alırlarsa krizlerde başarıları artar. Krizin temel özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür:

- Kurumun hedeflerini ve varlığını tehdit etmesi,
- Kurumun önleme ve öngörme mekanizmalarını yetersiz bırakması,
- Acil müdahale gerektirmesi

- Zaman baskısı yaratması,
- Beklenmedik ve ani değişiklikler getirmesi,
- Karar vericilerde gerilim yaratması,
- Korku ve paniğe yol açması,
- Kontrol edilme güçlüğü olması,
- Yaşamsal bir dönüm noktası olması,
- Kurumun imajını, insan kaynaklarını, finansal yapısını ya da doğal kaynaklarını tehdit etmesi (Özdemir 1994, s.17-18).

Krizler dört önemli özelliğinden dolayı tehlikeli olarak görölmektedirler. Stubbart'a (1987, s.89) göre bu özellikler: belirsizlik, komplekslik, menfaat çatışması ve duygusal yaklaşımdır. Bu yaklaşımların alınacak kararı etkilemesi ihtimali bulunmaktadır. Kriz, belirsizlik oluşturan bir düzensizlik durumu yaratmaktadır. Bu düzensizlik durumu kriz öncesi dönemden başlayıp, kriz sonrası döneme kadar etkili olmaktadır. Kriz kurum için belirsizlik ortamı yarattığı gibi, üç önemli özelliğe de sahip bulunmaktadır. Bunlar; tehdit, sürpriz ve zaman baskısıdır. Örgütün hedefleri, işleyişi, yönetimi ve süreçleri kriz tarafından tehdit altına alınırken, tehdidin etkisi, krizin oluşumuna, kriz türüne, örgütün hedef kitlelerinin gelişen olaylara verdiği tepkilere göre farklılık gösterebilmektedir. Bu etki krizin sonuçlarına ve alınması gereken önlemlere ilişkin çözüm yollarını belirleyen önemli bir etken olmaktadır (Pira ve Sohodol, 2010, s.26).

Tutar (2004, s.18), kriz kavramının sosyal bilimlerde henüz 30-40 yıllık bir geçmişe sahip olduğunu belirtmektedir. Temel olarak krizlerin üç özelliğı vardır, bu özellikler şunlardır.

- 1) Krize neden olaya yanıt vermek için sınırlı bir zaman vardır,
- 2) Krize neden olan olayla ilgili bilgiler güvenilmez ve belirsizdir,
- 3) Kriz mevcut maddi kaynaklar ve insan kaynakları için bir tehdittir.

Krizler belirsizliklerle doğru orantılıdır ve etkisini bu belirsizliklere göre artırır. Bunun yanı sıra krizi yönetmekle görevli kişiler, kısıtlı zamana ve sınırlı kaynaklara sahiptirler. Bu nedenle gelişmeleri takip etmekte yetersiz kalmaları ihtimali söz konusudur. Meydana gelen değişim ve gelişime uyum sağlamak örgüt açısından büyük önem taşımaktadır. Kriz dönemlerinde örgüt üzerinde sorunların çözümüne yönelik

büyük baskılar söz konusudur. Baskı unsuru yaratan gruplar arasında; hissedarlar, devlet, sosyal güvenlik kuruluşları, medya vb. kuruluşlar bulunmaktadır. Bu nedenle kriz dönemlerinde alınacak kararlar kriz diğer dönemlerdekine göre önemli farklılıklar taşımaktadır(Haşıt, 2013, s.6).

Örgütlerin genel amaçları ve uzun dönem stratejik amaçları da kriz dönemlerinde tehdit altında bulunmaktadır. Böyle dönemlerde öncelikli amaç olarak krizin çözülmesi ve örgütün devamlılığının sağlanması ön plana çıkmaktadır. Bir krizin ortaya çıkmasıyla etkisini gösterme süresi arasında o krizin cinsine göre farklılıklar söz konusudur. Bazı Krizler aniden ortaya çıkarken, bazı krizlerin ortaya çıkması ise zaman almaktadır. Genel olarak her ikisinin sonuçları da birbirine benzemekle birlikte ani krizler daha tehlikeli olabilmektedir (Haşıt, 2013, s.6).

1.3. Krize Neden Olan Faktörler

Dinçer'e göre (1998, s.385) krizler çok sayıda faktöre bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu faktörlerden bazıları şunlardır:

- a) Çevredeki hızlı değişimler
- b) Belirsizlik ve dalgalanmalar
- c) Zayıf bilgi toplama yöntemleri
- d) Doğru olmayan verilerin fazlalığı
- e) Verilerin azlığı
- f) Haberleşmenin yetersiz olması
- g) Örgüt içinde ve dışındaki koordinasyonsuzluk
- h) Farklı değer sistemlerinin olması
- ı) Değişen yönetim amaçları
- i) Politik rahatsızlıklar
- j) Plansızlık ve zaman yetersizliği

Baltaş (2002, s.6), yapılan araştırmalarda krizlerin genellikle belirsizlik kavramı ile birlikte anıldığını ifade etmektedir. Belirsizlik kavramı krizlerin tetikleyicisidir, bu nedenle de olayların gerçekleşme olasılığının bilinmesi mümkün değildir. Belirsizliğin artması krizin de şiddetlenmesine yol açmaktadır. Bu durum da krize çözüm bulma ihtiyacını arttırmaktadır. Zamanın ve olanakların kısıtlı olması çözüm için karar verme güçlüğüne ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle belirsizliği doğru yönetmek ön plana çıkmaktadır. Belirsizliği yönetmenin yolu da dikkat, sezgi gücü, sürekli güncelleme ve tetikte olmaktan geçmektedir. Zira belirsizlik beklenmeyen bazı durumları da beraberinde getirmektedir. Krizleri ortaya çıkaran faktörleri dış (çevresel) ve iç (örgütsel) faktörler olarak iki grupta toplamak mümkündür.

1.3.1. Dış (Çevresel) Faktörler

Örgütleri krize sürükleyen dış faktörler arasında; Ekonomik Faktörler, Doğal Çevre Faktörleri, Sosyo-Kültürel Faktörler, Politik Faktörler, Teknolojik Koşullara İlişkin Faktörler, Uluslararası Çevre Faktörleri sıralanabilmektedir.

1.3.1.1. Ekonomik Faktörler

Dinçer'e (2003, s.408) göre ekonomik krizler, örgütlerin içinde faaliyet gösterdikleri ekonomik sistemden kaynaklı kriz faktörüdür. Ekonomik dalgalanmalar ve istikrarsızlık piyasadaki arz-talep dengesini bozmakta, bu durum da örgütün kullanacağı girdilerin ve pazarlayacağı ürünlerin fiyat ve miktarlarını, yatırım kararlarını, kar oranlarını etkileyebilmektedir. Ekonomik şartlardaki istikrarsızlığın kısa süreli olması etkilerinin de kısa sürmesine, buna karşılık ekonomideki derin ve uzun süreli dalgalanmalar ise derin krizlere yol açmaktadır.

1.3.1.2. Doğal Çevre Faktörleri

Örgütleri büyük ölçüde etkileyen ve krize sebep olan etmenler arasında doğal olarak ortaya çıkan deprem, sel gibi felaketler bulunmaktadır. Bu felaketler örgütün denetimi dışında meydana gelmektedir. Akdağ'a (2001, s.40) göre bir başka ifadeyle doğal felaketlerden kaynaklanan krizler, örgütün kontrol altına alamadığı, ani ve önlenemez bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle doğal felaketler örgütler için yıkıcı sonuçlar doğurabilmektedir.

1.3.1.3. Sosyo-kültürel Faktörler

Krizi oluşturan sosyo-kültürel faktörler arasında; sosyal karışıklıklar ve huzursuzluklar, işletmeler açısından müşterilerin ilgisinin azalması, toplumun değer yargılarının değişmesi vb. yer almaktadır. Toplumun yapısı, duygu ve düşüncelerinin değişim içinde olması açık bir sistem olan örgütleri de bu değişime uyum sağlamaya zorlayabilir. Örgütler, müşteriler ya da tüketiciler, içinde bulundukları sosyal düzen ve kültürel yapıdan soyutlanamayacakları için her ikisinde meydana gelecek değişiklikler örgütler tarafından yakından izlenmelidir (Örnek ve Aydın, 2006, s.57).

1.3.1.4. Politik Faktörler

Devletler zaman zaman uyguladıkları politikalarda değişikliklere gitmekte, bu da krize neden olabilmektedir. Krizin politik ve yasal faktörleri arasında yasal yapı, politik müdahale, finansal destek, dış rekabet konusunda hükümetin yaklaşımı gibi konular yer almaktadır. (Baydas, Bakan ve Özyılmaz, 2004, s.229). Egemen bir otorite olarak devlet tarafından oluşturulmuş hukuk sistemi, işletmeleri dışarıdan etkileyen önemli bir çevresel faktör olarak göze çarpmaktadır. Örgütler hukuksal ve politik düzenlemelerden dolayı olumlu veya olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Hangi ülkede faaliyette bulunuluyorsa o ülkedeki politik risk durumları, önemli bir kriz kaynağı durumundadır.

1.3.1.5. Teknolojik Faktörler

Tutar (2000, s.28), işletmeler açısından teknolojik değişikliklerin, büyük fırsatların yanı sıra belirsizlik ve riski de beraberinde getirebileceğini belirtmektedir. Bu durum da onları bir krize sürükleyerek hayatlarını tehlikeye sokabilmektedir. Örgütlerin kullandığı teknoloji ve yöntemlerde günümüzde kuşkusuz hızlı bir gelişme söz konusudur. Tutar'a göre örgütler bu gelişmeleri takip edemedikleri takdirde krize girebilmektedirler.

1.3.1.6. Uluslararası Çevre Faktörleri

Ulusal örgütler; uluslararası düzeydeki siyasi, ekonomik, askeri, sosyal, bilimsel pek çok gelişmeden dolayı doğrudan veya dolaylı olarak etkilenebilmektedirler. İşletmeler, ülkeler arasındaki siyasi kriz, savaş, özel anlaşma veya yasal yaptırımların

zamanında ve etkin olarak işlememesinden dolayı krize sürüklenebilmektedirler. Örneğin; bir ülkede meydana gelen ve yabancı bir devlet veya örgüt tarafından yönlendirilmiş olduğu tespit edilen bir terör olayı birçok krizin doğmasına yol açabilmektedir. Pira ve Sohodol'a (2004, s.39) göre küreselleşme, örgütler açısından kriz kaynağı olarak uluslararası çevre faktörlerinin en önemli sebepleri arasındadır. Küreselleşme eğilimleri nedeniyle son yıllarda dünya düzeni alt üst olmuş, birçok değer, kavram, uygulama ve oluşum yok olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle her alanda yeni düzenlemeler ortaya çıkmış, bu da krizleri ortaya çıkarmıştır.

1.3.2. İç (Örgütsel) Faktörler

Örgütlerde zaman zaman, örgüt yapısındaki yönetim, görev tanımları, örgüt içi iletişim, çalışanlar vb. gibi etmenlerden dolayı krizler yaşanabilmektedir. Bununla birlikte, örgüt dışı faktörlerde meydana gelen değişimlere uyum sağlanamaması da örgütlerde krize sebep olmaktadır. Örgüt içi faktörleri; örgütsel yapı ve yönetimin niteliği olmak üzere iki başlık altında incelemek mümkündür.

1.3.2.1. Örgütsel Yapı

Çevresel değişimlere uyum göstermeyen, sahip oldukları iletişim sistemi ile sorunlara en yakın kişi ve grupların yöneticilere ulaşmasına olanak sağlamayan yapıdaki örgütlerin krizle karşılaşma olasılıkları daha da artmaktadır. Ayrıca bu örgütlerin krizin üstesinden gelme olanağı da giderek azalmaktadır. Can (2002, s.336), bir örgütte krize neden olan yönleri şu şekilde sıralamaktadır: Bilgi toplamakta yetersiz kalmak, tarihi geçmiş ve deneyimler, hayat safhası, örgütün merkezileşme derecesi, örgütün yapı esnekliği, örgütün kültürel yapısı, örgütün değerleri ile inanç ve tutumları, örgütün yaptığı işin özellikleri, örgütün ürettiği mal ve hizmet türünün çeşitliliği, örgütteki bilgi akışı ve örgütteki karar verme süreçleri.

1.3.2.2. Yönetimin Niteliği

Örgütlerde krizlerin oluşum ve gelişim süreçleri, lider konumundaki kişinin ve üst yönetimin nitelikleri ile doğrudan orantılıdır. Örgütlerin kriz yaşamalarına neden olan esas nedenler arasında üst düzey yöneticilerin çevresel değişimleri iyi izleyememesi, değişimlerle ilgili veri toplayamaması, yorumlama ve değerlendirme konularındaki

deneyimsizlikleri gibi sebepler bulunmaktadır (Can, 2002, s.336). Yöneticilerin örgütsel ve yönetsel rollerini gerçekleştirirken örgütün iç ve dış çevre faktörlerini dikkate almaları olası bir stratejik açıklığın yaşanmasının önüne geçmektedir.

Tutar'a göre (2004, s.25) görünürde daha büyük ve başarılı hale gelen örgütlerde yöneticiler genellikle örgüt içindeki olaylara yönelmiş olduklarından dolayı dış çevredeki asıl görevlerini ihmal etmektedirler Bu durum ise stratejik açıklığa neden olmaktadır.

1.4. Kriz Süreçleri

Birçok kriz ani olarak ortaya çıkmamakta, öncesinde çeşitli belirtiler vermektedir. Bu nedenle krizler gelişim seyirlerine göre çeşitli özelliklere sahiptirler. Krizler bu özelliklerden yola çıkılarak çeşitli aşamalardan geçmektedirler. Kriz süreçlerinin aşamaları konusunda ortak bir sınıflandırma söz konusu değildir. Ancak krizlerin üzerinde görüş birliğine varılan 3 aşaması bulunmaktadır. Bunlar; Kriz Uyarılarının Algılanması ve Hareketsizlik Dönemi, Kriz Dönemi ve Çözülme Dönemi'dir (Özel, 2005, s.17).

1.4.1. Kriz Uyarılarının Algılanması ve Hareketsizlik Dönemi

Potansiyel bir krizin sinyallerinin alınmaya başladığı dönemdir. Bu aşamada, örgütün amaç ve varlığını tehdit eden durumlar ile ilgili çeşitli belirtiler alınmaya başlamaktadır. Örgütte ve örgüt çevresinde sorunlar tespit edilmeye başlamıştır. Ayrıca, örgütün bilgi alma sistemleri kriz sinyallerini alamadığından yönetime yeterince bilgi iletememektedir. Bu nedenle krize yönelik gerekli önlemler alınamamaktadır Can (2002, s.336) krizin gelişim döneminde üç ayrı aşama bulunduğunu belirtmektedir. Bunlar; körlük dönemi, eyleme geçememe dönemi ve yanlış eylem dönemi olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

1.4.2. Kriz Dönemi

Kriz durumunun ortaya çıktığı ve devam ettiği aşamadır. Yaklaşan krizin sinyallerini alamadığı, yorumlayamadığı, değerlendirilemediği ve sağlıklı tepkiler verilemediği için örgüt kriz dönemine girmiştir. Genel olarak böyle dönemlerde örgütlerde yetkinin merkezileşmesi, korku, panik ve karar sürecinin bozulması gibi bazı durumlar söz

konusu olmaktadır. Kriz şiddetlenmesine paralel olarak örgütte bir kızgınlık ve telaş durumu gözlenebilir, örgütsel yapıda önemli bozulmalar olabilir. Örgütlerde bu dönemde yöneticilerin örgüt amaçlarını ikinci plana ittiği ve daha çok kendilerine yönelik uygulamalar içine girdikleri gözlemlenebilmektedir. Başarısızlık beklentisi başarısızlığın daha da artmasına yol açmaktadır. Moral seviyesi ise önemli ölçüde düşmektedir. Bu aşamada örgütün yeniden düzenleme faaliyetine girmesi zorunlu bir hale geldiği gelmekte, sürekli başarısızlık nedeniyle ortaya çıkan “inanç yıkılması” örgütü daha önceki deneyimlerinden vazgeçme gibi bir sonuca götürebilmektedir (Haşit, 2013, s.31). Bu dönemde inanç yıkılmasının önlemek için örgütün eski yapısında, stratejilerinde, personel rejiminde ve örgütün mevcut görüşlerinde önemli değişikliklere gitmek gerekmektedir.

1.4.3. Çözülme Dönemi

Krize yanıt verebilmek için örgütün son şansının olduğu bir aşamadır. Yöneticilerin çözüm için uygun stratejiyi seçmesi, amaçları oluşturması ve değişikliği başlatması gerekmektedir. Krizin çözülememesi durumu örgütün varlığının son bulmasına kadar götürebilmektedir. Krizler başarı ile çözülemezse krizin şiddetine bağlı olarak örgütler ortadan kalkabilmektedir. Bu aşamada örgütün çevresi ile ilişkileri bozulmaktadır. İşletmeler açısından artan tüketici şikâyetleri, kredi kaynaklarının sınırlanması ve azalması, satış miktarındaki azalma, devletin getirdiği sınırlılıklar ve pazar payının kaybedilmesi söz konusudur. Bu durum ise örgütün çevresi ile ilişkilerinin bozulduğunu göstermektedir. Dolayısıyla örgüt içinde artan işgücü devri ve devamsızlığı, çalışanların şikâyetleri, stres ve panik, örgütsel olarak çözülmeye neden olmaktadır(Özel, 2005, s.17). Tüz'e (2008, s.20) göre krizin çözülme döneminde örgütün değişime uygun çözümlerle krizi ortadan kaldırması, faaliyetlerine yeni bir ivme kazandırabilmektedir. Fakat bu son şansı kullanamaması, gelişmelerden giderek kopmasına ve yok olmasına neden olmaktadır.

1.5. Kriz Türleri

Örgütler günümüzde hem kendi faaliyet alanlarını etkileyebilecek krizleri, hem de ülke çapında ortaya çıkabilecek genel kriz türlerini göz önüne almak zorundadırlar. Karşılaşılan krizlerin büyük bölümü örgütler tarafından kolay tahmin edilebilirken,

birçok kriz de tahmin edilememektedir. Krizleri daha iyi anlayabilmek için bir sınıflandırmaya tabi tutulmaları gerekmektedir. Krizler bu kapsamda farklı otoriteler tarafından farklı türlere ayrılarak ele alınmıştır.

Kadıbeşegil (2002, s.38), krizlerin ABD’deki Kriz Yönetimi Enstitüsü tarafından dört ayrı kategoriye ayrıldığını belirtmiştir. Bu kategoriler şunlardır:

- Doğal afetlerin neden olduğu krizler
- Mekanik problemler nedeniyle oluşan krizler
- İnsan hatalarına bağlı krizler
- Yönetimsel karar veya kararsızlıklardan kaynaklı krizler.

Ortaya çıkış şekilleri incelendiğinde her krizin kendisine has özellikler sergilediği görülmektedir. Bu nedenle her krizin kendi içinde analiz edilmesi gerekmektedir. Çıkış nedenlerine göre değerlendirildiğinde ise iki tür krizden söz etmek mümkündür. Bu krizler:

- 1) Ani olarak ortaya çıkan ve sinyal vermeyen krizler
- 2) Yavaş yavaş ortaya çıkan oluşmadan önce sinyalleri ortaya çıkan krizlerdir.

Toplumbilimci Ahmet Kotil’in (1998, s.44-59) kaleme aldığı ve kriz türlerini sınıflandırdığı makalesinde ise kriz türleri toplumsal düzeydeki etkilerine göre sınıflandırmaya tabi tutulmuştur.

Bu kriz türleri şunlardır:

- **Doğal Krizler:** Doğa kökenli olup, toplumsal sonuçlar yaratmaktadırlar. (Örnek: Doğal afet, salgın hastalıklar ve kıtlık vb. olaylar).
- **İktisadi Krizler:** İktisadi yapıdan kaynaklanan krizlerdir. Toplumsal alanı etkilemesi durumunda bu tür krizler “sosyo-ekonomik” kriz olarak adlandırılmaktadırlar.
- **Toplumsal Krizler:** Toplumsal yapının değişimi ve gelişimi ile ilgili krizlerdir. Toplumsal kriz başlığı altında “kültürel” ve “sosyo-psikolojik” krizlerden de bahsedilmektedir.

- **Siyasal Krizler:** Siyasal sistem ve onun topluma olan yansımalarından kaynaklanan krizlerdir. Bu başlık altında “yönetim” ve “devlet” krizlerinden bahsetmek mümkündür. Katılma, temsil ve meşruluk olguları bunlara örnek olarak verilebilmektedir.

1.6. Kriz Yönetimi Kavramı

Örgütlerde gerçekleşme ihtimali olan ya da başlayan bir krizle ilgili sürecin analiz edilerek o krizin ortaya çıkmasına yol açan sorunları çözebilme ve kriz sürecinin en az kayıpla atlatabilme faaliyeti kriz yönetimi olarak adlandırılmaktadır. Kriz yönetimi bir başka tanıma göre ise krizi tahmin etme, önleme, hazırlanma, önceliklerini belirleme, iyileşme ve öğrenme mekanizmalarının planlanması ve uygulanması gibi seri faaliyetleri içeren bir süreç olarak ifade edilmektedir (Bozgeyik, 2004, s.42). Kriz yönetimi, özel sektörde ve kamu sektöründe pek çok alanda uygulansa da sıklıkla uluslararası ilişkiler, işletme, siyaset bilimi ve yönetim bilimleri alanında kullanılmaktadır. Kriz yönetimi kavramı, bir krizi ortadan kaldırmak için yapılan planlı, sistematik, ve rasyonel bir şekilde uygulanan faaliyetler topluluğunu da ifade eder. Bunların yanı sıra krizi sona erdirmek için sistemli bir şekilde karar verilmesini, bu kararları uygulayacak ekibi oluşturmayı, uygulama sonuçlarını hızla alarak yeni kararlar vermeyi de kapsar (Tüz, 2004, s.85).

Kriz yönetimi sürecinde liderler muhtemel tehlike durumlarında, örgüt amaçlarını kabul edilebilir bir maliyetle, karşılamaya çalışmaktadırlar. Etkili bir liderin başarısı, kriz durumlarında örgütün elde ettiği kayıp ya da kazançlarla yakından ilgilidir. Kriz dönemlerinde örgütün karşı karşıya kaldığı fırsat ve tehlikeler kriz yönetiminde önemli bir belirleyici unsurdur. Başarılı liderler tehlike karşısında ‘korku krizlerinin yönetiminde kayıpları en aza indirebilmekte, ‘Fırsat Krizi’nin yönetiminde de muhtemel kazançların mümkün olan en üst seviyeye çıkmasını sağlamaktadırlar (Dinçer, 1992, s.334). Kriz yönetimi süreci içinde üç tür örgütsel tepki bulunmaktadır. Bu tepki türleri tablo 1.1’de gösterilmektedir.

Tablo 1.1: Krizde Tepki Türleri

OPERASYONEL TEPKİ	İLETİŞİM TEPKİSİ	YÖNETİM TEPKİSİ
Acil kriz prosedürlerinin uygulanması	Tüm çalışanlar	Dış iletişim hazırlıklarının yapılması
	Çalışan aileleri	
Çalışanların ve ticari faaliyetlerin korunması	Destekleyiciler	Kriz yönetim planlarının uygulama ve denetimi
	Rakipler	
Durum değerlendirmeleri	Finansman kaynakları	Kriz takımlarının harekete geçirilmesi
	Kamu görevlileri	
Merkezin bilgilendirilmesi	Basın	Üst düzey yöneticilere danışmanlık yapılması

Kaynak: Pira, A. 2004:184

Krizlerin önlenmesinde en önemli unsur kuşkusuz ki tedavi edici önlemler yerine önleyici önlemlerdir. Bir başka deyişle, kriz çıkmadan önce alınacak önlemler, kriz çıktıktan sonra alınacak önlemlerden önemlidir. Özellikle ekonomide, krize dayanıklı bir organizasyon yapısı oluşturmak, kriz çıkmadan önce büyük önem taşı-maktadır. Mükemmel bir organizasyonun ortaya konulması, örgütü krizin ilk etkilerinin önlenmesi açısından koruyan önemli bir unsurdur (Aktan, 2004, Mitroff, s.2001).

1.6.1. Kriz Yönetimi Yaklaşımları

Kriz yönetiminde temel yaklaşım, kriz sinyalleri belirdikten sonra krizi mümkün olduğu kadar engellemektir. Kriz dönemlerinde örgütlerin önceliği ise mümkünse kriz durumuna girmemektir. Ancak alınan bütün önlemlere rağmen krize girilmesi durumunda ise örgütlerin önceliği bu krizden en az hasarla kurtulmak olmalıdır. Kriz durumunda etkili bir yönetim sergilenip sergilenmediği bir örgütün kayıp ve kazançlarının ne olduğu ile doğrudan orantılıdır. Başka bir deyişle örgütün krizlerde karşı karşıya kaldığı fırsat ve tehlikeler, kriz yönetiminde büyük rol oynar. Literatürde kriz durumlarında iyi bir yönetim sergileyebilmek için “krizden kaçma”, “krizi

özme”, “proaktif” ve “reaktif” yaklaşımlardan bahsedilmektedir (Tekin ve Zerenler, 2008, s.232).

1.6.1.1 Krizden Kaçma Yaklaşımı

Tekin ve Zerenler’e (2008) göre krizden kaçma yaklaşımı, kriz ortamının etkilerinden korunmak ve mümkün olduğunca krize hiç girmemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın özünü, örgütlerin krize girmelerinde etkili olan faktörleri tanımlamak ve örgüt yönetiminin bu faktörlerin etkisini ortadan kaldırmak üzere kabul ettiği hedef ve düşünceleri anlamak oluşturmaktadır. İstenmeyen durumları hafifletme ve kaçınma stratejilerini içermektedir. Krizden kaçınma yaklaşımı, örgüt için ideal olmamasının yanı sıra, tehlikeye yönelik krizlerde örgütün denge durumunu korumasına yardımcı olmaktadır. Krizden kaçmak sürekli olarak dış çevreyi izlemeyi, gelecekle ilgili nicelik ve niteliğe yönelik öngörü yöntemleri geliştirmeyi gerektirmektedir. Kısacası, krizden kaçma yaklaşımında yönetim iç ve dış çevreyi sürekli olarak takip etmelidir. Bu yaklaşımda, iç çevrenin analizi konusunda örgütün ne durumda olduğunu ve nereye gittiğini ölçebilecek metotlar geliştirmelidir (Dinçer, 2004, s.423-424).

1.6.1.2. Krizi Çözme Yaklaşımı

Dinçer (1998:401), kriz yönetiminde ideal olanın, krizin başarıya dönüştürülmesi olduğunu ifade etmektedir. Bunun için de yönetimin krize aktif olarak müdahale etmesi gerekmektedir. Krizi çözme yaklaşımının başarılı olup olmaması, hem krizi önceden sezmek hem de sorunların çözümü için uygun zamanda harekete geçmek gibi şartlara bağlıdır. Bu nedenle kriz sinyallerini alacak planlar yapılmalı ve erken uyarı sistemleri tesis edilmelidir (Özden, 2011, s.54). Krizlerin örgütlerin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmak gibi olumlu bir yönü de bulunmaktadır. Bu da değişme ve gelişme için yönetime baskı yapmaktadır. Tespit edilen zayıf yönler üzerinde gerekli düzenleme ve iyileştirmeleri yapan yöneticiler örgütlerine yeni bir anlayış ve dinamiklik kazandırabilir (Dinçer, 2004, s.424 ve Tutar, 2000, s.95-96).

1.6.1.3. Reaktif (Tepkici, Tedavi Edici) Yaklaşım

Bu yaklaşım, krizin ortaya çıktığı dönemlerde, krizi ortadan kaldırmayı veya etkilerini en aza indirmeyi amaçlamaktadır. İşletmeler için iyileştirici bazı yaklaşımları ortaya

koymaktadır. Bunların arasında; plansız- programsız küçülme, bölüm kapatma, krizden zarar gören ürünleri piyasadan çekme, maaş kesintisi, işten çıkarma gibi günlük çözüm arayışları vardır. Bu yaklaşımı uygulayan işletmeler genellikle kısa vadeli planlarla günü kurtarmaya çalışmaktadırlar. Ancak bu tür işletmelerin çalışanlarının güvenini ve yetişmiş işgücü kaynağını, müşterilerini, pazarını ve hatta varlıklarını yitirme ihtimali bulunmaktadır. Bunların yanı sıra, tepkici kriz yönetiminde, aktif kriz yönetiminden farklı olarak savunmacı bir karakter söz konusudur (Özden, 2011, s.54).

1.6.1.4. Proaktif (Koruyucu) Yaklaşım

Proaktif kriz yönetimi yaklaşımında işletmeler kriz çıkmadan önce bu ihtimali her zaman göz önünde bulundurmakta ve alternatif çıkış noktalarını düşünerek her kademe ile paylaşmaktadırlar. Önceden tedbir alınması sayesinde şirketler üretim ve pazarlama faaliyetlerini krizle ortaya çıkan yeni şartlara uyarlamaktadırlar. Bu da işletmelerin rakipleri panik içindeyken krizden karlı çıkmalarını sağlamaktadır (Demir, 2008, s.27). Bu yaklaşım saldırgan bir niteliğe sahip olup, krizin henüz ortaya çıkmadığı dönemlerde gerçekleştirilmektedir. Proaktif kriz yönetimi yaklaşımı, öngörücü kriz yönetimi ve koruyucu kriz yönetimi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Öngörücü Kriz Yönetimi, potansiyel kriz safhasında önem kazanmaktadır. Koruyucu kriz yönetimi, ise gizli kriz safhasına yönelik olup, bu krizlerin erken fark edilerek koruyucu önlemlerin alınmasına yöneliktir (Ataman, 2001, s.258).

1.6.2. Kriz Yönetimi Süreçleri

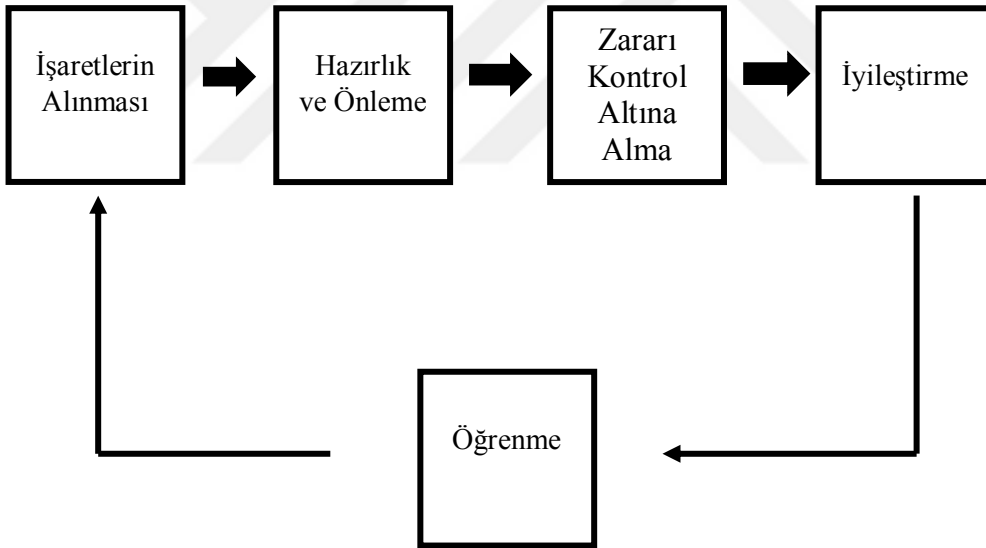
Kriz yönetimi süreçleri Pheng'e göre (1997, s.235), içinde bulunulan duruma ve geleceğe yönelik olası sorun ve tehlike etmenlerinin belirlendiği, bunlara uygun tepki ve davranış türlerinin saptandığı, krizle başa çıkılabilecek önlemlerin alınarak bunların uygulandığı ve bu uygulamaların sonuçlarının değerlendirildiği bir süreçtir. Kriz yönetim sürecinde hedef, örgütün mümkün olan en az hasarla krizi atlatabilmesi ve krizin getirdiği tehditlerin fırsata çevrilebilmesidir. Kriz yönetiminde bir kriz yönetimi ekibine sahip olmak ve acil durum planları ile donanmış olmak olmazsa olmaz unsurlardandır. Amaç, tehlike işareti alan ekibin fazla hasar oluşmadan krize müdahale edebilmesidir. Kriz yönetimi üzerine yapılan çalışmalar kriz yönetimi sürecinin

birbirlerinden farklı 5 safhadan oluştuğunu göstermektedir. Pheng'e (1997) göre bu safhalar şunlardır:

- 1) Kriz işaretlerinin tespiti
- 2) Krize hazırlıklı olma ve gerekli önlemlerin alınması,
- 3) Oluşmuş ya da oluşabilecek zararları kontrol altına alma
- 4) İyileşme için gereken faaliyetlerin yapılması,
- 5) Öğrenme

Kriz yönetim sürecinin beş aşaması aşağıda şekil 1.1'de belirtilmektedir.

Şekil 1.1: Kriz Yönetimi Süreci



Kaynak: Pheng, 1999: 234

1.6.3. Kriz Yönetimi Ekibinin Oluşturulması

Krizden zarar görmemek ve krize hazırlıklı olmak isteyen örgütlerin yapmaları gereken en önemli konulardan birisi kriz yönetim ekibinin oluşturulmasıdır. Bu ekibin

görevi, daha önceden hazırlanmış kriz yönetimi planını uygulanmasını sağlamaktır. Kriz yönetiminin uzun ve sistematik bir süreç olmasından dolayı bu ekip tek bir kişiden oluşmamaktadır. Bu ekipte yer alacak kişilerin, örgüt konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip, karar verebilme yeteneği gelişmiş ve kendilerine karar verebilme yetkisi tanınmış kişilerden oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Kriz planında belirtilen görevleri yapabilmek için ekipte bulunan kişilerin kriz süresince birbirleri ile sürekli iletişim halinde olmaları gerekmektedir. Kriz yönetimin sürecinin sağlıklı bir şekilde işletilebilmesinin gerekliliklerinden birisi de kamuoyunun doğru bir şekilde bilgilendirilmesinden geçmektedir. Bu nedenle kriz yönetimi içinden seçilen bir kişinin sözcü olarak seçilmesi ve bilgilendirmelerin tek bir kişi tarafından yapılması sağlanmalıdır. Ekipteki diğer kişilerin basına ve kamuoyuna açıklama yapmaları sürecin olumsuz işlemesine neden olacak davranışlardan birisi olacaktır (Canöz, Öndoğan ve Gedikçi, 2015, s.45).

1.6.4. Kriz Yönetimi Planının Oluşturulması

Krizleri önleme amacıyla örgüt tarafından kriz öncesinde yapılan planlama çalışmaları kriz yönetimi planı olarak adlandırılmaktadır. Kriz yönetimi planının esas amacı; oluşabilecek krizlerin engellenmesi ve belirtilerinin önceden fark edilmesinin sağlanmasıdır. Bu plan, krizlerin önceden tahmin edilerek engellenmesi işlemini başlatmak için yapılacak çalışmaları uygulamaya koymayı içermektedir. (Pira ve Sohodoğlu, 2004, s.187). Kriz yönetimi planı; krize karşı örgütün zayıf yönlerinin tespit edilmesi, kriz ekibinin ve kriz sözcülerinin seçilip eğitilmesi, görevlerin belirlenmesi ve krizde iletişim sisteminin geliştirilmesi gibi çalışmaları içermektedir.

1.6.5. Kriz Yönetimi ve Yöneticiler

Kriz durumları Demirtaş'a (2000, s.364) göre yöneticilik becerisine en çok ihtiyaç duyulan zamanlardır. Bazı klasik yöneticilik kuralları ve kuramları böyle zamanlarda işlevini yitirmektedir ya da bir süreliğine bir kenara bırakılmaları gerekmektedir. Yöneticilerin en çok arandığı bu dönemlerde sergileyecekleri yönetsel beceriler, örgütü dağılmaktan kurtaracağı gibi, krizin yarattığı paniği sona erdirerek krizin hızlı bir şekilde sona ermesini sağlamaktadır.

Kriz, işletmeler üzerinde birçok olumsuz durumlara yol açmaktadır. Kriz dönemine girildiğinden dolayı, genel olarak bir başarısızlık algısı, belirsizlikler, söylentiler çalışanların moral ve motivasyonlarındaki düşüşler; işletmede genel olarak bir gerilim ve çatışmanın yaşanması; kararlardaki merkezi eğilimin artması ve kararların niteliğinin bozulması; işletme üzerinde bir zaman baskısının oluşması ve stresin yoğun bir biçimde yaşanması bu olumsuz sonuçların başında gelmektedir. Krizin işletmede yarattığı bu etkilerin olumsuz sonuçlar doğurmaması ya da bu tür olumsuz sonuçların meydana gelmemesi, işletmelerdeki yöneticilerin liderlik özelliklerine sahip olup olmamasına ve etkin kararlar alıp almamasına bağlıdır (Tüz, 2013, s.82).

Kriz ortaya çıktığında sağlıklı bir değerlendirmenin yapılabilmesi krizin çözümünde büyük önem taşımaktadır. Yapılan bu değerlendirme, olası kişisel sorunların önlenmesi anlamına gelmektedir. Kriz ortamında sorumlunun kim olduğunu aramanın yanlış olması gibi, nasıl olduğunu araştırmak da, sebebi bulmaya yardımcı olduğu oranda fayda sağlamaktadır.

Tack'a (1994, s.20) göre kriz anında yöneticiler şu önemli soruları sorarak krizin çözülmesine önemli ölçüde katkı sağlayabilmektedirler:

- Durum ne kadar kötü?
- Olabilecek en kötü şey nedir?
- Bu karmaşanın temel etkeni nedir?
- Mevcut seçenekler, alternatifler nelerdir?
- Mevcut seçeneklerden hangileri aynı anda geçerli olabilir?
- Örgütte kimlerin morali en çok bozulacak?
- İlgili kişilerin en çok suçlayacağı kişi kim olacak?
- Durumdan yararlanmaya kalkacak kişiler var mı?
- Her şey bittikten sonra kimler ya da hangi gruplar birbirine güvensizlik duyabilir?

Yöneticilerin gerçek bir lider olup olmadıkları kriz dönemlerinde sergiledikleri yönetim tarzıyla ortaya çıkmaktadır. Krizin yaşanmadığı dönemlerde kararlar almak kriz dönemlerine göre daha kolay olmaktadır.

1.7. Toplumsal Kriz Kavramı

Toplumun tanımı sosyolojideki yapısal- işlevselci ve sistem kuramlarına göre; “denge, düzen içinde, uyum halinde işleyen parçalardan oluşmuş ve bütünleşmiş aktif bir yapı” olarak yapılmaktadır. Toplumun temel taşı olan kurum, grup ve sınıflar kendi içlerinde ve birbirleriyle kurdukları ilişki ağları ile dengeli ve uyumlu bir ilişki içindedirler. Ancak bu uyumlu ilişki felaketler, göçler ve savaşlar gibi önemli sosyal değişimler sonucu bozulabilmektedir. Bu tür değişimler toplumlar için kriz dönemleri olarak nitelendirilmektedir. Toplumsal değişimi etkileyen birçok faktör; kurum, grup ve sınıfların yapısı ve oluşturdıkları ilişki ağları yenilenmektedirler. Örneğin; teknoloji faktörü değişimi bunalım yaratmadan gerçekleştirirken, savaşlar, göçler ve felaketler toplumsal çözümlere neden olabilmektedir. Böylece toplumsal kriz dönemleri ortaya çıkmaktadır (Avcıoğlu, 2013, s.1). Toplumu oluşturan organizmalar toplumsal kriz dönemlerinde de birbirleriyle ilişkilerini devam ettirerek denge durumuna dönüş için çaba sarf etmektedirler. Bunu yapabilmek için de toplumsal düzeyde kabul gören değerleri ve standartları kullandıkları gibi yeni değer ve standartlar da geliştirilebilmektedirler. Toplumsal krizler böylece toplumsal kurumların yeniden birbirleriyle bağlantıya geçerek, yeni bağlantı türleri geliştirmeleri ile sonuçlanabilmektedir (Wagner, 2005, s.74). Ancak bunu yapamadıklarında ise çözülme gerçekleşmektedir.

Öte yandan, içinde bulunduğumuz küreselleşme sürecinde toplumsal krizlerin güçlendiği ve hızlandığı gibi bir algı giderek güçlenmektedir. Ne var ki krize yönelik iyimser ve kötümser bakış açıları, krizin dinamiklerini ve toplumsal düzen üzerindeki etkilerini anlamak için yetersizdir. Krizin küreselleşme bağlamında nesnel olarak değerlendirilebilmesi için termodinamiğin ikinci yasasının öngörülerini ve kaos/karmaşık sistemler yaklaşımlarının sistemsel dinamiklere dair bulgularını dikkate alan yeni bir yaklaşıma ihtiyaç bulunmaktadır (Yazgan, 2009).

Psikiyatrist Erol Göka, toplumsal bir krizi tanımlamak için en geçerli bakış açısının Marksizm’den ödünç alınabileceğini belirtirken, Marksistlerin devrimci durumu tanımlarken kullanmış oldukları, “yönetilenlerin eskisi gibi yönetilemeyecekleri, yönetenlerin de eskisi gibi yönetemeyecekleri” şeklindeki ifadenin, tam da toplumsal krize uyduğunu anlatmaktadır. Toplumsal kriz

dönemlerinde her toplumda bazı benzer tepkilere rastlanmaktadır. Bu tür dönemlerde insanlarda rasyonel davranışlar ortadan kalkarken, düzensiz bir biçimde “kaçma veya savaşıma” tepkileri ortaya çıkmaktadır. Topluma tam bir kaos havası yayılmakta, herkes can havliyle hareket etmektedir. Liderlere ve inançlara fanatikçe bağlanmak ve düşman bellediklerine karşı saldırganca tutumlarda bulunmak da toplumsal kriz dönemlerinde görülebilen davranışlar arasında bulunmaktadır. Böyle dönemlerde toplum olmadık şeylerden medet umar hale gelmektedir (<https://aktuelsikoloji.com>, 31.5.2020).

1.7.1. Dünyadaki Toplumsal Krizler

Dünyadaki toplumsal, ekonomik ve siyasi düzeni sarsan büyük olaylar arasında savaşları, salgınları ve büyük ekonomik buhranları saymak mümkündür. Birinci ve ikinci dünya savaşları, 1929 ekonomik buhranı ve 1918 İspanyol Gribi salgını, tüm dünyayı kuşatarak istikrarsızlık dalgaları yaratan olaylar arasındadır. Ancak 2020 yılında Çin’de ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılan koronavirüs salgını, yaklaşık 70 yıldır görülmeyen küresel çaptaki toplumsal ve ekonomik krizlere neden olmuştur. Tıptaki adı ile Covid-19 olarak bilinen Koronavirüs salgını pek çok otoriteye göre ikinci dünya savaşından sonra yaşanan en büyük kriz olarak nitelendirilmektedir (<http://sabah.com.tr>, 10.2.2021).

Küresel ölçekteki krizler hem coğrafi yayılma ve etki alanı olarak, hem de nihai etkileri açısından son derece kapsayıcı bir özelliğe sahip bulunmaktadırlar. Krizler, çıkış sebeplerine göre ülkelerde ekonomi, sağlık, güvenlik gibi başlıca yapıları bozduğu gibi, toplumu, aileleri, devlet kurumlarını, bankacılık sistemini, özel işletmeleri ve daha birçok kuruluşu işleyişini bozma özelliğini sahiptir.

Krizler, içinde bulundukları döneme özgü özellikler sergiler ve dönemin koşullarından etkilenirler. Krizleri tarif etmek zordur ve ancak karşılaşıldığında fark edilirler. Ancak yine de kendilerini besleyen iç ve dış birçok faktörün bir araya gelmesinden kaynaklanan krizler, ülkeleri istikrarsızlığa sokmaktadırlar. Ani ve beklenmedik olarak ortaya çıkan olaylar, ülkelerin ekonomisinde mikro ve makro değişkenlerini sarsacak sonuçlar meydana getirmektedir. Son dönemde dünya çapında ortaya çıkan krizlere şu örnekleri vermek mümkündür (Şiriner, 2011):

- 1997-1998 yılları arasında Doğu Asya ülkelerinde (Tayland, Filipinler, Güney Kore, Malezya ve Endonezya) meydana gelen kriz,
- 1994-2002 yılları arasında Latin Amerika ülkelerinde (Meksika, Brezilya ve Arjantin) baş gösteren kriz,
- 1998 yılında Rusya’da yaşanan kriz,
- 1994, 1999, 2000-2001 yıllarında Türkiye’de yaşanan krizler,
- Amerika’da 2008’de ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkileyen küresel kriz.

1.7.2. Türkiye’deki Toplumsal Krizler

Türkiye’de de dünyadakine benzer bir şekilde; savaşlar, darbeler, hükümet değişimleri, deprem, sel, yangın, doğal afetler, salgınlar ve çeşitli sosyal olaylar gibi sebeplerle toplumsal kriz dönemleri yaşanmıştır. Yaşanan toplumsal krizlerin olumsuz yansıması ilk olarak ekonomi üzerinde olmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin toplumsal olaylardan gelişmiş ülkelere göre daha fazla olumsuz etkilendikleri görülmektedir. Türkiye uluslararası krizlere ek olarak 1960 darbesi, 1971 muhtırası, 1980 askeri darbeleri, 28 Şubat Süreci ve 15 Temmuz 2016 darbe teşebbüsü dönemlerinde önemli toplumsal krizler yaşamıştır.

Tablo 1.2’de 1929 ile 2000 yılları arasında Türkiye’yi sarsan önemli olaylar ile ülkedeki yansımaları listelenmiştir. Listedeki krizlerin bazılarının içsel, bazılarının ise dışsal nedenlere bağlı oldukları görülmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan itibaren, 1923 ile 2010 arasında askeri yönetimleri dışında bırakırsak 60 hükümetin göreve geldiği ve bu hükümetlerin ortalama görev süresinin 16 ay olduğu görülmektedir. Yaşanan bu politik istikrarsızlıklar doğal olarak beraberinde ekonomik istikrarsızlıkları da getirmiştir (Kibritçioğlu, 2003, s.174-182).

Türkiye’de, derin ekonomik siyasi sonuçlar doğuran 7 kriz yaşanmıştır. Bunlar; 1929-31, 1958-61, 1978-81, 1988-89, 1994, 1998-2002, 2007-2009 yılları arasında yaşanan krizlerdir. Türkiye ayrıca; 1947, 1969, 1982, 1991 yıllarında, diğer krizlere oranla daha az etkili olan 4 kriz daha yaşamıştır (Kazgan, 2002). Türkiye’de 1960 sonrasında ise 5’i dışsal olmak üzere toplam 18 kez ekonomik, sosyal ve siyasal istikrarsızlık dönemleri görülmüştür.

Tablo 1.2: Türkiye’de 1923-2010 arasındaki önemli olaylar

TARİH	OLAY	NEDENİ
1929	Amerika’da meydana gelen Büyük Buhran. (Türk parasının değerinin düşmesiyle sonuçlandı)	Dışsal
1944	2. Dünya Savaşı. (Tüm dünyada ve Türkiye’de ekonomik dengeleri sarstı. Türkiye ilk kez devalüasyonla tanıştı)	Dışsal
1958-59	1958’de 256 milyon dolar tutarında dış borç ve kambiyo krizi yaşandı. IMF ile anlaşıldı, devalüasyona gidildi.	Ekonomik
1960	27 Mayıs 1960 askeri darbesi.	Siyasi
1969	IMF programı yürürlüğe girdi, Türk lirası devalüe edildi.	
1971	12 Mart 1971’de ordu tarafından askeri müdahalede bulunuldu.	Siyasi
1974	Petrolün 4 katına çıkması ekonomiyi olumsuz etkiledi. Kıbrıs Barış Harekâtı sonrası batılı ülkelerden ekonomik ambargo geldi. Petroldeki artış ithal sanayi ürünlerini artırdı.	Ekonomik
1978	1978’de kısa vadeli borçların toplam borç içindeki payı yüzde 52’ye ulaşınca kriz patladı.	Dışsal
1979-80	Petrol krizi, halkı 1974 petrol krizinden daha fazla etkiledi. 24 Ocak kararlarıyla TL % 48.6 oranında devalüe edildi.	Ekonomik
1980	12 Eylül 1980’de askerler tarafından yönetime el konuldu.	Siyasi
1986	Kamu harcamalarının artması nedeniyle ekonomik dengesizlik yaşandı ve yine devalüasyon yapıldı.	Ekonomik
1990	Dış ticaret açığı krize neden oldu. Bankaların döviz açığı büyüdü, stagflasyon/enflasyon-ekonomik durgunluk oluştu.	Ekonomik
1993-94	Körfez kriziyle birlikte dış borç stoku, çok şiddetli ekonomik krize sebep oldu. Kriz 93 sonlarında başlayıp 94’te patladı.	Dışsal
1997	28 Şubat 1997 muhtırası.	Siyasi
1998	Asya-Rusya krizi.	Dışsal
2000	'Kara Çarşamba' olarak tarihe geçen 22 Kasım 2000’de para krizi patladı. 13 banka ve çok sayıda aracı kurum battı.	Dışsal
2001	Çankaya Köşkü’ndeki Anayasa kitapçığı tartışması krizi.	Siyasi
2007-09	Küresel finansal kriz. ABD’deki Mortgage krizi.	Dışsal

Kaynak: Cankurt vd., 2010

1.7.3. Toplumsal Çöküş

Toplum, toplumsal hayat ve toplumsal değişim gibi konulardan söz edildiğinde toplumsal çöküşten de bahsetmek gerekmektedir. Çöküş kelimesi anlam itibarıyla

kişiler üzerinde farklı çağrışımlar yapsa da kimilerine göre gerilemek, kimilerine göre de dini ve ahlaki değerlerden uzaklaşmak anlamına gelebilmektedir. Toplumsal çöküş kimilerine göre ekonomik ve siyasi çöküntüyü ifade edebilmektedir. Toplumun batması, yok olması ve hayat sahnesinden silinmesi anlamına da gelebilen toplumsal çöküş, toplumlar için büyük bir olumsuzluk anlamındadır (Okumuş, 2007, s.63-94).

Sosyolojik açıdan bakıldığında toplumsal çöküşün genellikle ömrünü tamamlamış toplumsal yapılar için kullanıldığı görülmektedir. Toplumsal yapıların; kuruluşu, ögeleri, aşamaları ve çöküşle son bulan bir ömrü bulunduğu gibi, yaşadıkları değişimin yönü, hızı ve değişim üzerinde etkili olan faktörlerin nitelikleri bu yapının çöküşünde belirleyici rol üstlenmektedir. Sosyolojik açıdan ömrünü tamamlamış ve tarihe mal olmuş toplumsal yapıların son aşamasını toplumsal çöküş olarak tanımlamak mümkündür. Bu tanıma bağlı olarak, toplumsal çöküş bir başka değişle tarihte yaşamış toplum sayısı kadar tekrarlanmış sosyolojik bir gerçekliktir.

Toplumsal çöküş, toplumdaki düzenin sürdürülebilirliği bakımından artan ve güç kazanan krizler nedeniyle toplumsal yapıların kendi kendilerini sürdüremez hale gelmeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Toplumsal çöküşte; “düzen kurucu mekanizmaların düzen üretememesi ve hatta düzen yerine düzensizlik üretmeye başlaması, düzen kalıplarının kırılması ve olasılık sınırlama kümelerinin dağılması sonucunda toplumsal düzenin karmaşıklık düzeyinde kısa vadede geri döndürülemez gerileme görülmesi” gibi durumlar da söz konusudur (Diamond, 2006, s.43-98).

Toplumsal çöküşe örnek olarak 1347 sonrasında Ortaçağ Avrupası’nda görülen veba salgını, ekonomik bunalım, artan vergiler, yaygın toplumsal huzursuzluk, ayaklanmalar ve savaşları vermek mümkündür. Bu kriz bazı araştırmacılara göre, Ortaçağ Avrupası’nın feodalizme bağlı üretim biçiminin iç çelişkilerinin bir sonucudur ve çevresel etkiler sadece bu çelişkiyi arttırarak krizi daha da derinleştirmişlerdir (Jason, 2001, s.301-322).

İKİNCİ BÖLÜM

SİYASAL İLETİŞİM VE SOSYAL MEDYA

2.1. Siyasal İletişim

Siyaset ve medya günümüzde toplumsal yapının en önemli faktörlerinden olup, birbirleriyle karşılıklı yakın ilişki içerisindeyler. Siyaset ve medya arasındaki yakın ilişki günümüzün en tartışmalı alanlarından birisi olmakla birlikte, Siyasetin, siyasi partilerin, siyasi aktörlerin kamuoyuna desteğine ihtiyaç duymaları medyayı giderek güçlendirmiştir. Medyanın toplumu etkileme adına önemli bir güç olması, siyasi partilerin toplumu yönlendirmek ve etkilemek adına bu güce olan ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Medya ise siyaseti haber kaynağı olarak görmüştür. Siyaset ve medya arasındaki bu karşılıklı ihtiyaç ortak yaşam ilişkisini tesis etmiştir. Günümüzde medya ve siyasi rejim sistemleri birbirinden bağımsız hareket etmemektedirler.

Siyasal iletişimin tanımını yapmadan önce siyasetin ve iletişimin tanımlarını ayrı ayrı yapmak daha doğru olacaktır. Toplumun ayrı uçlarının ve iktidar merkezlerinin ortak bir noktada uzlaştırılması ve buluşturulması siyaset olarak tanımlanmaktadır. Ortak simgeler ve semboller inşa etme ve bunlar üzerinde fikirler ortaya koyarak bir ortak noktaya ulaşma süreci de iletişim olarak ifade edilmektedir. Bu durumda eylemler ve uygulamaların politika aracılığıyla, siyasetin de iletişim aracılığıyla gerçekleştirildiğini söylemek doğru olacaktır. Bu durum siyaset ve iletişim süreçlerinin yakın ilişki içerisinde olduklarını göstermektedir (Oktay, 2002, s.7).

Siyasal iletişimin tanımı farklı kişiler tarafından farklı şekillerde yapılmıştır. Aysel Aziz'e (2003, s.3) göre siyasal iletişim; "belli ideolojik amaçların, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim" olarak tanımlamaktadır. Mutlu (1998, s.304) siyasal iletişimi, "Siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası bir akademik alan" olarak tanımlarken, Ferhat Kentel de (1991, s.40) siyasal iletişimin tanımını "siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma biçimi" şeklinde yapmaktadır.

Siyasi partilerin iktidarı elde etme amaçları ve bu amaç için halka ulaşarak onları ikna etme zorunlulukları siyaset ve iletişim kavramlarını bir araya getiren ana sebeptir. Siyasal iletişim demokrasi ile yakından ilişkili olup, siyasetçiler için toplumun seçme hakkı ile irade beyanları olan oylarını alabilmek adına kurgulanmıştır. Siyasal iletişim bugünkü anlamına ise günümüzün gelişen kitle iletişim teknolojileri vasıtasıyla kavuşmuştur (Tokgöz, 2008, s.24-56).

Siyasal iletişim süreci ve iletişim, ana unsurları göz önüne alındığında birbirleriyle benzer özellikler sergilemektedirler. İletişimin temelinde mevcut olan verici, alıcı, kanal, mesaj (ileti) ve geri besleme gibi beş ana unsur, siyasal iletişimin de temellerini oluşturmaktadır (Aziz, 2007, s.5).

2.2. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak iletişim alanında da önemli gelişmeler görülmektedir. Sosyal medya da bu gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan bir kavramdır. Sosyal medya, her türlü bilginin kişisel yollarla dağılımına imkân tanıyan, interaktif, çevrimiçi ve farklı topluluklar oluşturan web tabanlı bir hizmettir. Sosyal medyanın günümüzde bu denli yaygın kullanıma sahip olması internet teknolojilerindeki gelişmelerden kaynaklanmaktadır. İnternetin tüm dünyadaki etkin, dinamik ve yaygın kullanımı bireyleri aynı ortamda buluşturan sosyal medya platformlarının kurulmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bunun yanı sıra, yeni medyanın gelişimi ve mobil teknolojilerin kullanımının son yıllarda önemli ölçüde artması sosyal medyanın gelişimine önayak olan diğer faktörler olmuştur. İnternette Web 2.0 teknolojisine geçilmesi sosyal medya platformlarının oluşturulmasında pozitif bir etki yaratmıştır. Çünkü Web 2.0 internetin daha bireysel bir hale gelmesine önayak olmuştur. Web 1.0'ın "Web 2.0'a göre en önemli avantajı, stabil web sayfalarından oluşmayıp, kişilerin içerik yaratmalarına ve bunları paylaşmalarına olanak vermesidir (Bozarthe, 2010, s.11).

Sosyal medyanın tarihsel gelişimine bakıldığında ilk olarak 1989'da İngiliz bilgisayar bilimci Tim Berners-Lee'nin yüzyılın icadı World Wide Web'in (www), yani web'in keşfinden bahsetmek gerekmektedir. Web'i, hiper-metin dokümanlarının bir diğerine internet vasıtasıyla bağlandığı bir sistem olarak tanımlamak mümkündür. Video,

resim, metin gibi dokümanları içeren web sayfalarına web tarayıcısı ile ulaşmak mümkündür. Web'in ilk olarak kullanıma girdiği dönemi başlangıç olarak “web” kavramını üç ayrı döneme ayırabiliriz:

1) Web 1.0 Dönemi: 1989-2003 yılları arasındaki dönemdir. Tim Berners-Lee tarafından Web'in icat edilmesiyle bilgiye internet aracılığıyla ulaşmak mümkün olmuştur. Ancak bu dönemde internet sadece bilgileri araştırmak ve okumak için kullanıldığından dolayı kişiler arası bir etkileşim söz konusu değildir.

2) Web 2.0 Dönemi: 2004-2016 yılları arasındaki dönemdir. Sosyal bağlantılar aracılığıyla insanlar arasında etkileşimi getiren ve çift yönlü iletişim prensibinin ortaya çıktığı bir dönemdir. Sosyal medya sayesinde kişiler arası etkileşimin arttığı ve kullanıcıların bilgi aktarımına katkıda bulunduğu bir dönemdir. Bloglar ve sosyal medya platformları bu dönemde ortaya çıkmıştır.

3) Web 3.0 Dönemi: 2016'dan günümüze kadar olan dönemi kapsamaktadır. Bu dönem “semantik web” olarak da adlandırılmaktadır. Çeşitli uygulamalar, otomasyon ve entegrasyon arasındaki verilerin yeniden kullanılması anlamına gelmektedir. Makineler, kullanılan verileri özelliklerine göre tekrar kişilerin önüne getirmekte, kişiselleştirme önem kazanmaktadır (Choudhury'den aktaran Yenice, 2017, s.4).

Son yıllarda günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiş olan sosyal medya, yeni medyanın başlıca unsurlarından birisidir. Kullanıcı sayısı giderek artan sosyal medya, zamanla yeni medya kavramının önüne geçmiş, hatta onun yerine de kullanılır olmuştur. Bir başka söylemle, yeni medya denildiğinde akla ilk olarak sosyal medya kavramı gelmektedir. Bununla birlikte, yeni medyanın sunduğu hizmetlerden birisi olan sosyal medyanın yeni medya kavramının yerini almasının doğru olmadığı da kimi uzmanlar tarafından ifade edilmektedir. Bu itiraz haksız da değildir. Çünkü yeni medya, dijital ortamda varlık gösteren her şeyi ifade eden bir teknoloji olarak karşımıza çıkarken, sosyal medya ise yeni medyanın birçok özelliğini bünyesinde barındıran, onun en büyük ve en etkin parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni sağladığı imkânlarla medya, kullanıcılarına paylaşım yapabilme hakkı vermektedir. Oysa hala gelişimini devam ettiren sosyal medya ve onun interaktif bileşenleri, kullanıcılarına yorum yapma, yanıt verme, eleştirme, bilgi ilave etme ve bilgiyi değiştirme olanağı vermektedir (Aldemir, 2019, s.67).

Sosyal medya platformlarında kullanıcılar, sınırlandırılmış sistemde kendi profillerini oluşturarak aynı sistem içerisinde başka kişiler ile bağlantı kurabilmektedir. Bununla birlikte, diğer kullanıcıların dahil olduğu birbiriyle bağlantılı listeleri de görme imkanı olan kullanıcılar, bu kişilerden dilediklerini de takip edebilmektedir. Sosyal medyada kullanıcılar hem alıcı hem de verici olabilme imkânına sahip olmaktadır. Bir başka deyişle, hem gönderi oluşturabilmekte, hem de başkalarının gönderilerini alabilmektedir. Etkileşim imkânının yüksek olması, eş zamanlılık ve kendi topluluklarını oluşturabilme gibi bazı ayrıcalıklar sosyal medyayı kısa sürede dünya çapında popüler hale getirmiştir.

2.3. Sosyal Medya Araçları

Kişilerin bilgi, tecrübe, ilgi, enformasyonlarını kısa süre içinde, hızlı bir şekilde paylaşabilmesine olanak tanıyarak etkileşim sağlayan web siteleri ve çevrimiçi araçlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır. Yeni teknolojiler sayesinde her geçen gün yeni sosyal medya araçları da kullanıma girmektedir. Bu nedenle sosyal medya araçları çağımızın tüm olanaklarını bünyesinde barındırmaktadır.

Özellikle son yıllarda mobil cihazların kullanımındaki artış sosyal medya araçlarının kullanımını artıran en önemli faktördür. Çünkü mobil cihazlar sayesinde sosyal medya araçları mekân ve zaman sınırlamasından bağımsız olarak kişiler tarafından kolayca ulaşılabilme olanağına sahiptir. Kişiler kendi kişisel bilgilerini kullanarak sosyal medya sitelerinde kendi kişisel profillerini oluşturabilmektedirler.

Böylece bu sitelerde kendi arkadaşlarının kişisel profillerine bakabilmekte, onları kendi profiline davet edebilmekte, karşılıklı olarak mesaj gönderimi yapabilmekte, ses, yazı, video ve fotoğraf paylaşımı yapabilmektedirler. Sosyal medyanın esas amacı kişilerin ilgili ve katılımcı olmasını özendirmek ve katılımcı olmalarını sağlamaktır (Sayımer, 2008, s.123).

Sosyal medya araçları günümüzde sadece iletişim kurmak amacıyla kullanılmamaktadır. Kişiler sosyal medya araçları aracılığıyla bilgi edinebilmekte, oyun oynayabilmekte, arama yapabilmekte, çeşitli uygulamalar üzerinden pek çok gereksinimini karşılayabilmektedir. Çok sayıdaki ihtiyaçlarına sosyal medyadan cevap bulabilmeleri nedeniyle başka vasıtalarla ihtiyaç hissetmemektedirler.

Universal McCann, temel sosyal medya platformlarını şöyle sınıflandırmıştır:

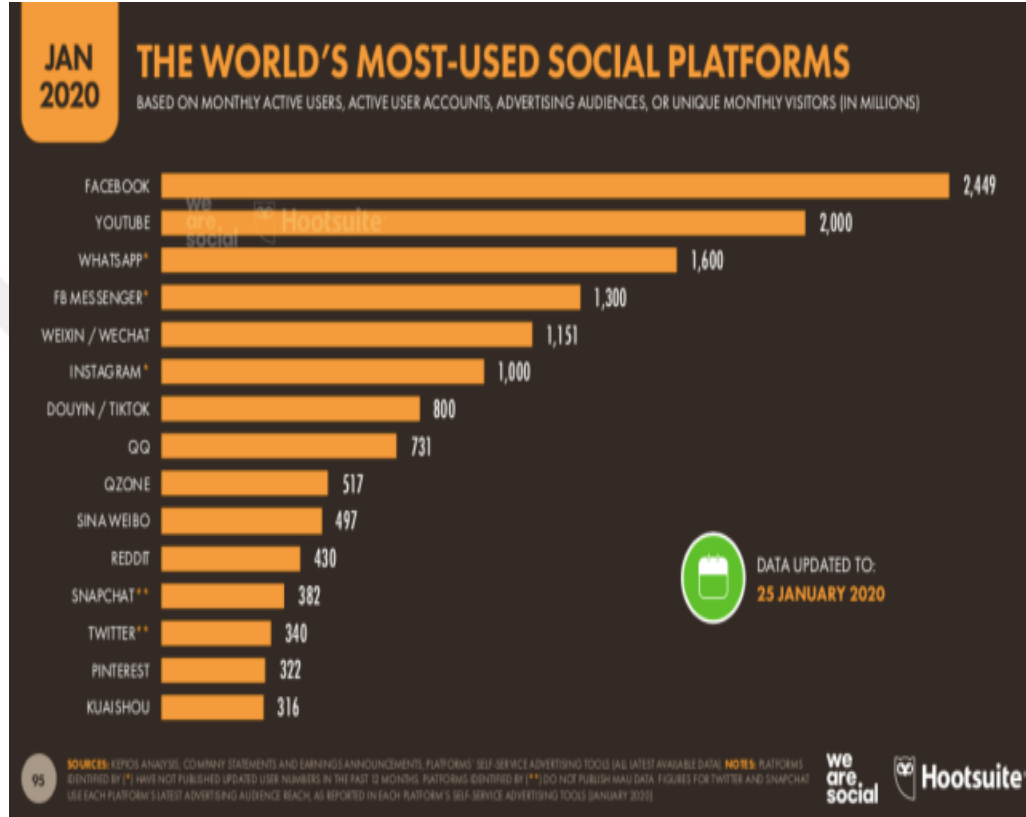
- Fotoğraf paylaşımı,
- Bloglar,
- Mikro bloglar,
- Widgetler,
- RSS,
- Sosyal ağlar,
- Sohbet odaları,
- Mesaj panoları,
- Podcastler,
- Video paylaşımından oluşmaktadır (Palabra, 2008: 11).

Sosyal medya araçları; bloglar, sosyal itibar ağları, sohbet odaları, tartışma forumları, podcast'ler, wiki'ler (Wikipedia gibi), lokasyona dayalı hizmetler, sosyal ağ siteleri (Myspace, bebo gibi), sosyal rehberler, sosyal imleme, webloglar, videocastler, facebook, içerik paylaşım siteleri gibi sosyal platformlardan oluşmaktadır (Sayımer, 2008, s.123).

Başlıca sosyal medya araçları arasında; Mikro blog olarak Twitter, fotoğraf paylaşım platformu olarak Instagram, sosyal ağ olarak Facebook, video paylaşım platformu olarak Youtube bulunmaktadır.

Şekil 2.1'de, We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayımladığı 2020 raporuna göre dünyadaki en popüler sosyal medya mecraları ve kullanıcı sayıları sıralanmıştır. En çok kullanıcısı olan uygulamaların sırasıyla; Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, QQ, QZone, Sina Weibo, Reddit, Snapchat, Twitter ve Pinterest olduğu görülmektedir. Kapalı sosyal ağlarda ise liderlik WhatsApp'ta olup, onu sırasıyla Facebook Messenger ve WeChat izlemektedir.

Şekil 2.1: Dünyanın en popüler sosyal medya mecraları



Kaynak: <https://wearesocial.com/digital-2020>

Sosyal medya araçları günümüzde farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Bu araçlar farklı kaynaklarda; özellikleri, kullanım amaçları ve sunduklarına göre farklı şekillerde ele alınmıştır. Tablo 2.1’de sosyal medya araçları, Cann vd. (2011) göre iletişim, işbirliği ve multimedya olmak üzere üç ana tema altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre; bloglar, mikrobloglar, konum uygulamaları, sosyal ağlar ve toplayıcılar “iletişim” kategorisine, konferans uygulamaları, wikiler, sosyal İşaretleme, sosyal kaynakça, sosyal haberler, sosyal dokümanlar ve proje yönetimi uygulamaları “İşbirliği” kategorisine, fotoğraf, video, canlı yayın, sunum paylaşımı ve sanal dünyalar uygulamaları ise “multimedya” kategorisine girmektedir.

Tablo 2.1: Sosyal medya araçlarının sınıflandırılması

KATEGORİLER		SOSYAL MEDYA ARAÇLARI ÖRNEKLERİ
İLETİŞİM	Bloglar	Blogger, Live Journal, TypePad, WordPress
	Mikrobloglar	Twitter, Yammer, Google Buzz
	Konum	Foursquare, Gowalla, Facebook Places
	Sosyal Ağlar	Facebook, LinkedIn, MySpace
	Toplayıcılar	Google Reader, Netvibes, Pageflakes, iGoogle
İŞ BİRLİĞİ	Konferans	Adobe Connect, GoToMeeting, Skype
	Wikiler	PBworks, Wetpaint, Wikia
	Sosyal İşaretleme	Delicious, Diigo, BibSonomy
	Sosyal Kaynakça	CiteULike, Mendeley
	Sosyal Haberler	Digg, Reddit, Newsvine
	Sosyal Dokümanlar	Google Docs, Dropbox, Zoho
	Proje Yönetimi	Bamboo, Basecamp, Huddle
MULTİMEDYA	Fotoğraflar	Flickr, Picasa, SmugMug
	Video	Viddler, Vimeo, YouTube
	Canlı Yayınlar	Justin.tv, Livestream, Ustream
	Sunum Paylaşımı	Scribd, SlideShare, Sliderocket
	Sanal Dünyalar	OpenSim, Second Life, World of Warcraft

Kaynak: Cann vd., 2011

Geniş bir perspektiften bakıldığında sosyal medya araçlarının fonksiyonları itibariyle farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların tespit edilmesi, kişilere hangi platformu kullanacağı konusunda yardımcı olmaktadır. Örnek vermek gerekirse; Twitter kısa mesajları, Facebook ise uzun mesajları hedef kitleye ulaştırmak için daha uygun bir platformdur. Video paylaşım istenildiğinde ise YouTube gibi video paylaşım platformları daha uygun bir seçenektir. Bu nedenle sosyal medya seçimi hedef kitleye ulaştırılacak materyallere bağlı olarak değişmektedir (Altunbaş, 2014, s.47).

Belli uzunluktaki videolar Twitter ve Facebook'ta da paylaşılabilir. Öte yandan Twitter ve Facebook'ta grafik gibi bazı yöntemler kullanılarak belli uzunluktaki metinler de yayınlanabilir.

2.4. Siyasal İletişim ve Sosyal Medya

İnternetin yaygınlığının tüm dünyada artmasına paralel olarak akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarların yoğun bir şekilde kullanılmaya başlaması, siyasal iletişim sürecinde de değişikliklere yol açmıştır. Böylelikle siyasal iletişim kampanyalarında sosyal medya aktif olarak kullanılmaya başlamıştır. Siyasal partiler, siyasal liderler ve adaylar seçmenlere ulaşmak için son dönemde geleneksel medya araçları ile birlikte sosyal medya araçlarını tercih etmektedir (Gökdemir ve Göksu, 2015, s.1).

Sosyal medya, hayatımıza yeni medya teknolojileri ile birlikte giren bir kavram olup, günümüzde sadece duygu, düşünce, fotoğraf ve video paylaşımından ziyade, herhangi bir fikir etrafında toplanabilmeyi sağlayan örgütleyici bir özelliğe de sahip bulunmaktadır. Sosyal medya temel iletişim düzeninde değişikliğe yol açmakla birlikte, yönetilenler tarafından yönlendirilen toplum anlayışında da değişiklik yaratmıştır.

Yeni medyanın ana unsurlarından olan sosyal medyanın günümüzde siyasi kampanyalarda yoğun ve etkin bir şekilde kullanılmasında geleneksel medya organlarına göre sunduğu avantajların rolü büyüktür. Bu avantajları şöyle sıralamak mümkündür:

- Geleneksel medya organlarına göre sansür imkânının zor olması
- Veri ve arşiv olanakları
- Maliyet açısından sunduğu olanaklar
- Yaygınlık
- Katılım
- Geri bildirim
- Bilgiye erişim ve iletim
- Yönetenlerin denetlenmesi

Sosyal medyanın çift taraflı olma özelliği, yani interaktiflik, kullanıcılar için önemli bir avantaj sunmaktadır. Bu platform sayesinde yurttaşlar, daha önceleri televizyon kanalları, gazeteler ya da mitinglerde görebildikleri siyasi liderler ve parti temsilcilerine kolayca ulaşabilme imkânına kavuşmuşlardır. Bu durum, kişilerin öneri

ve taleplerinin siyasilere kolayca ulaştırılmasında önemli bir açığı tamamlamıştır. Siyasi parti temsilcileri de böylelikle halk toplantıları veya mitinglerde temas edebildikleri seçmen kitleleriyle sanal ortamda da olsa iletişim engeli olmaksızın temas kurabilmelerinin yolunu açmıştır. Sosyal medyanın asıl avantajlarından birisi de eş zamanlı olarak bilgi ya da görsel paylaşımına izin vermesidir. Bu da zaman mefhumunun kıymetli olduğu günümüzde iletilerin karşılıklı ve hızlı bir şekilde gönderilmesine olanak tanımaktadır.

Sosyal medyanın bir başka önemli özelliği ise kullanıcıların kendi topluluklarını kurabilme hakkına sahip olabilmesidir. Böylece sosyal medyada oluşturulan topluluklar birbirlerini etkileyerek var olan kanallar aracılığı ile bilginin yayılmasını ve kendilerine özel alanlar yaratılmasını sağlamaktadır. Sosyal medya, interaktiflik özelliği ise gerçek bir iletişim ortamının oluşmasına önayak olurken, bu özelliğin olmaması dolayısıyla geleneksel medya araçları iletişim yerine iletim işlevini yerine getirmiş olmaktadır. Sosyal medyanın siyasal iletişime kazandırdığı asıl özellik ise kullanıcıların kendi içeriklerini üreterek kendi medyalarını oluşturabilme hakkına sahip olmalarıdır. Siyasal iletişimde medyanın rolünün ne denli önemli göz önüne alındığında, siyasal partilerin ve adayların bir medya organına düşük maliyetlerle sahip olabilmesinin ifade ettiği anlam daha net ortaya çıkacaktır (Lachapelle, 2003, s.89).

Sosyal medyanın etkin olarak kullanıldığı seçimlere 2008 ABD Başkanlık Seçimleri gösterilebilir. Bu seçimlerde Barack Obama özellikle Twitter ve Facebook üzerinden başarılı bir kampanya yürütmüş ve başarıya ulaşmıştır. Barack Obama'nın sosyal ağları kullanarak yürüttüğü başarılı kampanya, adeta dijital devrim olarak nitelendirilmiştir. Obama Twitter ve Facebook'un yanı sıra 16 ayrı sosyal ağ platformunda kendini tanıtmış ve bu sayede özellikle genç kuşağa hitap etmeyi başarmıştır. Obama sosyal ağlar sayesinde asıl gücün seçmende olduğunun mesajını vermiş ve bu mesajın seçmenler tarafından fark edilmesini sağlamıştır.

Ülkemizde de siyasal iletişim kampanyalarında sosyal medyanın kullanım oranı gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle halkın ilk kez Cumhurbaşkanı seçiminde oy kullandığı 2014 seçimleri buna en iyi örnektir. Gerek dönemin Başbakanı ve Cumhurbaşkanı adayı Recep Tayyip Erdoğan, gerekse karşıdaki adaylar ve partiler propaganda amaçlı olarak bu seçimlerde sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmışlardır.

Sosyal medya, 21. yüzyılın en büyük halk hareketlerinden biri olan Arap Baharı sürecinde, kitlelerin bir araya gelerek organize olması konusunda önemli rol oynamıştır. Bu süreçte geleneksel medyanın sansürlenmesi nedeniyle gelişmeler sosyal medya üzerinden tüm dünyaya duyurulmuş ve uluslararası medyanın dikkatinin bu konuya dikkatinin çekilmesi sağlanmıştır.

Ülkemizde ise 2013 yılında meydana gelen Gezi Olaylarında sosyal medya etkin bir şekilde kullanılmıştır. Gezi Olayları sosyal medyanın siyasetle olan ilişkisinin fazlasıyla hissedilmesine yol açmıştır. Kitleler Gezi Olayları sırasında büyük oranda sosyal medya üzerinden, özellikle de Twitter'dan iletişim kurarak örgütlenmiş ve yurt çapında gösteriler düzenlemiştir. Açılan sahte hesaplar bu dönemde her ne kadar artış göstermiş olsa da, yaşananlar, toplumsal olaylar karşısında sosyal medyanın önemini göstermiştir. Bu anlamda Gezi Olaylarındaki sosyal medya kullanımı, bu platformda dolaşan bilginin ne denli dezenformasyona açık olduğunu gösteren iyi bir örnektir.

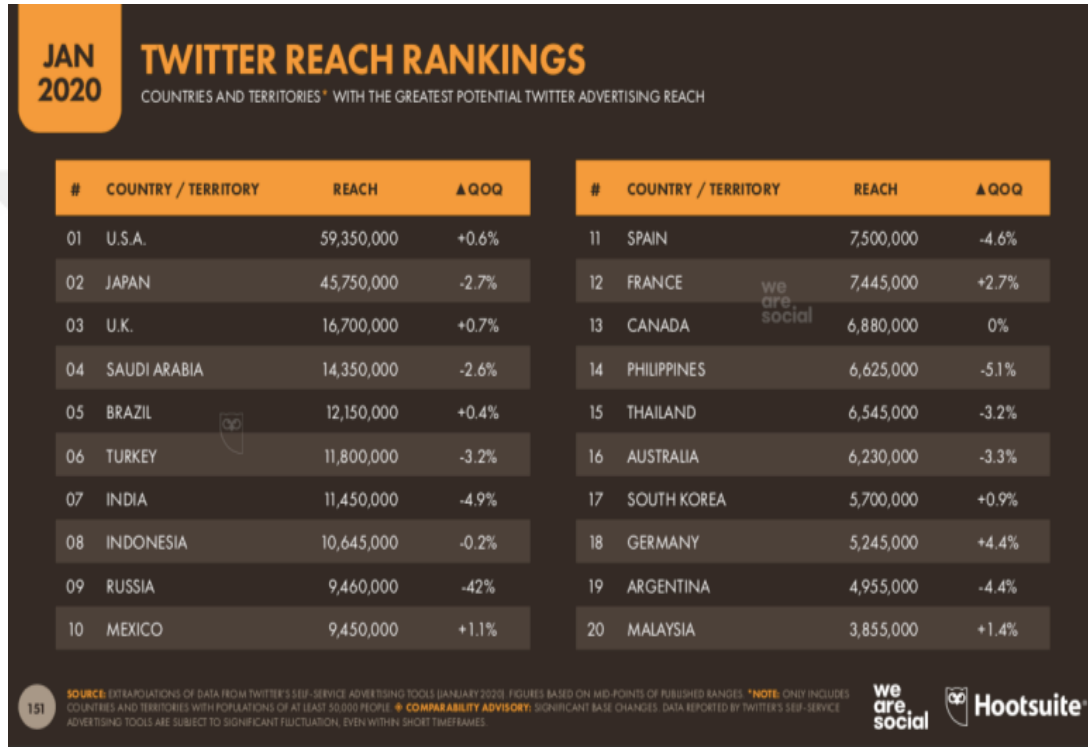
2.5. Sosyal Medya Ortamı Olarak Twitter

Twitter, 2006 yılında Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından geliştirilen, günden güne kullanıcı sayısını artıran popüler Web 2.0 teknolojilerinden birisidir. Twitter'da kullanıcılar, bilgilerini, duygularını, düşüncelerini veya ne yaptıklarını anlık olarak 280 karakterle paylaşabilmektedir. Kullanıcıların gönderdiği tweetler kendi profillerinde yayınlanmakta olup, takipçileri tarafından görüntülenmektedir. Twitter ilk kurulduğunda 140 karakterlik metin kullanıma izin verirken, 2017 yılında yapılan değişiklikle karakter sınırlaması 280'e yükseltilmiştir. Kişilerin ifade ve durumlarını metin ile aktarılması, karakter sınırının olması mikroblog olma özelliğini, takipçiler aracılığı ile ağ içinde yayılması ise sosyal ağ olma özelliğini ortaya koymaktadır. Twitter'ın 280 karakterlik paylaşım sınırının bulunması hız ve sadelik açısından diğer sosyal medya platformlarından ayrılmasına sebep olmaktadır. Programlama arayüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanakları sunması dolayısıyla, Twitter internet dünyasının SMS'i (kısa mesaj) olarak anılmaktadır (Arık, 2013, s.274-287).

Twitter'ın dünyadaki popülaritesi hızla düşmekle birlikte en etkili sosyal mecralar arasında yer almaya devam etmektedir. Twitter'ı dünyada en çok kullanan ülkelerin

başında 59 milyon 350 bin kullanıcıyla Amerika Birleşik Devletleri yer alırken, onu 45 milyon 750 bin kullanıcıyla Japonya, 16 milyon 700 bin kullanıcıyla İngiltere takip etmektedir. Listede Türkiye ise 11 milyon 800 bin kullanıcıyla 6'ncı sırada bulunmaktadır. Şekil 2.2'de We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayımladığı 2020 İnternet Kullanımı, Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri Raporuna göre dünya ülkelerinin Twitter kullanıcı istatistikleri yer almaktadır.

Şekil 2.2: 2020 yılı Dünya ülkeleri Twitter kullanıcı istatistikleri

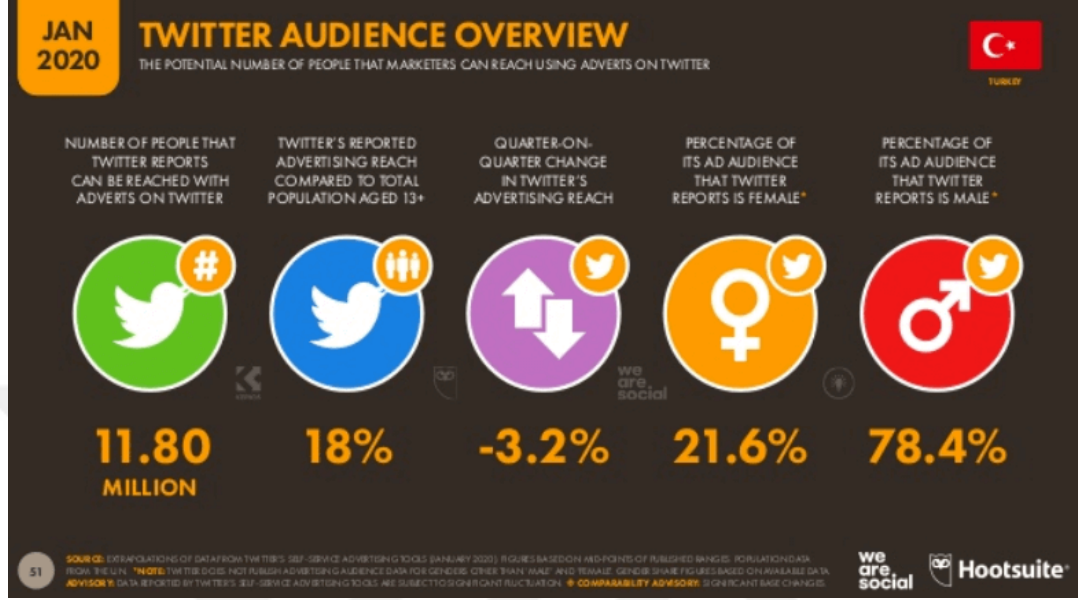


Kaynak: <https://wearesocial.com/digital-2020>

Twitter'ın tüm dünya ülkeleri arasında 11 milyon 800 bin kullanıcıya sahip olması Türkiye'nin bu sosyal medya aracına verdiği önemi göstermektedir. Twitter'ın tüm dünyadaki kullanıcı sayısının 2020 itibarıyla 340 milyon olduğu göz önüne alındığında, bu platformun Türkiye açısından önemi de rakamsal olarak görülmektedir. 2020 yılının istatistiklerine göre, Türkiye'deki Twitter kullanıcı sayısının %3 civarında düştüğü görülse de, dünyada 6'ncı sıradaki, Avrupa'da ise 2'nci sıradaki yerini muhafaza etmektedir. Şekil 2.3'te We Are Social ve Hootsuite'in

2020 raporunda Türkiye'deki Twitter kullanıcılarının yüzde 78,4'le büyük bir bölümünün erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Şekil 2.3: 2020 yılı Türkiye Twitter kullanıcı istatistikleri



Kaynak: <https://wearesocial.com/digital-2020>

Twitter kullanıcılar tarafından bir ok farklı nedenden dolayı tercih edilmektedir. Bu durum Twitter'ın geniş içeriğe ve farklı işlevlere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenleri şöyle sıralamak mümkündür:

- **Bağlantı Kurmak:** Twitter kullanıcılarının sesinin tüm dünyada duyulmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra, insanlarla bağlantı kurmak ve topluluğun bir parçası olmak Twitter'ın sunduğu avantajlardandır.
- **Kayıt Yapmak:** Pek çok kişi yaşamlarına ilişkin önemli olayları ve konuları kayıt altına almak amacıyla Twitter'ı tercih etmektedir. Kayıt altına alınan şey bazen bir turistik gezi olabileceği gibi bazen de bir arkadaş buluşması olabilmektedir. Kişiler Twitter aracılığıyla anılarını canlı tutma olanağına sahip olabilmektedir.
- **Paylaşım Yapmak:** Pek çok insan düşündükleri, okudukları ve öğrendiklerini takipçileriyle paylaşma isteğiyle Twitter kullanmaktadır.

Paylaşılan içerik bazen bir makale, bazen ilginç bir öge, bazen de orijinal bir düşünce olabilmektedir.

- **İletişimde Kalmak:** Günümüzde çevrimiçi olmak olarak adlandırılan bu düşünce ile kişiler aile, arkadaş ya da iş çevreleri ile iletişim halinde olmayı tercih etmektedirler. Bu gruplara gönderilen açık ya da özel notlar Twitter tarafından muhafaza edilmektedir.

Kullanıcıların birbirlerine iletiler göndermesine ve ileti almasına olanak tanıyan Twitter bir mikroblog olarak tanımlanmaktadır. Presley Ifukor (2010, s.400) mikroblog; e- postanın, SMS'in, blog'un ve anında mesajlaşmanın en iyi özelliklerini alan bir kombinasyon olarak nitelendirmektedir. Ancak Twitter mikrobloglara benzerlik göstermekle birlikte daha küçük bir blogdur. Her ikisinin ortak özellikleri ise; çabuk yayılmaları, metine dayalı kısa mesajlar olmaları, devamlı güncellenmeleri, asenkron olmamaları, isteğe göre görülmeleri, istenildiğinde ulaşılabilir olmaları, internette ya da arama motorlarında aranabilmeleridir (Jansen vd., 2009, s.2169).

Hedefini; “herkese, hiçbir engelle karşılaşmadan fikir ve bilgi üreterek bunları anında paylaşma gücü sağlamak” olarak belirten Twitter, Oxford İngilizce sözlüğüne tweet kelimesiyle girmiş ve böylece akademik değere de sahip olmuştur. Gökgül'e (2016, s.69) göre Tweet kelimesi sözlükteki yerini; “Sosyal ağ hizmeti olan Twitter üzerinde yapılan bir paylaşım” tanımlamasıyla almıştır. Twitter'ın, içinde doğduğu teknoloji ile birlikte sosyal medyanın şeklini ve amacını dönüştürmesi, sosyal medya kavramını daha da tartışmalı yapmıştır.

2.6. Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter

Siyasi aktörler günümüzde hedef kitlelerini ikna etmek için günümüzde siyasal iletişim kampanyalarında geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da aktif bir şekilde kullanmaktadırlar. Twitter ise bu sosyal medya araçlarının başında gelmektedir. Siyasal iletişim kampanya ve faaliyetlerin yoğun olarak yürütüldüğü bir mikroblog olan Twitter, bazı özellikleriyle diğer sosyal medya araçlarından ayrılmaktadır. Twitter, kullanıcılarına; 280 karakteri aşmamak sadece metin, fotoğraflı metin ve video paylaşabilme imkânı sunmaktadır. Yüklenecek videolar maksimum 512 mb, yani 2 dakika 20 saniye uzunluğunda olmalıdır. Bunun yanı sıra kullanıcılar, periscope altyapısını kullanarak canlı yayın yapabilme imkânına sahiptir. Karşılıklı

yorum yapabilmek, beğeni alabilme, retweet edebilme gibi imkânlar sunması Twitter’a diğer sosyal medya mecralarına kıyasla önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Günümüzde siyasal iletişimin önemli bir parçası olan Twitter seçim kampanyalarında; kampanyacılar, lobiciler, şirketler, sivil toplum kuruluşları ve aktivistler tarafından kendi mesajlarını yaymak ve seçmenlerle veya müşterilerle bağlantı kurmak ve onlarda geribildirim almak amacıyla kullanılmaktadır. Sosyal medyanın gücünün siyasi alanda iyiden iyiye hissedildiği bu dönemde Twitter’ın siyasetçileri hedef kitleleri ve partilileri ile sanal ortamda bir araya getirebilme özelliği, Twitter’ın önemli bir politik araç haline gelmesini sağlamıştır. Siyasetçiler bu ortamı kullanarak karşılıklı etkileşimle (interaktif) kamuoyu tepkisini ölçümleyebilmektedirler. Siyasetçilerin bir telefon ya da bilgisayar kadar kendilerine yakın olması ve karşılıklı iletişim kurabilme imkânı, Twitter’ın siyasal iletişimdeki gücünü her geçen gün daha da artırmaktadır. Bir miting yapmak ve hedef kitleyi bu miting alanında fiziksel olarak bir araya getirmenin zorlukları düşünüldüğünde siyasilerin Twitter gibi bir platformdan milyonlarca insana seslerini duyurabilmelerinin günümüzde ne denli önemli olduğu anlaşılabacaktır. Üstelik Twitter’da buluşmak için seçmenden randevu talep etmeye bile gerek yoktur. Siyasetçinin hedef kitlesiyle etkileşimi bu ortam sayesinde 7 gün 24 saat mümkün olabilmektedir.

Ancak, Twitter’ın bir siyasal iletişim aracı olarak siyasetçiler tarafından kullanılması belli sorunları da beraberinde getirmiştir. Örneğin; seçmenlerin Twitter üzerinden sorduğu soruya cevap alamaması, yüz yüze iletişimdeki gibi sıcak bir ortamın söz konusu olmaması, siyasetçilerin Twitter’da fazla vakit geçirememesinden dolayı iletişimin çoğu zaman tek yönlü olması, siyasetçilerin sosyal medya hesaplarının kendileri yerine danışmanları tarafından kullanılması, takip edilen liderin seçmenini takip etmemesi gibi durumlar çoğu zaman bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal iletişim kampanya ve faaliyetlerin yoğun olarak yürütüldüğü bir mikroblog olan Twitter, bazı özellikleriyle diğer sosyal medya araçlarından ayrılmakta ve günümüz siyasal iletişim süreçlerine üç noktada etki etmektedir. Bunları; “fırsat eşitliği”, “organize olma gücü” ve “izleme ve “veri gücü” olarak belirtebiliriz (Eren, 2015, s.22-29).

Siyasal aktörlerin Twitter'ı yoğun bir şekilde kullanması bugüne dek merak edilmiştir. Konuya ilişkin yapıla çeşitli araştırmalarda siyasetçileri Twitter'ı bilgilendirme, etkileşim, hareketlilik ve kampanya ile bütünleşme gibi amaçlarla kullandıklarını ortaya koymuştur. Devlet başkanları ve diğer üst düzey devlet adamlarının Twitter'ı kullanım nedenleri ise şöyle açıklanmıştır (Katz vd., 2013, s.88):

- Kamuoyuna karşı duyarlı gözükmek için imajlarını iyileştirme isteği,
- Sosyal medyanın görünürlüğünü kullanarak dikkat çekmek ve potansiyel seçmenlere ulaşmak,
- Yönetimin bakış açısını savunmak,
- Destekçilerini harekete geçirmek,
- Eleştiri yapmak.

Seçimlere katılan adayların diğer sosyal medya mecralarına nazaran neden Twitter'ı daha çok tercih ettikleri konusu da merak edilen konular arasındadır. Adaylar; kendileriyle, seçimin gidişatıyla, siyasal programlarıyla, rakipleriyle, faaliyetleriyle ilgili bilgi paylaşmak ve seçmenlerin dikkatini çekerek siyasi tercihlerini etkilemeye çalışmak amacıyla Twitter'ı tercih etmektedirler. Twitter seçim kampanyalarında ise; siyasal pazarlama, mobilizasyon, diyalog, karşılıklı çekişme, siyasal reklam, muhalefete yönelik eleştiri, adaya destek, adayla dalga geçme ve oy tercihini açıklama gibi işlevler görmektedir.

Twitter'ın kendine has bazı özellikleri ve bir dili bulunmaktadır. Bu özellikler şunlardır:

TT (Trend Topic): Twitter'da anlık olarak en çok bahsi geçen 10 konunun yer aldığı ve kısaca TT olarak adlandırılan bölümdür. Ülkelerin kendine özgü bir TT listesi olabileceği gibi global TT listesi de olabilmektedir. TT listesinde yer alan etiketleri (hashtag) takip edip bu etiketi kullanarak tweet paylaşılması durumunda o an aynı etiketi içeren tweet atan bütün kişilerin kapsamına girilmiş olmaktadır.

RT (Retweet): Bir kişinin kendi Twitter hesabından başka birine ait tweeti paylaşmasına Retweet adı verilmektedir.

DM (Direct Message): Bir kişinin, kendi hesabından herkesin görebileceği bir mesaj yerine, ilgili kişinin görebileceği şekilde paylaştığı mesajlara “DM” yani Direct Mesaj adı verilmektedir.

Mention: Sembolü “@” olan mention kelimesinin Türkçe karşılığı bahsetmek veya 'söz etmektir'. Hesabınızdan attığınız tweete başka bir kullanıcının profilini de etiketleme yöntemidir. Önce sembolü, sonra mesaj gönderdiğiniz kişinin ismini yazdığınızda hem ilgili kişi, hem de başkaları gönderilen mesajı görebilmektedir.

Hashtag: Sembolü “#” olan hashtag’in Türkçe anlamı etikettir. Önünde # sembolü kullanılarak oluşturulan mesajlara veya kelime gruplarına hashtag ismi verilmektedir. Twitter’da bir konuyla ilgili başlık aramak ya da oluşturmakta kullanılmaktadır. Bu özellik sayesinde aranılan bir konu bulunabileceği gibi doğru kitleyle iletişim kurulabilmektedir.

Flood: Twitter’da birbirinin devamı niteliğindeki tweetlerin paylaşımına 'flood' ismi verilmektedir. “Tweetle” kısmına eklenen “artı” tuşuna basarak flood oluşturmak, yani çoklu paylaşım yapmak mümkündür.

Emoji: Twitter’da veya diğer sosyal medya araçlarında insanların duygularını karşı tarafa iletmek adına kullanmış oldukları imgelerdir (https://www.brandingturkiye.com_10,02.2021).

2.7. Siyasi Aktörlerin Twitter Kullanımı

Twitter, son dönemde özellikle siyasetçiler tarafından tercih edilen sosyal medya platformlarından birisidir. İktidardaki siyasetçiler icraatlarını, uygulamalarını kamuoyu ile paylaşmak ve bunlara kamuoyunun onayını almak, ya da bu uygulamalardan geribildirimler edinmek amacıyla Twitter’ı tercih etmektedir. Muhalefette bulunan siyasetçiler ise iktidara geldiklerinde gerçekleştirecekleri vaatleri paylaşmak ve iktidarın uygulamalarına yönelik eleştirilerde bulunmak için Twitter’ı kullanmaktadırlar. Twitter deyim yerindeyse son zamanlarda iktidarıyla, muhalefetiyle bir ‘iç dökme’ platformu olmuştur. Öyle ki, daha önceleri medya ve kamuoyu ile paylaşmak istedikleri bazı konular için basın toplantısı düzenleyen siyasetçiler, bunun yerine mesajlarını Twitter’dan iletmeyi tercih etmektedirler.

Siyasetin doğasında bulunan polemikler ise yine çoğunlukla Twitter üzerinden yapılmaktadır. Özellikle sokaktaki vatandaş olarak tabir edilen seçmenler, sadece seçim dönemlerinde değil, normal bir kamanda bile Twitter’da karşısında siyasetçileri bulabilmektedir. Vatandaşlar siyasetçilere bu sosyal medya platformu üzerinden eleştiri ve desteklerini iletebilmektedirler. Tabii ki siyasetçiler de birbirleriyle ya da farklı kişilerle Twitter üzerinden polemige girebilmektedir. Yaşanan bu polemikler zaman zaman ana akım medyanın gündemini oluşturabilmektedir. Bu özelliği ile Twitter bir anlamda medya için haber kaynağı özelliği taşımaktadır.

Dünya siyasetinde birçok başkan, başbakan, bakan, parti yöneticisi, politikacı ve milletvekili Twitter’ı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bunun sebebi, hedef kitlelerinin, yani seçmenlerin büyük bölümünün de bu sosyal ağı kullanmasıdır. Siyasetçiler bu platform sayesinde daha fazla kitleye ulaşabileceklerini düşünmektedir. Çünkü siyasette sahaya, sokaklara inmek, halkın nabzını tutmak, onlara dokunmak sembolik olarak büyük önem taşımaktadır. Aslında seçmenle doğrudan temasa geçmenin en etkili yöntemi de budur. Seçim dönemlerinde yoğun bir programa uymak zorunda olan siyasetçiler ise birebir iletişimin mümkün olabildiği mitingleri zamanları elverdiği ölçüde gerçekleştirebilmektedirler. Her ne kadar birebir temasa imkân vermese de Twitter’da bir seçim mitingini aratmayan ortam oluşabilmektedir. Bunu da canlı yayın özelliği ve karşılıklı etkileşime imkân tanınması sayesinde gerçekleştirebilmektedir. Twitter’ın siyasetçiler açısından seçmenlere ulaşabilmenin bir aracı olduğunu Türkiye 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanı seçimlerinde yakından görme şansı bulmuştur. Saadet Partisi Genel Başkanı ve Cumhurbaşkanı Adayı Temel Karamollaoğlu’nun birçok kentte yaptığı e-mitingler Twitter’ın yanı sıra YouTube, Facebook ve Instagram üzerinden canlı olarak yayınlanmıştır.

Özetle belirtmek gerekirse; günümüz siyasetçileri, sunduğu pek çok imkan dolayısıyla sosyal medyayı siyaset alanına entegre etmeyi başarabilmişlerdir. Deyim yerindeyse yeni miting alanı sosyal platformlar olmuştur. Günümüzde artık bir tweet ile ulaşılan kişi sayısı, bir mitingde ulaşılan kişi sayısından çok daha fazla olabilmektedir. Özellikle Twitter artık siyasi aktörlerin ve kamuoyunun vazgeçilmez siyasi iletişim araçlarından birisidir (Sütçü vd, 2013, s.167).

Bir sosyal medya platformu olarak Twitter Türkiye’de 2009-2010 yıllarında yaygınlaşmıştır. Bu yıllarda özellikle milletvekillerinin Twitter hesapları binlerce kişi tarafından takip edilmeye başlanmıştır. O dönemin siyasi aktörlerinden 11. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül Twitter’ı aktif olarak kullanan isimler arasında yer almıştır. Özellikle 2009 yerel seçiminde belediye başkan adayları ile parti gençlik kollarının sosyal medyayı yoğun olarak kullanmıştır. Siyasi aktörlerin sosyal medyayı 2011 genel seçimlerinde aktif olarak kullandıkları gözlemlenmiştir. (Yeniçeri, Alemdar ve Köker, 2011, s.239).

Bayraktutan ve arkadaşlarının (2014, s.59), 2011 genel seçimlerindeki sosyal medya kullanımına dair yaptıkları araştırmada, politik aktörlerin sosyal medyanın “etiketleme” ve “bahsetme” fonksiyonlarının yeterince kullanılmadığını tespit etmişlerdir. Ana akım medyada yeterince yer bulamayan, görece küçük partiler ve bu partilerin siyasi aktörleri için alternatif bir ortam yaratmaktadır. Özellikle seçim barajını aşamayan ve TBMM’de grup kuramayan partilerin Twitter’ı aktif olarak kullandıkları ve platformun onlar için Twitter önemli bir kamusal alan haline geldiği görülmektedir. Küçük partilerin seçim barajı sorunu yaşamaları ve buna bağlı olarak devlet yardımı alamadıkları için sosyal medyayı aktif olarak kullanmayı seçmektedirler. Ana akım medyanın çoğunlukla iktidar ve ana muhalefet partilerine söz hakkı tanınması ve kendi imkânları ile medyada yer almanın maliyetli olması da küçük partilerin sosyal medyaya yönelmelerinin nedenleri arasında bulunmaktadır. Saadet Partisi (SP) Genel Başkanı ve Cumhurbaşkanı adayı Temel Karamollaoğlu’nun 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği genel seçimleri öncesinde bir e-mitingde sarf ettiği, “Medya padişahınsa sosyal medya bizimidir” şeklindeki sözleri ana akım medyaya yönelik bir eleştiri niteliği taşımakla birlikte, sosyal medyanın siyasi aktörler tarafından etkin bir şekilde kullanıldığını göstermektedir.

Cumhurbaşkanı Erdoğan kadar etkin olmamakla birlikte CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener, Saadet Partisi Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu ve diğer partilerin genel başkanları da Twitter’ı etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. MHP lideri Bahçeli her gün paylaşım yapmak yerine birkaç gün ara ile flood şeklinde çoklu paylaşımlar yapmayı ve kamuoyuna mesajlarını iletmeyi tercih etmektedir. Bunun yanı sıra Cumhurbaşkanlığı Kabinesi’ndeki birçok bakan ve çok sayıda bürokrat da

Twitter'daki etkin kişiler arasında yer almaktadır. Siyasi liderler ve diğer aktörlerin paylaştığı tweetler içerik olarak; oy isteme, hizmetlerini duyurma, etkinliklerinden haberdar etme, eleştiri yapma, eleştirilere cevap verme, bayram ve özel gün kutlamaları, taziye, temenni ve toplumsal konularda mesaj verme şeklindedir.

2014 yerel seçimlerinde AK Parti (Adalet ve Kalkınma Partisi), CHP (Cumhuriyet Halk Partisi), MHP (Milliyetçi Hareket Partisi), ve HDP (Halkların Demokratik Partisi) seçim kampanyalarında Twitter ağırlıklı bir kampanya yürütmüşlerdir.

Ülkemizdeki siyasi aktörler arasında bir dönem Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı yapan Melih Gökçek Twitter'ı etkin bir şekilde kullanan isimler arasındadır. Gökçek öyle ki, ABD'li Marketing Association adlı bir kuruluş tarafından iki yıl üst üste "Dünyada Sosyal Medyayı En İyi Kullanan Belediye Başkanı" olarak seçilmiştir (<http://www.hurriyet.com.tr>, 02.02.2019).

Ülkemizdeki siyasi aktörler ve yöneticiler basın toplantısı düzenlemek yerine pek çok gelişmeyi ve değerlendirmeyi Twitter üzerinden yapmayı tercih etmektedirler. Buna en iyi örnek ise 2020 yılında baş gösteren ve ülkemizde de etkili olan Koronavirüs salgınında güncel Koronavirüs verilerinin Sağlık Bakanı Fahrettin Koca tarafından Twitter'dan sosyal medya aracılığıyla aktarılmasıdır.

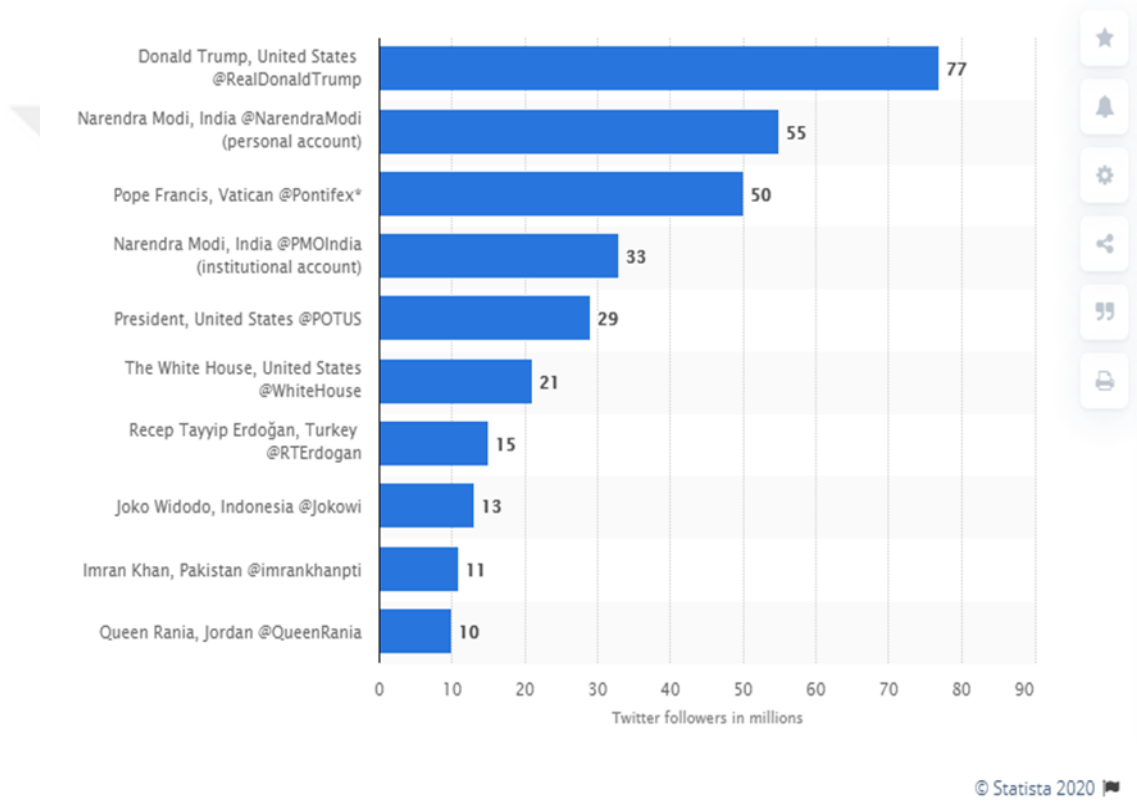
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan da Twitter'ı etkin kullanan siyasetçiler arasındadır. Dünya liderleri arasında 17 milyonun üzerinde takipçisiyle 7'nci sırada olan Erdoğan sadece seçim dönemlerinde değil günlük hayatında da sık sık bu platformdan mesajlarını paylaşmaktadır.

ABD Başkanı Donald Trump da Twitter'ı aktif olarak kullanan liderler arasındadır. Sosyal Medya Uzmanı Murat Dağıtmaç'a göre Trump, Twitter'ı "politik savaş aracı olarak değil, direkt savaş ve tehdit aracı olarak" kullanmaktadır. Dağıtmaç buna örnek olarak da Trump'ın Türkiye'ye yönelik yaptığı ve o dönemde döviz fiyatlarında yükselişe neden olan "dediğimi yapmazsan seni batırırım, ülkeni zora sokarım" sözlerinin yer aldığı Twitter paylaşımını vermektedir (www.aa.com.tr, 05.06.2020).

Trump bunun yanı sıra Kuzey Kore lideri Kim Jong-un'la da nükleer silahlarla ilgili polemik yaşamış ve kendisini Twitter aracılığı ile tehdit etmiştir. Trump ayrıca ABD'de 2020 Mayıs'ında siyahi bir vatandaşın ölümü ile başlayan olaylar nedeniyle

Twitter ile de Twitter üzerinden kapatma polemiği yaşamıştır. Twitter'ın, kullanıcılara "Başkan'ın mesajlarının doğruluğunu kontrol edin" şeklinde "teyit" uyarısı yapması sonrası Başkan Trump, "Sosyal medyaya çok sıkı düzenlemeler yapacağız ya da kapatacağız" açıklamalarında bulunmuştur. Twitter da buna karşılık olarak ABD Başkanı Donald Trump'ın bir mesajına erişimi, 'şiddeti yücelttiği' gerekçesiyle sınırlama getirmiştir. (www.sozcu.com.tr, 05.06.2020). Şekil 2.4'te dünya ülkelerinin liderlerinin Twitter istatistikleri bulunmaktadır.

Şekil 2.4: Nisan 2020 itibariyle Twitter'da en fazla takip edilen dünya liderleri



Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/281375/heads-of-state-with-the-most-twitter-followers/>

Twitter'ı en etkin kullanan Devlet Başkanı unvanına sahip olan ABD Başkanı Donald Trump'ın 3 Kasım 2020'de Joe Biden karşısında yenilgiye uğraması sonrasında bir dizi gelişme yaşanmıştır. Bu süreçte 20 Ocak 2021'deki başkanlık devir teslim töreni öncesinde 6 Ocak günü ABD Kongresi'ne Trump destekçileri tarafından baskın düzenlenmiştir. Kongre baskınında 5 kişi hayatını kaybetmiş ve bu olay günlerce dünya gündeminin ilk sırasında yer almıştır.

Bu gelişmeler yaşanırken Trump’ın, ABD’nin yeni başkanı Joe Biden’ın 20 Ocak’taki yemin törenine katılmayacağını duyurduğu mesajı da olmak üzere 8 Ocak tarihinde yazdığı iki mesajının Twitter yönetimince “şiddete övgü” niteliğinde olduğu değerlendirilmiştir. Twitter’ın güvenlik ekibinden yapılan yazılı açıklamada, “Trump’ın hesabından paylaştığı son mesajları ve bağlamalarını yakından inceledikten ve özellikle bu paylaşımların nasıl tepki aldığına baktıktan sonra, daha çok şiddeti kışkırtma riskinden dolayı, bu hesabı kalıcı olarak askıya aldık” ifadesi kullanılmıştır. (<https://www.ekonomist.com.tr>, 11.02.2021) Şekil 2.5’te Donald Trump’ın askıya alınan Twitter hesabı bulunmaktadır.

Şekil 2.5: Donald Trump’ın Twitter yönetimince kalıcı olarak askıya alınan hesabı



Kaynak: Twitter.com

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KORONAVİRÜS SALGINI

3.1. Toplumsal Kriz Olarak Koronavirüs Salgınının Ortaya Çıkışı

Koronavirüsün toplumsal olarak etkilerine geçmeden önce hastalığın kaynağına ve bazı tanımlamalara göz atmak gerekmektedir. Koronavirüs pandemisi (COVID-19) 31 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei eyaletine bağlı Wuhan kentinde ortaya çıkmıştır. Hastalık ilerleyen günlerde Wuhan kentinden Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer kentlerine ve tüm dünya ülkelerine yayılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 12 Ocak 2020'de yeni keşfedilen Koronavirüsü geçici olarak "2019-nCoV" olarak adlandırmıştır. DSÖ, 11 Şubat 2020 tarihinde ciddi akut solunum yolu hastalığına neden olan bu virüsü "Koronavirüs Hastalığı-2019 (COVID-19)" olarak isimlendirmiş ve küresel salgın anlamına gelen 'pandemi' olarak ilan etmiştir. COVID-19 ismi; 'Corona'nın co'su, 'virüs'ün vi'si ve İngilizce olarak hastalık anlamına gelen 'Disease'in d'sinden türetilmiştir (Karataş, 2002, s.3-15).

Bu araştırmada sıkça karşılaşılabilecek olan Pandemi veya pandemik hastalıklar ise bir kıtanın tümünde hatta tüm dünya yüzeyi gibi geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalıklara verilen isimdir. Pandemi ismi, eski Yunancada tüm anlamına gelen "pan" ile insanlar anlamına gelen "demos" kelimelerinden türetilmiştir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pandemi>, 12.02.2021).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından belirtildiğini göre (<https://www.who.int>, 13.02.2021), Koronavirüs (COVID-19), ateş, kuru öksürük ve yorgunluk gibi yaygın belirtilerle ortaya çıkan ve insandan insana bulaşan bir hastalıktır. Hastalığın daha az yaygın olan ve bazı hastaları etkileyebilecek diğer belirtileri; tat ve koku kaybı, burun tıkanıklığı, konjunktivit (kırmızı gözler olarak da bilinir), boğaz ağrısı, baş ağrısı, kas veya eklem ağrısı, farklı cilt döküntüleri, mide bulantısı ya da kusma, ishal ile titreme veya baş dönmesidir. Daha şiddetli belirtileri ise nefes darlığı, iştah kaybı, bilinç bulanıklığı, konfüzyon, yüksek sıcaklık (38°C'nin üzerinde) ve göğüste kalıcı ağrı veya basınçtır.

Büyük bir virüs ailesi olan Koronavirüsler, hayvanlarda veya insanlarda hastalığa neden olabilmektedir. Koronavirüsler insanlarda soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromuna (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromuna (SARS) kadar çeşitli şiddetli hastalıklara neden olmaktadır. Yeni Koronavirüs Hastalığına ise SARS-CoV-2 virüsü neden olur (<https://covid19.saglik.gov.tr>, 12.02.2021).

3.2. Koronavirüs Salgınının Toplumsal Etkileri

2019'un Aralık ayında Çin'de ortaya çıkarak 2020 yılında tüm dünyaya yayılan Koronavirüs salgını kısa sürede küresel bir sağlık sorunu hâline gelmiştir. Salgının süresinin uzaması ve etkili olduğu ülkelerin artması, etkilenen kişilerin sayısının da her geçen gün çoğalmasına yol açmıştır. Ağır fiziksel belirtilere yol açan virüs hem insan sağlığını hem de toplumsal yaşantıyı derinden etkilemiştir. Salgın çeşitli toplumsal etkilere yol açarken, insanoğlu ise hastalıkların biyolojik olduğu kadar toplumsal bir olgu olduğu gerçeği ile yüz yüze kalmıştır. Salgın kuşkusuz yayılım ve önlemler bakımından dünya ülkeleri açısından benzer sonuçlara yol açmışsa da farklı toplumsal yapılara farklı şekillerde yansımıştır. Bununla birlikte aynı toplumdaki sosyal-ekonomik belirleyiciler de farklı toplumsal tepkilere yol açmıştır.

Koronavirüs salgını ile küresel düzeyde mücadele için ülkeler çeşitli önlemler almak zorunda kalmışlardır. Alınan ilk önlem ise diğer ülkelerle ilişkilerin sınırlandırılmasıdır. Bu nedenle sınır kapıları kapanmış, uluslararası ulaşım kısıtlanmış, diğer ülkelerle gerçekleştirilen ticari ilişkilere ara verilmiştir. Buna ilaveten salgınla mücadele için ülkeler sokağa çıkma ve karantina uygulamasına geçmiştir. Bu önlemlerin alınmasıyla birlikte en büyük dezavantajı ekonomisi zorda olan ülkeler yaşamıştır. Koronavirüs salgını dünya ekonomisini ve buna bağlı olarak dünya siyasetini de yeniden şekillendirmiştir. Ülkelerin gündemi siyaset ve ekonomi olmaktan çıkmış, salgın ve salgına bağlı gelişmeler en önemli konu haline gelmiştir (www.trtakademi.net, 6.12.2020).

Koronavirüs salgını bunların yanı sıra üretim, tüketim, uluslararası ilişkiler, eğitim, ulaşım, eğlence, dini ibadetler ve spor etkinlikleri gibi birçok konuda da toplumsal yaşamı etkisi altına almıştır. İnsanlığın hiç alışık olmadığı bu sorunlu sosyal izolasyon, kongreler, uluslararası zirveler, eğitim-öğretim faaliyetleri, büyük spor müsabakaları, kültür ve turizm ziyaretleri, festivaller ve fuarların da iptal edilmesine ve bir çoğunun

sanal ortama aktarılmasına yol açmıştır. Salgın sürecinde bireysel ve toplumsal risk kavramları daha da ön plana çıkmış, kişiler hasta olmasalar dahi kendilerini normal yaşantılarına oranla daha fazla risk altında hissetmeye başlamışlardır. Bu durum ise kişilerde yakın çevresinden hastalık kapabileceği endişesine yol açmış, toplumsal güvensizlik durumunu ortaya çıkarmıştır.

Öte yandan Koronavirüs salgını çalışanların iş yapma şekillerini de değişen şartlara göre güncellemeleri gerektiğini göstermiştir. Bu süreçte çalışanlardan birçoğu “sanal çalışma” biçimine geçmiş, kişilerin en büyük destekçisi ise web konferansı, anında mesajlaşma veya e-posta gibi teknolojiler olmuştur. Pandemi sürecinde “home-office” yani evden çalışma yöntemi pek çok şirket tarafından benimsenmiş, bazı şirketler de bu yöntemin kalıcı hale getirilmesi anlamında adımlar atmıştır. Ne var ki sanal çalışma, dünyada genelinde beraberinde sosyal izolasyon hissinin güçlenmesi ve dolayısıyla “yalnızlık” duygusunun artması gibi bir sonuca da yol açmıştır (<https://www.cnnturk.com>, 12.02.2021).

Koronavirüs salgının en yaygın söylemi ise sosyal izolasyonu ifade eden “Evde kal” söylemi olmuştur. Eve kapanma, fiziksel mesafe, maske takma, dezenfeksiyon, hijyen takıntısı, sokağa çıkma yasakları, kapanan marketler ve tedarik sorunlarını kapsayan yavaşlama hâli toplumları derinden sarsmıştır. Eve kapanma durumu da bu süreçte evdeki ilişkilerde beklenmedik olumsuzluklara yol açmıştır. Aile fertleri aynı mekânda uzun süre bir arada kalmanın getirdiği bunalımlar neticesinde birbirleriyle çatışma yaşamak zorunda kalmıştır. Buna bağlı olarak da aile içi şiddet vakalarında gözle görülür bir artış söz konusu olmuştur. Öte yandan karantina süreci aile içi etkileşimlerin yoğunlaşmasına yol açmış, bu da aile için iletişimin yeniden canlanmasına ve aile bireylerinin birbirini daha yakından tanımalarına da yol açmıştır. Aile içinde yapılan yeni iş bölümleri, aile bireylerinin birbirlerine yakınlaşmalarında kolaylaştırıcı bir rol üstlenmiştir (Karakaş, 2020, s.541-573).

Pandemi süreci henüz devam ederken bazı akademisyen ve bilim insanları da yaşananların toplumsal etkileri üzerine öngörülerini de paylaşmaktadırlar. Bu akademisyenlerden Barış Erdoğan, ilişkilerde sosyal mesafeye daha çok dikkat edileceğini, sarılma, öpüşme, kalabalık toplantılara katılma alışkanlıklarının azalacağını, sosyal iletişim kurma yöntemlerinin değişeceğini, insanların teknoloji

odaklı iletişimlerin içinde olacağını, seyahatlerin azalacağını ve korku süreceğini belirtmektedir. Erdoğan'a göre sosyal mesafe ile ilgili yürütülen davranışların bir bölümü ancak aşı ya da ilaç bulunduğu zaman son bulabilecektir (<https://www.indyturk.com>, 12.02.2021).

Akademisyen Sinan Alper de salgın nedeniyle insanların eve kapanmalarının sadece yaşam alanını sınırlamadığını, aynı zamanda devamlı bir tehdit algısıyla yaşamaya da alıştırdığını belirtmektedir. Alper'e göre salgın bugüne kadarki ilk salgın olmamakla birlikte son önemli salgın özelliğini taşımaktadır. Hastalık ve ölüm tehlikesi devamlı olarak gündemdeyken insanlar yabancılara karşı mesafeli olmakta, bu da gruplar arası ilişkilerin bozulmasına yol açabilmektedir. Tehdit algısının artması kişilerin muhafazakârlaşmasına, aile, dini grup ve millet gibi kendi iç gruplarına daha çok sarılmalarına diğer gruplara ise mesafe koymalarına neden olmuştur (<https://haber.yasar.edu.tr>, 12.02.2021)

3.3. Koronavirüs Salgınının Ekonomik Etkileri

Koronavirüs salgınının küresel ekonomide çeşitli sektörlerle önemli ölçüde olumsuz yansımaları olmuştur. Bunların başında turizm gelirken, onu sanayi sektörü, hizmetler sektörü takip etmektedir. Salgın, üretimin yanı sıra, iç ve dış ticaretin büyük ölçüde gerilemesine yol açmıştır. Üretici ve tüketici güven endekslerinin yanı sıra, hükümetlerin bütçe gelirleri hızla düşmüş, harcamaları artmıştır, işsizlerin sayısında önemli ölçüde artış görülmüştür. Salgın tedarik zincirlerini bozup, tüketimi etkilerken, dünyadaki tüm ekonomik faaliyetlerin önemli ölçüde daralmasına neden olmuştur. Turizm başta olmak üzere kimi sektörler ise durma noktasına gelmiştir. Salgın finansal koşullardaki sıkılaşmaya paralel olarak, hane halklarının gelir kaybına, firmaların nakit akışındaki bozulmaya, talepte de büyük ölçüde azalmaya yol açmıştır. Özellikle sokağa çıkma yasakları, kısıtlamalar ve sosyal yalıtım tedbirleri hizmetler sektörüne büyük darbe indirmiştir. Salgın finansal sorunları, finansal sorunlar işsizliği, işsizlik talep azalmasını, talep azalması üretim güçlüklerini doğurmuştur. Salgınla ilgili belirsizlikler ülkelerin ekonomilerini az veya çok etkilemiş, ülkelerin ekonomilerinde bir kriz süreci yaşanmıştır (Adıgüzel, 2020, s.191-221).

2008 finansal krizi gibi diğer küresel krizlerle karşılaştırıldığında Koronavirüs salgınının olumsuz etkilerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Salgın küresel ölçekte

olmasına karşın, düşük ve orta gelirli ülkeleri daha çok etkilemiştir. Salgın sonrasında faiz oranları tarihteki en düşük seviyelerini görmüştür. Salgının Dünya genelindeki etkilerine bakıldığında, Volkswagen ve Ferrari gibi bazı otomobil üreticilerinin Avrupa'daki üretimlerini askıya aldıkları görülmektedir. Ulaşım, eğlence, perakende, otel ve restoranlar gibi ülkelerin GSYH'sinin (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) neredeyse ¼'ünü oluşturan sektörlerin zarar ettikleri görülmüştür. Dow Jones günlük bazda en kötü düşüşünü 16 Mart 2020'de yaşamış ve 2.977 puan birden düşmüştür. Turizmden önemli ölçüde gelir elde eden Paris, Madrid, Venedik ve Roma gibi kentler terk edilmiş, ticari fuarlarla etkinlikler son bulmuştur. Kara, hava ve deniz taşımacılığı önemli ölçüde sekteye uğramış, özellikle havacılık firmaları ekonomik olarak büyük sorunlarla karşı karşıya gelmiştir. Seyahat ve turizmin GSYİH'ya olan toplam katkısı dünya genelinde büyük oranda azalmıştır. Koronavirüs salgının ekonomik olarak olumsuz etkilediği ülkelerin başında salgının ilk çıktığı Çin olmuştur. Buna bağlı olarak Çin'de milyonlarca insan işsiz kalmıştır. Dünyadaki çok sayıda ülkede sinema salonları kapanmış, lüks mal üretimi yapan şirketler üretimi durdurmuştur. Pandemi nedeniyle kuşkusuz toplu ulaşım özellikle tüm Avrupa'da en az tercih edilen ulaşım şekli haline gelmiş, restoranlar, alışveriş merkezleri, müzeler gibi kamusal alanlardan kaçınmaya başlamıştır.

Koronavirüs salgını birçok sektörü olumsuz etkilerken, özellikle hijyen ürünleri ve maske üreten firmalar bu dönemi faydaya dönüştürmeyi bilmişlerdir (Cinel, 2020: 124-140). Çin ekonomisi salgından olumsuz etkilenirken, ürünlerini Çin'den tedarik eden üreticiler de iflas durumuyla karşı karşıya kalmıştır. Çin'deki fabrikaların kapanması, kapanmalara bağlı olarak ulaşım güçlükleri üretim sektörünü zora sokmuş, dünyada ürün arzını güçleştirmiştir. Özellikle ABD'de şirketlerin %75'inde tedarik zincirinde büyük sıkıntılar yaşanmış, birçok ABD'li şirket teslim sürelerini iki katına varan sürelere çıkarmıştır. Ayrıca salgın nedeniyle dünya genelinde hammadde ve nihai ürün sıkıntısı yaşanırken, hava ve deniz taşımacılığındaki aksamalar sorunları daha çok artırmıştır.

Öte yandan salgın Çin ürünlerine olan talebin azalması gibi başka bir durumu da ortaya çıkarmıştır. Bu durum doğal olarak maliyetlere yansırken, bazı ülkeler buna bağlı olarak risk azaltma stratejileri uygulamaya koymuştur (Taylor&Schwartz, 2020).

3.4. Koronavirüs Salgınında Ölüm ve Vaka Sayıları

Kolay bulaşan ve özellikle bazı risk gruplarında ölümcül sonuçları olan Koronavirüs salgını halk sağlığını ciddi şekilde tehdit etmeye başlamıştır. Bu nedenle de kısa sürede tüm Dünya ülkelerine yayılmış, kimi ülkelerde sağlık sistemini felce uğratmıştır. Dünya Sağlık Örgütü de (DSÖ) Aralık 2019'da ortaya çıkan bu hastalığa 11 Şubat 2020 tarihinde COVID-19 adını vermiştir. DSÖ virüsün yayılma hızının yüksek olması ve doğurduğu ciddi sonuçları göz önüne alarak 12 Mart 2020'de Koronavirüsü pandemi olarak ilan etmiştir. (<https://www.who.int>, 14.02.2021).

Aralık 2019'da ortaya çıkan salgın Ocak 2020 itibariyle sadece Çin'de ölümlere neden olurken, Şubat 2020'den itibaren diğer ülkelerde de ölüm olayları görülmeye başlanmıştır. Koronavirüs salgını 2020'nun Şubat ayında hızlı bir yayılım göstermiştir. 12 Şubat 2020 itibariyle tespit edilebilen vaka sayısı 45 bin 171 olmuştur. Aktif vakaların sayısı 39 bin 262 olarak açıklanırken, 6 bin 216 kişinin sağlık durumunun kritik olduğu ifade edilmiştir. Çin Ulusal Sağlık Komisyonu ülkedeki toplam ölü sayısını 1112 olarak açıklamış, 'worldometers' sitesi ise 1115 kişinin virüse bağlı nedenlerle öldüğünü bildirmiştir. Reuters'ın haberine göre ise bu tarihte Koronavirüs salgını Dünya Sağlık Örgütü yetkilileri tarafından terörizmden daha büyük bir küresel tehdit olarak açıklanmıştır (<https://www.sozcu.com.tr>, 14.02.2021).

Mart 2020'ye gelindiğinde ise Koronavirüs Dünya genelinde 190 ülkeye yayılmış ve can kayıpları artmaya başlamıştır. Tüm Dünyada Koronavirüsüne yakalanan kişilerin sayısı 381 bin 761 olurken, toplam can kaybı 16 bin 558 olmuş, tedavi sonucu kurtulanların sayısı da 102 bin 429 olarak kayıtlara geçmiştir. Çin'de ortaya çıkan virüs bu ülkeden çok İtalya'yı etkilemiştir. İspanya'da ölenlerin sayısı 2311 olurken bu sayı İtalya'da 6 bin 77'ye yükselmiştir. İtalya'nın yanı sıra ABD, İran, İspanya, Almanya ve Fransa da salgının olumsuz etkilediği diğer ülkeler olmuştur. İlk vakanın 10 Mart'ta tespit edildiği Türkiye'de ise 24 Mart 2020 itibariyle 872 vaka ve 44 ölüm kayıtlara geçmiştir (<https://www.sozcu.com.tr>, 14.02.2021).

Nisan 2020'de ise Koronavirüs görülen ülkelere ilişkin verilerin derlendiği "Worldometer" sitesi, dünya genelinde toplam 217 bin 193 kişinin hayatını kaybettiğini, vaka sayısının da 3 milyon 117 bin 756'ya ulaştığını rapor etmiştir. Koronavirüs'ten ölenlerin sayısı ABD'de 53 bin 355'e, İspanya'da 23bin 822'ye,

İtalya'da 27 bin 357'ye, Fransa'da 23 bin 694'e, Almanya'da 6 bin 314'e, Rusya'da 867'ye, İngiltere'de 21 bin 745'e, İran'da 5 bin 877'ye yükselmiştir. Türkiye'de ise Nisan 2020 itibariyle toplam vaka sayısı 114 bin 653, can kaybı de 2 bin 992 olarak tespit edilmiştir. (<https://www.hurriyet.com.tr>, 14.02.2021)

Mayıs 2020'de Dünya genelinde Koronavirüs nedeniyle 303 bin 438 kişi hayatını kaybetmiş, vaka sayısı ise 4 milyon 527 bin 811'e ulaşmıştır. Koronavirüsten can kayıpları ise ülkelere göre şöyledir: İngiltere 33 bin 614, İtalya 31 bin 368, Fransa 27 bin 425, İspanya 27 bin 321, Brezilya 13 bin 999, Belçika 8 bin 903, Almanya 7 bin 928, İran 6 bin 854, Hollanda 5 bin 590, Kanada 5 bin 472, Çin 4 bin 633, Meksika 4 bin 477, Türkiye 4 bin 7, İsveç 3 bin 529, Hindistan 2 bin 649, Ekvador 2 bin 338, Rusya 2 bin 305, Peru 2 bin 267, İsviçre 1872, İrlanda 1506, Portekiz 1184, Pakistan 803, Şili 368, Suudi Arabistan 283, Birleşik Arap Emirlikleri 208, Belarus 151, Singapur 21 ve Katar 14. Türkiye'de ise Mayıs 2020 itibariyle toplam vaka sayısı 143 bin 114, toplam can kaybı ise 3 bin 952 olmuştur,

Haziran 2020'ye gelindiğinde ise Kuzey yarımkürede yaz mevsimi başlamış, hava sıcaklıklarının artmasıyla birlikte ülkelerin birçoğu seyahat yasaklarını kaldırarak normalleşme sürecini başlatmışlardır. 1 Haziran 2020 tarihi itibariyle Dünya genelinde toplam vaka sayısı 6 milyon 317 bin 263 kişiye ulaşırken toplam can kaybı ise 374 bin 990 kişi oldu. Bu ölümlerin 106 bin 335'inin meydana geldiği ABD ise Dünya genelinde ilk sırayı almıştır. ABD'yi Avrupa'da ilk sırada, dünyada ise ikinci sırada yer alan toplam 38 bin 489 ölümlle İngiltere takip ederken, 33 bin 475 ölümlle İtalya üçüncü, 29 bin 341 ölümlle Brezilya, 28 bin 802 can kaybıyla Fransa takip etmiştir. Worldometers verilerine göre 1 Haziran 2020 itibariyle Dünyada Koronavirüs'ten en çok can kaybının olduğu 20 ülke şekil 3.1'de sunulmuştur.

Bu araştırmanın örneklemini de aşağıdaki tablodan yola çıkarak 1 Haziran 2020 itibariyle en yüksek ölüm sayılarının görüldüğü 10 ülke olan ABD, İngiltere, İtalya, Brezilya, Fransa, İspanya, Meksika, Belçika, Almanya ve İran'ın Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanları oluşturmaktadır. Bu listeye virüsün ilk ortaya çıktığı Çin ile bu araştırmanın gerçekleştirildiği ülke olan Türkiye de dahil edilmiştir.

Şekil 3.1: 1 Haziran 2020 dünya Koronavirüs tablosu

#	Ülkeler	Toplam Vaka	Yeni Vaka	Toplam Ölüm	Yeni Ölüm	İyileşen Sayısı	Tedavisi Devam Eden
	World	6,317,263	+58,013	374,990	+1,295	2,876,319	3,065,954
1	USA	1,843,411	+6,241	106,335	+140	601,136	1,135,940
2	UK	274,762		38,489		N/A	N/A
3	Italy	233,197	+200	33,475	+60	158,355	41,367
4	Brazil	514,992	+143	29,341	+27	206,555	279,096
5	France	188,882		28,802		68,355	91,725
6	Spain	286,509		27,127		196,958	62,424
7	Mexico	90,664	+3,152	9,930	+151	64,326	16,408
8	Belgium	58,517	+136	9,486	+19	15,919	33,112
9	Germany	183,606	+112	8,610	+5	165,900	9,096
10	Iran	154,445	+2,979	7,878	+81	121,004	25,563
11	Canada	91,647	+700	7,325	+30	49,225	35,097
12	Netherlands	46,545	+103	5,962	+6	N/A	N/A
13	India	197,808	+7,199	5,603	+195	95,415	96,790
14	Russia	414,878	+9,035	4,855	+162	175,877	234,146
15	China	83,017	+16	4,634		78,307	76
16	Turkey	164,769	+827	4,563	+23	128,947	31,259
17	Peru	164,476		4,506		67,208	92,762
18	Sweden	37,814	+272	4,403	+8	4,971	28,440
19	Ecuador	39,098		3,358		19,592	16,148
20	Switzerland	30,871	+9	1,920		28,500	451

Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Günümüze gelindiğinde ise bu araştırmanın kaleme alındığı 13 Şubat 2021 itibariyle Koronavirüs salgınında dünyadaki toplam vaka sayısı Worldometers verilerine göre 108 milyon 859 bin 52'ye ulaşırken, 80 milyon 897 bin 898 kişi iyileşmiş, 2 milyon 397 bin 509 kişi ise yaşamını yitirmiştir. Aşağıda şekil 3.2'de 13 Şubat 2021 itibariyle Dünyadaki Koronavirüs verileri bulunmaktadır.

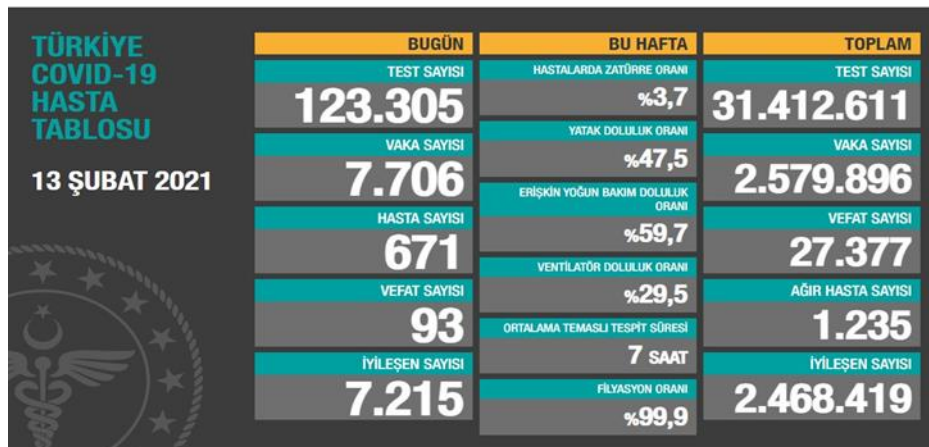
Şekil 3.2: 13 Şubat 2021 itibariyle dünyadaki Koronavirüs tablosu



Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Şekil 3.3'te de görüldüğü üzere 13 Şubat 2021 itibariyle Türkiye'de vaka sayısı toplam 2 milyon 572 bin 190'a, iyileşen hasta sayısı ise 2 milyon 461 bin 204'e, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 27 bin 284'e ulaşmıştır. Sağlık Bakanlığı verilerine göre Türkiye'deki günlük vaka sayısı 6 bin 706, hasta sayısı 671, vefat sayısı ise 93'tür (<https://covid19.saglik.gov.tr/>, 13.02.2021).

Şekil 3.3: 13 Şubat 2021 itibariyle Türkiye'deki Koronavirüs tablosu



Kaynak: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

2020 KORONAVİRÜS SALGININDA SOSYAL MEDYADAKİ LİDER SÖYLEMLERİNE İLİŞKİN ARAŞTIRMA

4.1. Alan Araştırmasının Konusu

31 Aralık 2019'da ilk olarak Çin'de ortaya çıkan ve daha sonra tüm dünyaya yayılan Koronavirüs salgını tüm dünyada ve ülkemizde iletişim ortamı olarak sosyal medyanın önemini bir kez daha göstermiştir. Devlet başkanları, Cumhurbaşkanları ve Başbakanlar topluma yönelik mesajlarını, salgınla ilgili gelişmeleri, çözüm önerilerini ve tavsiyelerini, siyasetçilerin sıklıkla tercih ettiği sosyal medya platformu olan Twitter'dan iletmışlerdir. Ülke yöneticilerinin Koronavirüs salgını gibi toplumsal kriz dönemlerinde Twitter'ı nasıl kullandıklarının araştırılması ve yaptıkları paylaşımların içerik olarak değerlendirilmesi bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Ülke yöneticilerinin söylemleri özellikle toplumsal kriz dönemlerinde kamuoyu tarafından dikkatle takip edilmektedir. Kamuoyuna mesajlarını aktarmak isteyen yöneticiler sosyal medya platformları arasında en çok Twitter'ı tercih etmektedirler. Yöneticilerin açıklamaları o ülkede yaşanan bir krizin seyrini doğrudan etkileyebilirken, bu açıklamaların küresel çapta yaşanan bir toplumsal krizin seyrine olan etkileri henüz bilinmemektedir. Bu çalışma ile koronavirüs salgını gibi küresel bir salgında ülke yöneticilerinin Twitter'dan yaptıkları paylaşımlar esas alınarak liderlerin hangi bakış açısıyla hareket ettikleri ortaya konulacaktır. Böylece ülkeleri yöneten kişilerin tespit edilen bu bakış açılarının, ortaya çıkabilecek olası toplumsal krizlerde yol gösterici olarak kullanılması amaçlanmaktadır. Bu çalışma, Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin ile Koronavirüs salgınında en yüksek can kaybının yaşandığı 10 ülkenin liderlerinin Twitter'daki söylemlerinin, kendi ülkelerindeki salgının seyrine nasıl etki ettiğinin tespiti ve önümüzdeki süreçte yaşanabilecek olası toplumsal krizlerde lider tutumlarına rehber olabilmesi açısından önem taşımaktadır.

4.3. Araştırmanın Varsayımı

Varsayım: 2020 Koronavirüs salgınında Türkiye ve Çin'in yanı sıra Dünyada en fazla can kaybının yaşandığı 10 ülkenin liderleri, salgının etkilerinin azaltılması konusunda gerekli adımları atarak, kendi toplumlarını yaşanan krizle ilgili olarak yeterince bilgilendirmişlerdir.

4.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada, Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin ile koronavirüs salgınında en yüksek can kaybının yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, İtalya, Brezilya, Fransa, İspanya, Meksika, Belçika, Almanya ve İran olmak üzere toplam 12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının Twitter paylaşımları ele alınmıştır. Bu paylaşımlar niceliksel araştırma yöntemi içerik analiz tekniği ve söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Twitter içerikleri ise Koronavirüs salgınının Çin'de ilk olarak ortaya çıktığı 31 Aralık 2019 ile salgında normalleşme sürecinin başladığı 1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki paylaşımlar ve bu sürede kullanılan profil ölçeği ile sınırlandırılmıştır. Ülke liderlerinin bu tarih aralığındaki diğer Twitter paylaşımları ise araştırmaya dahil edilmemiştir. Bunun yanı sıra yüksek vaka sayısına sahip olmakla birlikte can kaybı sayısı az olan ülkelerin liderlerinin Twitter hesapları da araştırmaya dahil edilmemiştir.

Bu süreçte yapılan paylaşımlar; "moral/motivasyon", "durum tespiti", "kutlama/teşekkür", "ulusal birlik/yardımlaşma/dayanışma çağrısı", "polemik/eleştiri", "bilgilendirme/duyuru", "uyarı/tavsiye", "uluslararası işbirliği/yardımlaşma /dayanışma çağrısı", "dua /dilek /temenni", "güçlü devlet mesajı", "önlem/iyileştirme/çözüm/sosyal devlet", "icraatı övme", "taziye/anma", "ülkelere eleştiri" ve "diğer" başlıkları ile sınırlandırılarak kategorize edilmiştir.

Moral/Motivasyon: Ülke liderinin tüm vatandaşlara, takipçilerine ve kendisini destekleyenlere yönelik yaptığı, "Bu sorunu da aşacağız", "birlikte başaracağız", "Güzel günlere birlikte ulaşacağız" türünden moral verici ve motive edici paylaşımlardır.

Durum Tespiti: Ülke liderinin salgınla ilgili olarak bazı güncel bilgileri telaffuz etmek, çeşitli analiz ve çıkarımlarda bulunmak amaçlı paylaştığı mesajlardır.

Kutlama/Teşekkür: Ülke liderinin bazı özel günlerde (hemşireler günü, eczacılar günü vb.) ve çeşitli olumlu uygulamaları takdir etmek ve bazı kişi ve kurumlara övgü ve takdirde bulunmak amacıyla paylaştığı mesajlardır.

Ulusal birlik/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı: Ülke liderinin kendi vatandaşlarını birlik olmaya davet eden konuşmaları, dayanışma ruhunu ortaya koyan ve yardımlaşmanın önemini anlatan mesajlarıdır.

Polemik/Eleştiri: Ülke liderinin salgın üzerinden ülke muhalefetine ve diğer ülkelerdeki bazı kişi ve kurumlara yönelik polemik yaratan, suçlama, eleştiri ve siyasi söylem içeren mesajlardır.

Bilgilendirme/Duyuru: Ülke liderinin salgının gidişatına ilişkin bilgi içeren, gelişmelerden haberdar eden paylaşımlarıdır. (Ülkeden ve dünyadan güncel vaka, entübe ve ölüm sayıları, çözüm ve iyileştirmeye dair atılan adımlar vb.)

Uyarı/Tavsiye: Ülke liderinin risk yaratacak durumlara yönelik olarak vatandaşlara uyarılarda bulunduğu mesajlardır. (Maske, sosyal mesafe ve hijyen konusundaki uyarılar vb.)

Uluslararası işbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma çağrısı: Ülke liderinin salgınla ilgili olarak uluslararası camia ile işbirliği yapılması gerektiğini vurgulayan, diğer ülkelerle yapılan işbirliklerini ve yardımlaşmaları anlatan, salgının etkisinin devletlerarası bilgi alışverişi ile azalacağını anlatan paylaşımlardır.

Dua/Dilek/Temenni: Ülke liderinin salgınla ilgili olarak zaman zaman dini motifler içeren, zaman zaman da halkın bazı olumlu hasletlerini ön plana çıkarıcı temennilerden oluşan paylaşımlardır.

Güçlü devlet mesajı: Ülke liderinin, devletin güçlü olduğunu, teknolojik ve maddi imkanlar ile insan gücü anlamında her türlü imkâna sahip olduklarını ve bu sayede salgını yeneceklerini vurgulayan mesajlarıdır.

Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal devlet: Ülke liderinin, salgını önlemek ve etkisini azaltmak için attığı çeşitli adımları, ekonomik ve sosyal alanda iyileştirme amaçlı yapılan çalışmaları ve getirdikleri çözümleri içeren paylaşımlardır. (Esnaf destekleri, ucuz krediler, borç ertelemeler, sosyal yardımlar vb. işçi çıkarma yasağı vb.)

İcraatı Övme: Ülke liderinin, salgınla ilgili alınan tedbirler konusunda hükümetinin icraatlarını överek ön plana çıkardığı mesajlardır.

Taziye/Anma: Ülke liderinin başta salgın kaynaklı ölenler olmak üzere Twitter'dan yayınladığı taziye ve anma içerikli mesajlardır.

Ülkelere eleştiri: Ülke liderinin salgın konusunda kendi ülkesinin uygulamalarını överken diğer ülkelerin yöneticilerine ve o yöneticilerin uygulamalarına yönelttiği eleştiri mesajlarıdır.

Diğer: Salgınla ilgili olmakla birlikte, yukarıda belirtilen kategorilere girmeyen mesajlardır.

4.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini virüsün Çin'de ilk görüldüğü tarih olan 31 Aralık 2019'dan, virüsün dünyada yayılım hızının kontrol altına alındığı 1 Haziran 2020 tarihine dek geçen 5 aylık süreçte 12 ülkenin Devlet Başkanları ve Başbakanlarının Twitter'dan paylaştığı mesajlar oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında; Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin'in yanı sıra Koronavirüs salgınında en yüksek can kaybının yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere, İtalya, Brezilya, Fransa, İspanya, Meksika, Belçika, Almanya ve İran olmak üzere toplam 12 ülkenin Devlet Başkanı ve Başbakanlarının kişisel hesaplarından yaptıkları Twitter paylaşımları örneklem olarak alınmıştır.

4.6. Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

Toplumsal kriz dönemlerinde sosyal medyadaki lider söylemlerini inceleyen bu çalışmada, öncelikle literatür taramalarından faydalanılarak kriz ve toplumsal kriz kavramlarına ilişkin bilgilere başvurulmuştur. Kriz süreci, kriz türleri ve kriz yönetimi kavramları açıklandıktan sonra kriz yönetimi ve yöneticilerin krizlerdeki

fonksiyonuna ilişkin bilgilerle devam edilmiştir. Ardından toplumsal kriz kavramı Türkiye’den ve dünyadan örneklerle ele alındıktan sonra toplumsal çöküş konusuna açıklık getirilmiştir. Bu başlık altında daha sonra Koronavirüs salgını hakkında bilgiler verilerek salgının toplumsal ve ekonomik etkileri detaylandırılmıştır. Araştırmanın bir diğer başlığını ise siyasal iletişim ve medya konusu oluşturmuştur. Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya konusu irdelendikten sonra “Twitter” başlığı açılarak, siyasal iletişim aracı olarak Twitter ve siyasilerin Twitter kullanımı başlıklarında bu mecraya ilişkin bilgilere başvurulmuştur. Araştırmanın literatür taraması tamamlandıktan sonra ampirik çalışmaya yer verilmiştir. Ampirik çalışmada, ülke liderlerinin toplumsal krizlerdeki bakış açılarını araştırmak için koronavirüs salgını ele alınmıştır. Ülke liderlerinin toplumsal krizlerdeki söylemlerinin ve bakış açılarının ortaya konulması için Türkiye ve Çin’in yanı sıra en yüksek ölüm sayılarının görüldüğü 10 ülkenin Devlet Başkanı ve Başbakanlarının kişisel Twitter hesapları içerik çözümlemesi ve söylem analizi yapmak için araştırmaya dâhil edilmiştir. Koronavirüsü’nün Çin’de ilk görüldüğü tarih olan 31 Aralık 2019’dan virüsün dünyada yayılım hızının kontrol altına alındığı 1 Haziran 2020 tarihine dek geçen süreçte 12 ülke liderinin Twitter paylaşımları ve bunların içerikleri incelenecektir. Ülke liderlerinin salgın hastalık gibi bir toplumsal kriz anında hangi bakış açısına sahip olduklarının belirlenmesi için liderlerin her birinin attığı tweetler konuyu çerçeveleyen 5 ayrı araştırma sorusu üzerinden değerlendirmeye tabi tutulacaktır. Bu sorular şunlardır:

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Her bir ülke liderinin Twitter paylaşımları yukarıda sorulan sorular üzerinden tek tek Van Dijk’in ‘Eleştirel Söylem Çözümlemesi’ ve ‘İçerik Çözümlemesi’ yöntemleri kullanılarak kategoriler halinde sınıflandırılacaktır. Bu tweetlerin içeriği daha sonra kategoriler oluşturularak tabloda belirtilecektir.

Teun A. Van Dijk’ın Eleştirel Söylem Çözümlemesi, sadece haber incelemesi ya da dilsel konulara yönelik bir çözümleme yöntemi değildir. Bu yöntemle her tür söylemdeki iktidar yapısı ve ideolojik arka planı analiz edilebilmekte, söylemin arka planında yer alan ideoloji ya da dolaylı olarak sezdirilen anlam ortaya çıkarılmaktadır (Van Dijk, 2003, s.352).

Aziz (1990: 119) İçerik Çözümlemesini “yazılan ve söylenenin hazırlanan açıklayıcı yönergeye göre ne kadar sıklıkla bulunduğu saptanması” olarak tanımlarken, Fox ise “sözel veya yazılı verilerin belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli değişken veya kavramların ölçülmesi ve bunlardan belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılması” tanımını yapmıştır (Aslan ve Tavşancıl, 2001, s.20).

Araştırma kapsamında; Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, ABD Başkanı Donald Trump, İngiltere Başbakanı Boris Johnson, İtalya Başbakanı Giuseppe Conte, Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, İspanya Başbakanı Pedro Sanchez, Meksika Devlet Başkanı Andres Manuel Lopez Obrador, Belçika Başbakanı Sophie Wilmes, Almanya Başbakanı Angela Merkel, İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani ve Çin Devlet Başkanı Xi Jinping’in Twitter hesaplarının olup olmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan kontrollerde Almanya Başbakanı Angela Merkel ve Çin Devlet Başkanı Xi Jinping dışındaki tüm ülke liderlerinin Twitter hesabına sahip oldukları belirlenmiştir.

Çin’in Koronavirüsü’nün ilk ortaya çıktığı ülke olması ve örnekleme dahil edilen ülkeler arasında olması dolayısıyla Devlet Başkanı Xi Jinping’in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşımının yapıldığı kısa adı “China CSIO” olan Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının paylaşımları incelenmiştir. Söz konusu Twitter hesabı, Twitter’ın akredite ettiği ülke resmi hesapları arasında bulunan ve profilinde “China Government Account” ibaresinin yer aldığı bir hesaptır. Twitter Çin’de vatandaşların kullanımına açık olmamakla birlikte, son dönemde az sayıda resmi devlet görevlisinin kullanımına izin verilen sosyal medya platformudur.

Öte yandan Almanya Başbakanı Angela Merkel de kişisel tercihlerden ötürü Twitter ya da başka herhangi bir sosyal medya platformu kullanmamaktadır. Ancak çalışma kapsamında Merkel’in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşımının yapıldığı bir hesap

olması dolayısıyla Almanya Federal Hükümet Sözcüsü ve Federal Basın Bürosu (BPA) Başkanı Steffan Seibert'in Twitter hesabı örnekleme dahil edilmiştir.

Daha sonra ülke liderlerin Twitter hesapları incelenerek, 31 Aralık 2019 ile 1 Haziran 2020 tarihleri arasında Koronavirüs konusuyla ilgili yaptıkları tüm paylaşımlar, tek tek ekran görüntüsü alınmak suretiyle kaydedilmiştir. Bu paylaşımlar her bir aday için oluşturulan dosyalara kaydedilmiş, çeşitli başlıklar altında kategorize edilerek kodlanmıştır. Kategorilerin oluşturulmasında adayların paylaşımları esas alınmış ve kodlama buna göre yapılmıştır.

4.7 Araştırmanın Bulguları

İçerik analizi çalışması kapsamında 12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının kişisel Twitter hesapları incelemeye alınmıştır. Araştırma kapsamında öncelikli olarak söz konusu 12 ülke liderinin Twitter mesajlarının içerik analizi yoluyla kategorilere ayrılması gerçekleştirilmiştir. Bunun ardından da ülke liderlerinin Twitter hesaplarından 31 Aralık 2019 ile 1 Haziran 2020 tarihleri arasında yaptıkları Twitter paylaşımları söylem analizi tekniği ile incelenmiştir.

4.8. Genel Olarak Ülke Liderlerinin Twitter Hesapları

İçerik analizi çalışması kapsamında 12 ülkenin devlet başkanı, cumhurbaşkanı ve başbakanlarının Twitter hesapları incelemeye alınmıştır.

Bu incelemeye göre Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter'ı Ağustos 2009'dan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 17 milyon 400 bin takipçisi bulunan Erdoğan'ın 96 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Erdoğan'ın Ocak 2021 tarihi itibarıyla toplam 7 bin 307 tweet paylaştığı görülmüştür.

ABD Başkanı Donald Trump'ın, Twitter'ı Mart 2009'dan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 88 milyon 500 bin takipçisi bulunan Trump'ın 51 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Trump'ın Ocak 2021 tarihi itibarıyla toplam 59 bin 300 tweet paylaştığı görülmüştür.

İngiltere Başbakanı Boris Johnson'ın, Twitter'ı Nisan 2015'ten bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 3 milyon 200 bin takipçisi bulunan Trump'ın 455 kişiyi takip

ettiği belirlenmiştir. Johnson'ın Ocak 2021 tarihi itibariyle toplam 4 bin 215 tweet paylaştığı görülmüştür.

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte'nin, Twitter'ı Mayıs 2018'den bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 954 bin 500 takipçisi bulunan Conte'nin 134 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Conte'nin Ocak 2021 tarihi itibariyle toplam bin 416 tweet paylaştığı görülmüştür.

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro'nun Twitter'ı Nisan 2010'dan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 6 milyon 600 bin takipçisi bulunan Bolsonaro'nun 553 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Bolsonaro'nun Ocak 2021 itibariyle toplam 11 bin 100 tweet paylaştığı görülmüştür.

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un Twitter'ı Ekim 2013'ten bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 6 milyon 600 bin takipçisi bulunan Macron'un 721 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Macron'un Ocak 2021 itibariyle toplam 9 bin 808 tweet paylaştığı görülmüştür.

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez'in Twitter'ı Ağustos 2009'dan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 1 milyon 500 bin takipçisi bulunan Sanchez'in 6 bin 38 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Sanchez'in Ocak 2021 itibariyle toplam 28 bin 700 tweet paylaştığı görülmüştür.

Meksika Devlet Başkanı Andres Manuel Lopez Obrador'un Twitter'ı Ekim 2009'dan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 7 milyon 700 bin takipçisi bulunan Obrador'un 254 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Obrador'un Ocak 2021 itibariyle toplam 5 bin 276 tweet paylaştığı görülmüştür.

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes'in Twitter'ı Mart 2012'den bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 68 bin 800 bin takipçisi bulunan Wilmes'in bin 8 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Wilmes'in Ocak 2021 itibariyle toplam bin 894 tweet paylaştığı görülmüştür.

Almanya Başbakanı Angela Merkel'in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşımının yapıldığı bir hesap olan Almanya Federal Hükümet Sözcüsü ve Federal Basın Bürosu (BPA) Başkanı Steffan Seibert'in Twitter'ı Ocak 2011'den bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 997 bin 200 takipçisi bulunan Seibert'in 151 kişiyi takip ettiği

belirlenmiştir. Seibert'in Ocak 2021 itibariyle toplam 13 bin 400 tweet paylaştığı görülmüştür.

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani'nin Twitter'ı Mayıs 2013'ten bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 1 milyon 100 bin takipçisi bulunan Rouhani'nin 11 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Rouhani'nin Ocak 2021 itibariyle toplam 3 bin 599 tweet paylaştığı görülmüştür.

Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşımının yapıldığı Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının Twitter'ı Eylül 2015'ten bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Toplam 43 bin 900 takipçisi bulunan Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının 168 kişiyi takip ettiği belirlenmiştir. Bu hesaptan Ocak 2021 itibariyle toplam 16 bin 100 tweet paylaştığı görülmüştür.

Öte yandan ülke liderlerinin Twitter hesapları incelendiğinde her birinde 'mavi tik' bulunduğu tespit edilmiştir. Mavi tik Twitter tarafından kamuoyunda tanınmış sporcular, siyasiler, ünlüler gibi geniş hayran kitlesi bulunan isimlerin yanı sıra belli şartları taşıyan kişilere verilmektedir. Mavi tik, o hesabın onaylanmış hesap olduğu anlamına gelen bir sembol olup, hesabın orijinal olduğunu insanların bilmesini sağlamaktadır. Twitter, söz konusu mavi tik uygulamasını, başta siyasiler olmak üzere kamuoyunda bilinirliği yüksek olan kişilerin hesaplarının başkalarının hesaplarıyla karıştırılmaması için kullanıma sunmuştur.

Twitter, ülkeler adına tescil edilen resmi hesaplarda ise bayrak sembolü ve "hükümet hesabı" yazısı uygulaması yapmaktadır. Kısa adı China SCIO olan @chinascio adresindeki Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının profilinde de bayrak amblemi bulunduğu, "China government account" ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir. Bu sembol ve ibare ilgili Twitter hesabının devlet adına açıldığını ve paylaşımların da bu resmiyet ile yapıldığını ifade etmektedir.

Tablo 4.1'de 12 ülkenin liderinin Twitter hesap profillerine yer verilmiş olup, bu tabloda ülke liderlerinin hesap açılış tarihi, takipçi sayısı, takip edilen sayısı, toplam tweet sayısı gibi bilgiler yer almaktadır.

Tablo 4.1: Ülke liderlerinin Twitter hesap bilgileri

Lider ve Hesap İsmi	Hesap Açılış Tarihi	Takipçi Sayısı	Takip Edilen Sayısı	Toplam Tweet Sayısı
R. Tayyip Erdoğan @RTErdogan	Ağustos 2009	17.4 milyon	96	7.307
Donald Trump @realDonaldTrump	Mart 2009	88.5 milyon	51	59.300
Boris Johnson @BorisJohnson	Nisan 2015	3.2 milyon	455	4.215
Giuseppe Conte @GiuseppeConteIT	Mayıs 2018	954.5 bin	134	1.416
Jair Bolsonaro @jairbolsonaro	Nisan 2010	6.6 milyon	553	11.100
Emmanuel Macron @EmmanuelMacron	Ekim 2013	6.6 milyon	721	9.808
Pedro Sanchez @sanchezcastejon	Ağustos 2009	1.5 milyon	6.038	28.700
Manuel Obrador @lopezobrador_	Ekim 2009	7.7 milyon	254	5.276
Sophie Wilmes @Sophie_Wilmes	Mart 2012	68.8 bin	1.008	1.894
Angela Merkel (Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert) @RegSprecher	Ocak 2011	997.2 bin	151	13.400
Hassan Rouhani @HassanRouhani	Mayıs 2013	1.1 milyon	11	3.599
Xi Jinping (Çin Devlet Konseyi resmi Hesabı) @chinascio	Eylül 2015	43.9 bin	168	16.100

Kaynak: Twitter.com, Erişim Tarihi: 27 Ocak 2021

4.8.1. Ülke Liderlerinin Twitter'ı 31 Aralık 2019 ve 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasındaki Kullanım Düzeyleri

Örnekleme dahil edilen ülkelerin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanları içerisinde Koronavirüs salgının ilk olarak Çin'de ortaya çıktığı 31 Aralık 2019 tarihinden salgınla ilgili normalleşme adımlarının atılmaya başlandığı 1 Haziran 2020 tarihine dek konuya ilişkin en çok Twitter paylaşımının 247 tweetle (% 17,63) İngiltere Başbakanı Boris Johnson tarafından yapıldığı belirlenmiştir. Johnson'ı sırasıyla 181 tweetle (% 12,91) İspanya Başbakanı Pedro Sanchez, 167 tweetle (% 11,92) Brezilya

Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, 152 tweetle (% 10,84) Almanya Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert, 152 tweetle (% 10,84) Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı, 114 tweetle (% 8,13) Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron. 105 tweetle (% 7,49) Donald Trump, 89 tweetle (% 6,35) Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 71 tweetle (% 5,06) İtalya Başbakanı Giuseppe Conte, 62 tweetle (% 4,42) Belçika Başbakanı Sophie Wilmes, 54 tweetle (% 3,85) Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador, 7 tweetle (% 0,49) İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani takip etmiştir. Bu tarih diliminde toplam bin 401 tweet paylaştıkları tespit edilen liderler ile her birinin paylaşım sayıları tablo 4.2’de belirtilmiştir. Yapılan araştırmada gün içinde en fazla tweet paylaşımı yapan liderin İngiltere Başbakanı Boris Johnson olduğu belirlenmiştir. Johnson 10 Mayıs 2020 tarihinde farklı saatlerde değişik kategorilerdeki içeriklere sahip 23 tweet paylaşmıştır.

Tablo 4.2: Ülke liderlerinin 31 Aralık 2019 – 1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki tweetlerinin dağılımı

Lider İsmi	Tweet Sayısı	% Yüzde
Recep Tayyip Erdoğan	89	% 6,35
Donald Trump	105	% 7,49
Boris Johnson	247	% 17,63
Giuseppe Conte	71	% 5,06
Jair Bolsonaro	167	% 11,92
Emmanuel Macron	114	% 8,13
Pedro Sanchez	181	% 12,91
Manuel Obrador	54	% 3,85
Sophie Wilmes	62	% 4,42
Angela Merkel (Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert’in hesabı)	152	% 10,84
Hassan Rouhani	7	% 0,49
Xi Jinping (Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı)	152	% 10,84
Toplam Tweet Sayısı	1401	% 100

Araştırma kapsamında 12 ülkenin liderinin belirtilen tarih aralığında paylaştıkları tweetler türüne göre de incelemeye tabi tutulmuştur. Yapılan incelemede ülke liderlerinin Koronavirüs salgını konusunda en fazla sadece metin yer alan paylaşım yaptıkları belirlenmiştir. Liderlerin paylaştığı toplam bin 401 tweetin 418'ini (%29,83) içinde sadece metin bulunan paylaşımlar oluşturmaktadır. Liderlerin paylaşımının 376'sının (%26,83) görselli metinlerden, 334'ünün (%23,84) videolu metinlerden, 85'inin (%6,06) canlı yayınlardan, 188'inin de (%13,41) retweetlerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Ülke liderleri kişi bazında tek tek incelendiğinde ise yapılan paylaşımların türleri ve sayıları şu şekilde oluşmuştur:

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan toplam 89 (% 6,35) tweetin 37'sinde (% 41,57) canlı yayın, 21'inde (% 23,59) görselli metin, 14'ünde (% 15,73) videolu metin, 10'unda (% 11,23) retweet, 7'sinde ise % 7,86 metinli paylaşım yapmıştır. Bu sonuca göre Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter'ın sunduğu tüm özelliklerden faydalandığı ortaya çıkmaktadır.

ABD Başkanı Donald Trump toplam 105 (% 7,49) tweetin 92'sinde (% 87,61) sadece metin, 6'sında (% 5,71) videolu metin, 5'inde (% 4,76) görselli metin, 2'sinde (% 1,90) retweet paylaşmıştır. Trump, paylaşımlarında canlı yayına yer vermemiştir. Bu sonuca göre, ABD Başkanı Trump'ın Twitter'ın canlı yayın yapma özelliğini kullanmadığı görülmektedir.

İngiltere Başbakanı Boris Johnson toplam 247 (% 17,63) tweetin 84'ünde (% 34,00) görselli metin, 55'inde (% 22,86) retweet, 54'ünde (% 21,86) sadece metin, 10'unda da (% 4,04) canlı yayın paylaşmıştır. Bu sonuca göre İngiltere Başbakanı Boris Johnson Twitter'ın sunduğu tüm özelliklerden faydalandığı tespit edilmiştir.

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte toplam 71 (% 5,06) tweetin 31'inde (% 43,66) görselli metin, 18'inde (% 25,35) sadece metin, 13'ünde (% 18,30) retweet, 8'inde (% 11,26) videolu metin, 1'inde de (% 1,40) canlı yayın kullanmıştır. Bu sonuca göre Conte'nin Twitter'ın sunduğu tüm özelliklerden faydalandığı tespit edilmiştir.

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro toplam 167 (% 11,92) tweetin 116'sında (% 69,46) sadece metin, 25'inde (% 14,97) görselli metin, 20'sinde (% 11,97) videolu

metin, 6'sında (% 3,59) retweet paylaşımında bulunmuştur. Bu sonuca göre, Bolsonaro'nun Twitter'ın canlı yayın yapma özelliğini kullanmadığı görülmektedir.

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron toplam 114 (%8,13) tweetin 61'ini (%53,50) sadece metin, 22'sini (%19,29) görselli metin, 21'ini (%18,42), 6'sını (%5,26) retweet, 4'ünü de (%3,50) canlı yayın olarak paylaşmıştır.

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez toplam 181 (%12,91) tweetin 109'unda (%60,22) videolu metin, 24'ünde (%13,25) retweet, 22'sinde (%12,15) sadece metin, 19'unda (%10,49) görselli metin, 7'sinde de (%3,86) canlı yayın kullanmıştır.

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador toplam 54 (%3,85) tweetin 26'sını (%48,14) canlı yayın, 11'ini (%20,37) görselli metin, 11'ini (%20,37) videolu metin, 6'sını (%11,11) sadece metin olarak paylaşmıştır. Bu sonuca göre Obrador'un hiçbir tweeti retweet etmediği tespit edilmiştir.

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes toplam 62 (%4,42) tweetin 23'ünü (%37,09) sadece metin, 22'sini (%35,48) videolu metin, 14'ünü (%22,58) görselli metin, 3'ünü de (%4,83) retweet olarak paylaşımında bulunmuştur. Bu sonuca göre, Wilmes'in Twitter'ın canlı yayın yapma özelliğini kullanmadığı ortaya çıkmıştır.

Almanya Başbakanı Merkel'in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşıldığı bir hesap olan Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert'in Twitter hesabı toplam 152 (%10,84) tweetin 62'sini (%40,78) retweet, 52'sini (%34,21) videolu metin, 25'ini (%16,44) görselli metin, 13'ünü (%8,55) sadece metin olarak kullanmayı tercih etmiştir. Bu sonuca göre, Seibert'in Twitter'ın canlı yayın yapma özelliğini kullanmadığı ortaya belirlenmiştir.

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani toplam 7 (%0,49) tweetin 4'ünü (%57,14) sadece metin, 3'ünü de (%42,85) retweet olarak paylaşmıştır. Rouhani diğer ülke liderleri arasında en az tweet paylaşımında bulunan liderdir. Bu sonuca göre Hassan Rouhani'nin hiç görselli metin ve videolu metin paylaşmadığı, canlı yayın özelliğini kullanmadığı ortaya çıkmıştır.

Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşıldığı Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı toplam 152 (%10,84) tweetin 119'unu (%78,28) görselli metin, 27'sini (%17,76) videolu metin, 4'ünü (%2,63) retweet, 2'sini ise (%1,31)

sadece metin olarak paylaşmıştır. Bu sonuca göre, Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının Twitter’ın canlı yayın yapma özelliğini kullanmadığı ortaya çıkmıştır.

12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının Twitter paylaşımlarının türlerine ilişkin veriler tablo 4.3’tedir.

Tablo 4.3: Ülke liderlerinin Twitter paylaşımlarının türüne ilişkin veriler

Ülke Lideri	Metin	Görselli Metin	Videolu Metin	Canlı Yayın	Retweet	Toplam
R. Tayyip Erdoğan	7 % 7,86	21 % 23,59	14 % 15,73	37 % 41,57	10 % 11,23	89 %6,35
Donald Trump	92 % 87,61	5 % 4,76	6 %5,71	-	2 %1,90	105 %7,49
Boris Johnson	54 %21,86	84 %34,00	44 %17,81	10 %4,04	55 %22,86	247 17,63
Giuseppe Conte	18 %25,35	31 %43,66	8 %11,26	1 %1,40	13 %18,30	71 %5,06
Jair Bolsonaro	116 %69,46	25 %14,97	20 %11,97	-	6 %3,59	167 %11,92
Emmanuel Macron	61 %53,50	22 %19,29	21 %18,42	4 %3,50	6 %5,26	114 %8,13
Pedro Sanchez	22 %12,15	19 %10,49	109 %60,22	7 %3,86	24 %13,25	181 %12,91
Manuel Obrador	6 %11,11	11 %20,37	11 %20,37	26 %48,14	-	54 %3,85
Sophie Wilmes	23 %37,09	14 %22,58	22 %35,48	-	3 %4,83	62 %4,42
Angela Merkel (Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert)	13 %8,55	25 %16,44	52 %34,21	-	62 %40,78	152 %10,84
Hassan Rouhani	4 %57,14	-	-	-	3 %42,85	7 %0,49
Xi Jinping (Çin Devlet Konseyi resmi hesabı)	2 %1,31	119 %78,28	27 %17,76	-	4 %2,63	152 %10,84
Toplam Tweet Sayısı	418 %29,83	376 %26,83	334 %23,84	85 %6,06	188 %13,41	1.401

4.8.2. Ülke Liderlerinin 31 Aralık 2019 ve 1 Haziran 2020 Tarihleri Arasında Paylaştıkları Tweetlerin İçerik Analizine Göre Dağılımı

Araştırmada kapsamında 12 ülkenin liderlerinin yaptığı paylaşımlar her bir lider için oluşturulan dosyalara kaydedilerek çeşitli başlıklar altında kategorize edilmiş ve bu paylaşımlar esas alınarak 15 ayrı başlıkta kodlanmıştır. Buna göre, her bir liderin

tweetleri tek tek incelenerek ilgili kategoriye kaydedilmiştir. Tablo 4.4'te ülke liderlerinin paylaşımları kategorik olarak sunulmuştur.

Tablo 4.4: Ülke liderlerinin paylaştığı tweetlerin kategorileri

Ülke Liderlerinin Paylaştığı Tweetlerin Kategorileri			
1	Moral/Motivasyon	9	Dua/Dilek/Temenni
2	Durum tespiti	10	Güçlü devlet mesajı
3	Kutlama/Teşekkür	11	Önlem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet
4	Ulusal Birlik/Yardımlaşma/Dayanışma çağrısı	12	İcraatı övme
5	Polemik/Eleştiri	13	Taziye/Anma
6	Bilgilendirme/Duyuru	14	Ülkelere eleştiri
7	Uyarı/Tavsiye	15	Diğer
8	Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma /Dayanışma Çağrısı		

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi ülke liderlerinin Koronavirüs salgını sürecinin en yoğun yaşandığı 5 aylık zaman diliminde (31 Aralık 2019-1 Haziran 2020) 15 ayrı kategoride Twitter paylaşımı gerçekleştirmiştir.

Ülke liderleri sırasıyla incelendiğinde Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan; 8 “Moral/Motivasyon”, 4 “Durum tespiti”, 5 “Kutlama/Teşekkür”, 3 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 “Polemik/Eleştiri”, 25 “Bilgilendirme/Duyuru”, 6 “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 4 “Dua/Dilek/Temenni”, 7 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 15 “İcraatı Övme ve 4 “Taziye/Anma” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, 12 ülke lideri arasında 15 adetle en fazla “İcraatı Övme”, 4 adetle de en fazla “Taziye/Anma” kategorisinde paylaşım yapan lider olmuştur. Erdoğan’ın 15 ayrı kategoride kodlanan Twitter paylaşımlarından “Güçlü devlet mesajı”, “Ülkelere eleştiri” ve “Diğer” kategorileri haricinde diğer 12 kategoride paylaşım yaptığı tespit edilmiştir.

ABD Başkanı Donald Trump; 9 “Moral/Motivasyon”, 5 “Durum tespiti”, 8 “Kutlama/Teşekkür”, 1 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 26

“Polemik/Eleştiri”, 29 “Bilgilendirme/Duyuru”, 5 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 3 “Güçlü devlet mesajı”, 7 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 9 “İcraatı Övme” ve 2 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşımı yapmıştır. ABD Başkanı Trump, paylaştığı 26 adet “Polemik/Eleştiri” 9 adet “Moral/Motivasyon”, 3 adet “Güçlü devlet” kategorisindeki tweetiyle diğer liderlerin önünde yer almıştır. Bu sonuca göre Trump, muhalefet partisi ve bu partinin temsilcileriyle, bazı ülkelerle sık sık polemığe girerek diğer liderler arasında en fazla polemik gerçekleştiren lider unvanını almıştır. Twitter’ı etkin bir şekilde kullanan Trump, belirlenen 15 ayrı kategoriden “Dua/Dilek/ Temenni”, “Taziye/Anma” ve “Ülkelere eleştiri” kategorileri hariç diğer 12 kategoride paylaşım gerçekleştirmiştir.

İngiltere Başbakanı Boris Johnson: 4 “Moral/Motivasyon”, 18 “Durum tespiti”, 27 “Kutlama/Teşekkür”, 9 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 80 “Bilgilendirme/Duyuru”, 88 “Uyarı/Tavsiye”, 4 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 “Güçlü devlet mesajı”, 11 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 1 “İcraatı Övme”, 1 “Taziye/Anma” ve 2 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Johnson, 88 adet “Uyarı/Tavsiye” ve 27 adet “Kutlama/Teşekkür” kategorisindeki tweetiyle diğer liderlerin önünde yer almıştır. Johnson’ın “Polemik/Eleştiri”, “Dua/Dilek/Temenni”, “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı tespit edilmiştir.

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte: 2 “Moral/Motivasyon”, 5 “Durum tespiti”, 6 “Kutlama/Teşekkür”, 5 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 23 “Bilgilendirme/Duyuru”, 2 “Uyarı/Tavsiye”, 3 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 ‘Dua/Dilek/Temenni’. 14 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 1 “İcraatı Övme”, 1 “Taziye/Anma” ve 8 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Conte’nin “Polemik/Eleştiri”, “Güçlü devlet mesajı” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı belirlenmiştir.

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro; 4 “Moral/Motivasyon”, 3 “Durum tespiti”, 5 “Kutlama/Teşekkür”, 4 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 5 “Polemik/Eleştiri”, 89 “Bilgilendirme/Duyuru”, 4 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 3 ‘Dua/Dilek/Temenni’. 44 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 3 “İcraatı Övme”, 1 “Ülkelere eleştiri”, 2 “Diğer”

kategorisinde tweet paylaşmıştır. Bolsonaro, diğer liderler arasında 89 adetle en fazla “Bilgilendirme/Duyuru”, 44 adetle en fazla “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” içerikli paylaşım yapan lider olmuştur. Bolsonaro, Uyarı/Tavsiye, Güçlü devlet mesajı ve “Taziye/Anma” kategorilerinde paylaşım yapmamıştır.

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron; 1 “Moral/Motivasyon”, 9 “Durum tespiti”, 20 “Kutlama/Teşekkür”, 9 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 18 “Bilgilendirme/Duyuru”, 10 Uyarı/Tavsiye, 22 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 1 ‘Dua/Dilek/Temenni’, 1 “Güçlü devlet”, 19 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 2 “Taziye/Anma” ve 2 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Macron’un “Polemik/Eleştiri”, “İcraatı övme” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı tespit edilmiştir.

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez: 5 “Moral/Motivasyon”, 24 “Durum tespiti”, 10 “Kutlama/Teşekkür”, 12 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 61 “Bilgilendirme/Duyuru”, 12 “Uyarı/Tavsiye”, 19 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 “Güçlü devlet”, 21 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, 3 “İcraatı Övme”, 3 “Taziye/Anma” ve 9 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Pedro Sanchez, diğer liderlere oranla 24 adetle en fazla “Durum tespiti”, 12 adetle en fazla “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı”, 9 adetle en fazla “Diğer” kategorisinde paylaşım yapan lider olmuştur. Sanchez’in “Dua/Dilek/Temenni” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı görülmüştür.

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador; 3 “Moral/Motivasyon”, 4 “Durum tespiti”, 2 “Kutlama/Teşekkür”, 1 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 18 “Bilgilendirme/Duyuru”, 11 “Uyarı/Tavsiye”, 4 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 “Güçlü devlet”, 7 “Önlem /İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet”, ve 2 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşımı yapmıştır. Meksika Devlet Başkanı Obrador, “Polemik/Eleştiri”, “Dua/Dilek/Temenni” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmamıştır.

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes: 7 “Durum tespiti”, 2 “Kutlama/Teşekkür”, 31 “Bilgilendirme/Duyuru”, 5 “Uyarı/Tavsiye”, 5 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 9 “Önlem /İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet”, 1

“İcraatı Övme”, 2 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşmıştır. Başbakan Sophie Wilmes’in, “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı”, “Polemik/Eleştiri “. “Dua/Dilek/Temenni”, “Güçlü devlet mesajı“, “Taziye/Anma” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı belirlenmiştir.

Almanya Başbakanı Angela Merkel’in eylem ve söylemlerini duyuran Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert; 14 “Durum tespiti”, 4 “Kutlama/Teşekkür”, 3 “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 55 “Bilgilendirme/Duyuru”, 24 “Uyarı/Tavsiye”, 15 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 1 “Güçlü devlet” ve 28 “Önlem /İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet” içerikli tweet paylaşımı gerçekleştirmiştir. Sözcü Steffan Seibert’in “Moral/Motivasyon”, “Durum tespiti“, “Kutlama/Teşekkür”, “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı”, “Polemik/Eleştiri”, “Uyarı/Tavsiye“, “Dua/Dilek/Temenni”, “Güçlü devlet mesajı”, “Taziye/Anma” ve “Ülkelere eleştiri” kategorilerinde paylaşım yapmadığı tespit edilmiştir.

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani; 3 adet “Bilgilendirme/Duyuru”, 3 adet de “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” içerikli paylaşım yapmıştır. Diğer kategorilerde paylaşım yapmamıştır.

Çin Devlet Başkanı Xi Jinping’in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşıldığı Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı; 5 “Moral/Motivasyon”, 12 “Durum tespiti”, 3 “Kutlama/Teşekkür”, 2 Polemik/Eleştiri”, 41 “Bilgilendirme/Duyuru”, 3 “Uyarı/Tavsiye”, 43 “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 2 “Güçlü devlet”, 18 “Önlem /İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet”, 8 “İcraatı övme”, 1 “Taziye/Anma”, 5 “Ülkelere eleştiri” ve 9 “Diğer” kategorisinde tweet paylaşımı yapmıştır. Bu Twitter hesabı, 43 adetle en çok “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı”, 5 adetle en çok “Ülkelere eleştiri”, 9 adetle de en çok “Diğer” kategorisinde paylaşım yapılan hesap olmuştur. Devlet Konseyi resmi Twitter hesabından “Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı” ve “Dua/Dilek/Temenni” kategorilerinde paylaşım yapılmadığı tespit edilmiştir.

12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının Twitter hesaplarının 31 Aralık 2019 ve 1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki Twitter paylaşımlarının içerik kodları aşağıda tablo 4.5’te bulunmaktadır.

Tablo 4.5: Ülke liderlerinin 31 Aralık 2019-1 Haziran 2020 tarihleri arasındaki Twitter paylaşımlarının içerik kodları

Ülke Liderlerinin Twitter Mesaj İçeriklerinin Kodları (adet bazında belirtilmiştir)	Örnekleme Dâhil Olan Ülke Liderleri											
	R. Tayyip Erdoğan	Donald Trump	Boris Johnson	Giuseppe Conte	Jair Bolsonaro	Emmanuel Macron	Pedro Sanchez	Manuel Obrador	Sophie Wilmes	Angela Merkel	Hassan Rouhani	Xi Jinping
Moral/Motivasyon	8	9	4	2	4	1	5	3	-	-	-	5
Durum tespiti	4	5	18	5	3	9	24	4	7	14	-	12
Kutlama/Teşekkür	5	8	27	6	5	20	10	2	2	4	-	3
Ulusal Birlik/ Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı	3	1	9	5	4	9	12	1	-	3	-	-
Polemik/Eleştiri	2	26	-	-	5	-	-	-	-	-	-	2
Bilgilendirme/Duyuru	25	29	80	23	89	18	61	18	31	55	3	41
Uyarı/Tavsiye	6	1	88	2	-	10	12	11	5	24	-	3
Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma /Dayanışma Çağrısı	6	5	4	3	4	22	19	4	5	15	3	43
Dua/Dilek/Temenni	4	-	-	2	3	1	-	-	-	-	-	-
Güçlü devlet mesajı	-	3	2	-	-	1	2	2	-	1	-	2
Önlem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet	7	7	11	14	44	19	21	7	9	28	-	18
İcraatı övme	15	9	1	1	3	-	3	-	1	-	-	8
Taziye/Anma	4	-	1	1	-	2	3	-	-	-	-	1
Ülkelere eleştiri	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	5
Diğer	-	2	2	8	2	2	9	2	2	8	-	9

Not: Yukarıdaki tabloda ülke liderlerinin en çok paylaşım yaptıkları kategorilere ilişkin rakamlar koyu renkte belirtilmiştir.

4.8.3. Ülke Liderlerinin 31 Aralık 2019 ile 31 Mayıs 2020 Tarihleri Arasında Paylaştıkları Tweetler Üzerinden Yapılan Söylem Çözümlemesi

İlk olarak 31 Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs'ü salgının tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Salgının daha fazla yayılmaması için dünya

lkelerinin liderleri yoğun bir çaba içine girmişlerdir. Kimi ülkelerin liderleri salgını fazlaca ciddiye almamış, bunun olumsuz sonuçlarını çok sayıda insanın hayatını kaybetmesiyle görmüşlerdir. Gizemli solunum yolu hastalığı olarak nitelenen Koronavirüs'ten (Covid 19) ilk lm Wuhan'da 11 Ocak'ta meydana gelmiştir. Hastalığın ortaya çıkmasıyla birlikte yeni medyanın en önemli unsurlarından biri olan sosyal medya platformları bilgilendirme ve kamuoyunu aydınlatma amaçları doğrultusunda yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Bu platformların en önemlisi de Twitter'dır. Dünya liderlerinin yanı sıra ülkemizdeki siyasi parti liderleri çoğunlukla Twitter üzerinden kitlelerle iletişim kurmayı tercih etmişlerdir. Daha önceleri siyasi iletişim aracı olarak kullanılmasına alışık olunan Twitter bu kez küresel bir salgında kitlelerle iletişim kurmak en çok tercih edilen sosyal medya platformu olmuştur. Ülkemizde meydana gelen bazı deprem ve afetlerde, 2013'teki Gezi Parkı eylemlerinde ve 15 Temmuz 2016'daki darbe girişiminde bir kitle iletişim aracı olarak işlev gören Twitter, Koronavirüs salgını gibi bir toplumsal kriz döneminde popülerliğini bir kez daha ispat etmiştir. Başta Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere dünya ülkelerinin liderleri konuya ilişkin gelişmeleri, bilgilerini, hislerini ve çözüm önerilerini kamuoyu ile bu platform üzerinden paylaşmışlardır.

Bu araştırmada ülke liderlerinin toplumsal kriz dönemlerinde hangi bakış açısına sahip oldukları ve bu bakış açısının salgının gidişatını nasıl etkilediği konusu belirlenmeye çalışılacaktır. Bu nedenle de her bir liderin 31 Aralık 2019 ile 1 Haziran 2020 tarih aralığındaki Koronavirüs konusuna ilişkin Twitter paylaşımları incelenmeye alınmıştır. Bu amaçla da salgından dünyada fazla can kaybının meydana geldiği 10 ülkenin liderleri ile Türkiye ve Çin liderlerine 5'er soru sorulmuştur. Liderlerin söylemleri, konuyu çerçeveleyen bu 5 araştırma sorusu üzerinden Van Dijk'ın "söylem analizi" yöntemi kullanılarak değerlendirilecektir.

4.8.3.1. Recep Tayyip Erdoğan

Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı orta düzeyde olan liderlerden birisidir. Erdoğan, rnekleme dahil olan 12 ülkenin liderlerinin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 89'unu (% 6,35) paylaşmıştır. Twitter hesabını Ağustos 2009'da

açtığı görülen Erdoğan'ın eski bir Twitter kullanıcısı olduğu görülmektedir. Twitter'ı etkin bir şekilde kullanan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, Koronavirüs konusu ile ilgili paylaşımlarda herhangi bir etiket kullanmadığı görülmüştür. Yöneltilcek araştırma sorularıyla Erdoğan ve diğer liderlerin Twitter paylaşımları üzerinden lider tutumları belirlenecektir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Türkiye'de ilk vaka 11 Mart 2020'de ortaya çıkarken, konu ile ilgili olarak kamuoyunun bilgilendirilmesi bu tarihte Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından yapılmıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan 11 Mart 2020 günü yaptığı Twitter paylaşımıyla ilk vakanın ortaya çıktığı bilgisini tüm Türkiye'ye duyurmuştur.

Erdoğan Şekil 4.1'de görüldüğü üzere ilk vakanın görüldüğü bilgisini partisinin Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) grup toplantısında, "Türkiye inşallah bu sıkıntıyı herhangi bir kayıp vermeden atlatacaktır. Hiçbir virüs bizim tedbirlerimizden güçlü değildir" sözleriyle duyurmuştur. Erdoğan bu sözleriyle kamuoyuna moral vermeyi de ihmal etmemiştir. Erdoğan'ın ilk vakanın ülkemizde görüldüğü açıklamasını yapmasının ardından Koronavirüs Bilim Kurulu oluşturulmuş ve salgının önlenmesine ve etkisinin azaltılmasına yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Salgınla ilgili sağlık politikaları Koronavirüs Bilim Kurulu'nun tavsiyeleri doğrultusunda şekillenmiştir. Sağlık Bakanı Fahrettin Koca her gün düzenli olarak vaka ve ölüm sayılarını vermekle birlikte salgının gidişatına ilişkin bilgileri paylaşmıştır. Hükümetin ilk vaka görüldükten sonra birbiri ardına adım atması tehlikenin farkına hızlı bir şekilde varıldığını göstermektedir.

Erdoğan, örnekleme dahil olan ülke liderleri arasında Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador'dan sonra koronavirüs konusunda en geç paylaşım yapan bir diğer lider olmuştur.

Şekil 4.1: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Türkiye’de ilk koronavirüs vakasının görüldüğüne ilişkin açıklaması



Kaynak: <https://twitter.com/RTErdogan/status/1237658567169228802>

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 89 tweetin 6’sı araştırma sorusunun cevabı olan “Uyarı/Tavsiye” kategorisine girmektedir. Erdoğan bu kategoride; sosyal mesafe, kişilerin kendi kendine alacağı tedbirler, evde kalma uyarısı, kurallara uyulması gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Erdoğan’ın araştırma sorusunda belirtilen “Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?” sorusuna uygun davrandığı ve vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.2’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Erdoğan’ın “KOVİD-19 hastalığından en iyi korunma yöntemi, herkesin kendi kendine alacağı tedbirlerdir. Hiç kimse, bencilliği veya özensizliği sebebiyle tüm toplumun sağlığını tehlikeye atma hakkına sahip değildir” cümleleriyle uyarılarda bulunduğu tweet örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.2: Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Koronavirüsü'nün bulaşıcılığı konusunda halka yönelik uyarıları.



Kaynak: <https://twitter.com/RTErdogan/status/1240304734000558083>

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 89 tweetin 7'sinin bu araştırma sorusunun cevabı olan "Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet" kategorisine girdiği belirlenmiştir. Erdoğan bu kategoride; Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi açıklanması, Bilim Kurulu'nun tavsiyeleri doğrultusunda bazı yeni önlemler alınması, sağlık sistemine ilişkin yeni düzenlemelerin yapılması, Acil Durum Hastaneleri ve Şehir Hastaneleri'nin açılması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Erdoğan'ın araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.3'te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Erdoğan'ın açıkladığı Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi'ni duyuran Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur. Twitter paylaşımının görsel bölümünde ise Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi'nin maddeleri yer almaktadır.

Şekil 4.3: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın açıklanan ekonomik istikrar paketine ilişkin tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RTErdogan/status/1240312967268360192>

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Koronavirüs konusunda paylaştığı toplam 89 tweetin 6’sı bu araştırma sorusunun cevabı durumundaki “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı” kategorisine girmektedir. Erdoğan bu kategoride; çeşitli ülkelerin liderleriyle salgın konusunda bilgi alışverişinde bulunma ve işbirliği, tüm ülkeleri virüsle ortaklaşa mücadeleye davet etme, çeşitli ülkelere sağlık ekipmanı yardımıyla bulunma gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Erdoğan’ın araştırma sorusundaki “Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?” sorusuna uygun davrandığı tespit edilmiştir.

Şekil 4.4’te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Erdoğan’ın Almanya, İngiltere ve Fransa liderleriyle gerçekleştirdiği video konferans görüşmesini anlatan Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.4: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın yabancı liderlerle yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RTErdogan/status/1239950996064927746>

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Koronavirüs konusunda paylaştığı toplam 89 tweetin 25’i bu araştırma sorusunun cevabı olan “Bilgilendirme/Duyuru” kategorisine girmektedir. Erdoğan bu kategoride; Koronavirüs’ten korunmanın yolları, salgınla mücadeleyle ilişkin alınan kararlar, virüsün en çok etkilediği yaş grupları, yabancı liderlerle yapılan görüşmenin detayları, salgınla mücadele için yapımına başlanan hastanelerin durumu, normal hayata dönüş için atılacak adımlar gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Erdoğan’ın araştırma sorusundaki “Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?” sorusuna uygun davrandığı tespit edilmiştir.

Şekil 4.5’te Cumhurbaşkanlığı resmi Twitter hesabından yapılan ve Erdoğan’ın retweet ettiği basit önlemlerle Koronavirüs’ten korunma yollarını anlatan bir videolu paylaşım örnek olarak sunulmuştur

Şekil 4.5: Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Cumhurbaşkanlığı resmi hesabından retweet ettiği bilgilendirme paylaşımı



Kaynak: <https://twitter.com/RErdogan/status/1245322531986432001>

4.8.3.2. Donald Trump

ABD Başkanı Donald Trump, Twitter’ı etkin kullanan bir lider olup, salgın döneminde Koronavirüs başta olmak üzere birçok konuda paylaşım yapmıştır. Trump, araştırmanın örnekleme dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı en yüksek seviyede olan liderdir. Trump, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 105’ini (% 7,49) paylaşmıştır. Hesabını Mart 2009’da açtığı görülen Trump’ın Twitter’ı neredeyse ilk kurulduğundan bu yana kullanmaktadır. Bugüne dek toplam 59.300 tweet paylaşan Trump, bu konuda liderler arasında ilk sırayı almaktadır. Tweetlerinde görsel, video ve canlı yayın gibi unsurlardan ziyade metin kullanmayı tercih eden Trump sıklıkla mesajlarını zincir tweetler aracılığıyla iletmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

ABD Başkanı Donald Trump Koronavirüs salgını konusunu Çin’in ardından neredeyse sosyal medyada ilk işleyen ve durumun farkına varan lider olmuştur. Konuya ilişkin ilk tweetini 25 Ocak 2020’de paylaşan Trump, şekil 4.6’da görüldüğü gibi Çin’i destekler nitelikte bir söylemde bulunmuştur. Trump tweetinde, “Çin,

Coronavirüsü kontrol altına almak için çok çalışıyor. Amerika Birleşik Devletleri çabalarını ve şeffaflığını çok takdir ediyor. Her şey iyi olacak. Özellikle Amerikan Halkı adına Başkan Xi'ye teşekkür etmek istiyorum!” sözlerine yer vermiştir.

Şekil 4.6: ABD Başkanı Trump’ın Koronavirüsle ilgili ilk paylaşımı



Kaynak: Twitter.com

(**Türkçe Çevirisi:** Çin, Coronavirüsü kontrol altına almak için çok çalışıyor. Amerika Birleşik Devletleri çabalarını ve şeffaflığını çok takdir ediyor. Her şey iyi olacak. Özellikle Amerikan Halkı adına Başkan Xi'ye teşekkür etmek istiyorum!)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

ABD Başkanı Donald Trump’ın Koronavirüs konusunda paylaştığı toplam 105 tweetin sadece 1’i araştırma sorusunun cevabı olan “Uyarı/Tavsiye” kategorisine girmektedir. Trump, 19 Mart 2020 tarihinde paylaştığı tweetinde ABD Ulusal Alerji ve Bulaşıcı Hastalıklar Enstitüsü Direktörü Dr. Anthony Fauci’nin bir videosuna yer vermiş ve bu videoya “Social Distancing!” (Sosyal mesafe) şeklinde iki kelimelik not düşmüştür.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Trump’ın, yetersiz olsa da araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.7’de Trump’ın araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve vatandaşlara sosyal mesafe uyarısında bulunan bir tweeti örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.7: ABD Başkanı Trump’ın sosyal mesafe uyarısı içerikli paylaşımı



Kaynak: Twitter.com
(Türkçe Çevirisi: Sosyal mesafe!)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

ABD Başkanı Donald Trump’ın paylaştığı toplam 105 tweetten 7’si bu araştırma sorusunun cevabı olan “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girmektedir. Trump bu kategoride; yurtdışından ABD’ye gelenlere test uygulanma zorunluluğu, salgınla mücadele için bütçe ayrılması, vatandaşlara yardım için bütçe sağlanması, medikal cihaz satın alınması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar, Trump’ın araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 4.8’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Trump’ın ABD’ye riskli bölgelerden hava yoluyla gelecek yolculara tarama testi uygulanacağını duyuran bir paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.8: ABD Başkanı Trump’ın yurtdışından ABD’ye gelecek yolculara tarama yapılacağına ilişkin tweeti



Kaynak: Twitter.com

(Türkçe Çevirisi: Koronavirüs: Belirli yüksek riskli ülkelerden veya bu ülkelerdeki bölgelerden gelen yolcuları "uçığa binmeden önce" taramaya ek olarak, Amerika'ya vardıklarında da taranacaklar. Teşekkür ederim! @VP @SecAzar @CDCgov @CDCDirector)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

ABD Başkanı Donald Trump'ın paylaştığı toplam 105 tweetten 5'i bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Trump, salgının etkisinin azaltılması, medikal ekipman gereksinimi ve bilgi paylaşımı gibi çeşitli konularda yabancı ülke liderleriyle telefon ve video konferans görüşmeleri gerçekleştirmiştir. Söz konusu paylaşımlar Trump'ın araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.9'da araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile yaptığı görüşmeyi duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.9: Başkan Trump'ın Çin Devlet Başkanı ile yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti



Kaynak: Twitter.com

(**Türkçe Çevirisi:** Çin Devlet Başkanı Xi ile çok güzel bir görüşmeyi yeni bitirdim. Gezegenimizin büyük bir kısmını kasıp kavuran CoronaVirus hakkında ayrıntılı olarak tartışıldı. Çin çok şey yaşadı ve Virüs konusunda güçlü bir anlayış geliştirdi. Birlikte yakın çalışıyoruz. Çok saygı!)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

ABD Başkanı Donald Trump'ın Koronavirüs konusu ile ilgili paylaştığı toplam 105 tweetten 29'u bu araştırma sorusunun cevabı olan "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Trump bu kategoride; salgının gidişatı, ölüm ve vaka sayıları, salgına ilişkin alınan önlemler, valilerle yapılan konferanslar, Koronavirüs Görev Gücü'nün çalışmaları, ülkelerle sınırların kapatılmasına ilişkin bilgi ve şehirlerdeki karantina kararları gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar Trump'ın araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda

bilgilendirme yapmış mıdır?” sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.10’da Trump’ın araştırma sorusunun da cevabı niteliğinde olan ve Koronavirüs’le ilgili bir basın toplantısı düzenleyeceğini duyuran tweeti örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.10: Trump’ın Beyaz Saray’da Koronavirüs’le ilgili düzenleyeceği basın toplantısını duyuran tweeti



Kaynak: Twitter.com

(Türkçe çevirisi: Bugün saat 15: 00'te Beyaz Saray'da bir basın toplantısı yapacağım.
Konu: CoronaVirus!)

4.8.3.3. Boris Johnson

İngiltere Başbakanı Boris Johnson, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Koronavirüs konusunda Twitter’ı en çok kullanan kişidir. Ülke liderlerin Koronavirüs konusuna ilişkin paylaştığı toplam 1.401 tweetin 247’sini (%17,63) paylaşan Johnson, Twitter kullanımında lider durumundadır. Twitter hesabını Nisan 2015’te açtığı görülen Johnson’ın yeni bir Twitter kullanıcısı olduğu ve toplamda 4.136 adet paylaşım yaptığı görülmektedir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

İngiltere Başbakanı Boris Johnson, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülkenin liderleri arasında erken sayılabilecek bir tarihte Koronavirüs salgını tehlikesinin farkına varmıştır. Johnson, 18 Şubat 2020 tarihinde paylaştığı konuya ilişkin ilk tweetinde, “Bu sabah, koronavirüsden etkilenenlere sempati ve desteğimi ifade etmek için Çin Devlet Başkanı Xi ile konuştum” sözlerine yer vermiştir. Başbakan Johnson’ın ilgili tweet paylaşımı şekil 4.11’de bulunmaktadır.

Şekil 4.11: Boris Johnson’ın Koronavirüs konusunda paylaştığı ilk tweet



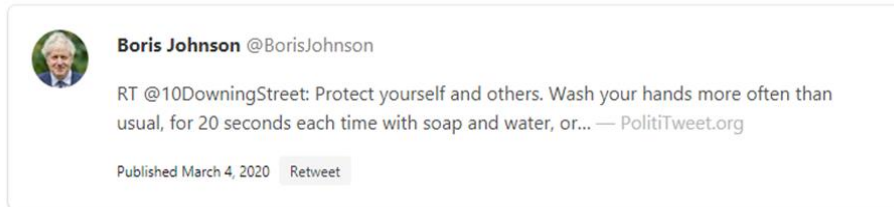
Kaynak: <https://twitter.com/BorisJohnson>

(**Türkçe çevirisi:** Bu sabah, koronavirüsten etkilenenlere sempati ve desteğimi ifade etmek için Çin Devlet Başkanı Xi ile konuştum)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

İngiltere Başbakanı Boris Johnson Koronavirüs konusu ile ilgili olarak paylaştığı toplam 247 tweetin 88’i araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki “Uyarı/Tavsiye” kategorisine girmektedir. Johnson bu nedenle örnekleme dahil olan diğer liderlere göre belirtilen kategoride en fazla paylaşım yapan lider unvanına sahiptir. Johnson’ın paylaştığı tweetlerin içeriğini evde kalma çağrısı, temizlik ve sosyal mesafe gibi konular oluşturmaktadır. Johnson ayrıca paylaşımlarının büyük bir çoğunluğunda Türkçesi “Evde kal, hayatını koru” anlamına gelen “#StayHomeSaveLives” ve “dikkatli ol” anlamına gelen “#StayAlert” etiketlerini kullanmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Johnson’ın araştırma sorusundaki gibi vatandaşları tehlike konusunda uyardığı anlaşılmıştır. Şekil 4.12’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve hijyenin önemine dikkat çeken Johnson’a ait paylaşımlardan bir örnek bulunmaktadır.

Şekil 4.12: Boris Johnson’ın hijyen konusunda vatandaşları uyardığı paylaşım



Kaynak: <https://twitter.com/BorisJohnson>

(**Türkçe Çevirisi:** RT @ 10DowningStreet: Kendinizi ve başkalarını koruyun. Ellerinizi her zamankinden daha sık, her seferinde 20 saniye sabun ve suyla yıkayın.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

İngiltere Başbakanı Boris Johnson'ın paylaştığı toplam 247 tweetin 11'i araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki “Önem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girmektedir. Johnson bu kategoride; işletmelere, düşük gelirli ailelere destek verilmesi, virüsün yayılımının önlenmesi için lokanta ve kafe gibi işyerlerinin kapanması, işten çıkarılanlara destek, evde kalan ailelere karşılıksız destek ödemesi gibi içeriklere sahip paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Johnson'ın araştırma sorusundaki gibi çözüm için girişimlerde bulunduğu belirlenmiştir. Şekil 4.13'te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve devletin işletmeler için vereceği kredi paketini duyuran Johnson'a ait paylaşımlardan bir örnek bulunmaktadır. Bu paylaşım İngiltere Hükümeti'nin resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımın Başbakan Johnson tarafından yapılan bir retweettir.

Şekil 4.13: Boris Johnson'ın, işletmelere kredi paketi verileceğini duyurduğu tweet



Kaynak: <https://twitter.com/BorisJohnson>

(**Türkçe Çevirisi:** Hükümet, işletmeler için 330 milyar sterlinlik bir kredi paketi ve garantileri açıkladı.#coronavirus pandemi. Bunun sizin için ne anlama geldiğini görün.)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

İngiltere Başbakanı Boris Johnson'ın Koronavirüs ile ilgili paylaştığı toplam 247 tweetin 4'ü “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” kategorisine girmektedir. Johnson bu kategoride; yabancı ülke liderleriyle görüşme, aşı

çalışmalarının uluslararası düzeyde yürütülmesi çağrısı, küresel bir iyilik sağlanması için tüm ulusların birlikte çalışması gibi içeriklere sahip paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Johnson’ın araştırma sorusundaki “Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?” sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.14’te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Koronavirüse karşı geliştirilecek olası çalışmalarının ulusların ortak çabası ile gerçekleştirilmesi gerektiğini anlatan Johnson’a ait bir örnek Twitter paylaşımı bulunmaktadır.

Şekil 4.14: Boris Johnson’ın, aşı geliştirmede uluslararası işbirliğinin önemini vurgulayan bir tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/BorisJohnson>

(**Türkçe Çevirisi:** Bu virüsü yenmek için aşığı keşfetme yarışı ülkeler arası bir rekabet değil, hayatımızın en acil ortak çabasıdır. İnsanlık virüse karşı - bu işte beraberiz ve birlikte galip geleceğiz.)

Araştırma Sorusu 5 Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

İngiltere Başbakanı Boris Johnson’ın paylaştığı toplam 247 tweetin 80’i bu araştırma sorusunun cevabı durumundaki “Bilgilendirme/Duyuru” kategorisine girmektedir. Johnson bu kategoride; Koronavirüs ile ilgili en çok merak edilenler, salgının gidişatı, seyahat yasakları, salgını önleme için alınan önlemler, okulların kapanması, testlerin uygulanması, yeni acil durum önlemleri, vaka ve ölüm sayıları gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Johnson ayrıca, düzenlik olarak yapılan günlük basın toplantılarıyla da vatandaşları salgın konusunda bilgilendirmiştir. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak

Johnson’ın araştırma sorusundaki “Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?” sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.15’te Johnson’ın araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve okulların kapatılacağına ilişkin duyurusunun yer aldığı bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.15: Boris Johnson’ın okulların kapanacağını duyuran tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/BorisJohnson>

(**Türkçe çevirisi:** Hükümet, okulların Pazartesi gününden itibaren kapanacağını duyurdu <https://gov.uk/government/news/schools-colleges-and-early-years-settings-to-close>)

4.8.3.4. Giuseppe Conte

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte, araştırmanın örnekleme dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter’ı en az kullanan dört liderden birisidir. Conte, ülke liderlerin Koronavirüs konusuna ilişkin paylaştığı toplam 1.401 tweetin 71’ini (%5,06) paylaşmıştır. Twitter hesabını Mayıs 2018’de açtığı görülen Giuseppe Conte’nin diğer ülke liderlerine göre en yeni Twitter kullanıcısı olduğu görülmektedir. Conte’nin paylaşımlarının büyük bir kısmında “#coronavirus” etiketini kullandığı görülmüştür.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte'nin Koronavirüs konusundaki ilk tweetini paylaşması, 31 Ocak 2020'de İtalya'da Başbakanlık Sarayı olarak bilinen Palazzo Chigi'nin hesabından yapılan bir paylaşımı retweet etmesiyle olmuştur. Retweetin içeriğinde Başbakan Conte ile birlikte İtalya Sağlık Bakanı'nın canlı yayında bir basın toplantısı yapacağından bahsedilmektedir. Koronavirüsün Çin'de ilk kez 31 Aralık 2019'da ortaya çıktığı dikkate alındığında Conte'nin Şekil 4.16'da görülen konuya ilişkin ilk tweeti paylaşması 1 ay sonrasına rastlamakta olup, diğer liderlerin paylaşım tarihlerine oranla geç bir tarih değildir.

Şekil 4.16: Giuseppe Conte, Koronavirüsle ilgili ilk tweetini Başbakanlık resmi hesabından yapılan paylaşımı retweet ederek yapmıştır



Kaynak: <https://twitter.com/GiuseppeConteIT>

(Türkçe çevirisi: Coronavirus, Başkanın basın toplantısı @GiuseppeConteIT ve Sağlık Bakanı @robersperanza Palazzo Chigi'den canlı)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte'nin paylaştığı toplam 71 tweetin 2'si araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Uyarı/Tavsiye" kategorisine girmektedir. Conte'nin paylaştığı tweetlerin içeriğini; okulların kapanması konusunda çıkan yanlış haberlere karşı dikkatli olunması ve salgının bitmediği ve ülkedeki acil durumun henüz sona ermediğini ifade eden cümleler oluşturmaktadır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Conte'nin araştırma sorusundaki gibi vatandaşlara uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.17’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve vatandaşları salgından korunmak için dikkatli olmaya çağıran Conte’ye ait paylaşımlardan bir örnek bulunmaktadır.

Şekil 4.17: Giuseppe Conte’nin vatandaşları salgına karşı dikkatli olmaya çağırdığı paylaşım



Kaynak: <https://twitter.com/GiuseppeConteIT>

(**Türkçe çevirisi:** Ülke, acil durumun 2. aşamasını yaşamaya hazırlanıyor, ancak korumanızın düşmesine izin vermemeniz çok önemli. Hâlâ salgının ortasındayız ve dikkatsizlik jestleri şimdiye kadar gösterilen çabaları boşa çıkarabilir. Bugünkü röportajım)

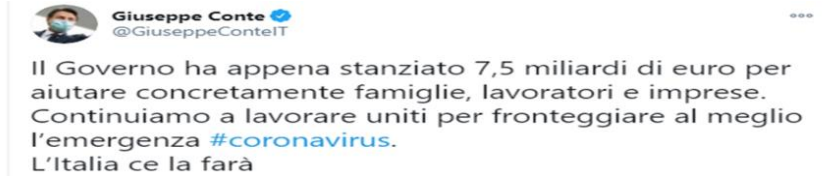
Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte’nin paylaştığı 71 tweetin 14’ü bu araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan “Önlem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girmektedir. Conte bu kategoride; çeşitli kesimlere maddi destek verilmesi, virüsün olumsuz etkilerinden korunmak için olağanüstü hal ilan edilmesi, önlemlerin koordinasyonu için acil durum yönetimi ve görev gücü oluşturulması gibi içeriklere sahip paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Conte’nin araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.18’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve hükümetin ailelere, işçilere ve işletmelere yardım için 7,5 milyar Avro ayırdığını duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.18: Giuseppe Conte'nin çeşitli kesimlere maddi yardım yapılacağını duyuran tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/GiuseppeConteIT>

(**Türkçe çevirisi:** Hükümet, ailelere, işçilere ve işletmelere somut olarak yardım etmek için 7,5 milyar avro ayırdı. Acil durumla daha iyi yüzleşmek için birlikte çalışmaya devam ediyoruz #coronavirus İtalya başaracak)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte'nin paylaştığı 71 tweetin 3'ü bu araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Conte bu kategoride; yabancı ülke liderleriyle görüşme, bazı Avrupa ülkelerinin liderlerine salgın sürecinin yönetimi ve işbirliği konusunda mektup yazılması gibi içeriklere sahip paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Conte'nin araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği belirlenmiştir. Şekil 4.19'da, araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Conte'nin Almanya Başbakanı Merkel ile yaptığı görüşmeyi anlatan bir örnek Twitter paylaşımı yer almaktadır.

Şekil 4.19: Giuseppe Conte'nin Merkel ile görüşmesini duyurduğu tweet



Kaynak: <https://twitter.com/GiuseppeConteIT>

(**Türkçe çevirisi:** Devlet Başkanı @GiuseppeConteIT ve Şansölye Merkel bu sabah tamamen Koronavirüs acil durumuyla ilgili uzun bir telefon görüşmesi yaptı.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

İtalya Başbakanı Giuseppe Conte'nin Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 71 tweetin 23'ü bu araştırma sorusunun cevabı durumundaki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Conte bu kategoride; salgından korunmada alınan önlemler, ölüm ve vaka sayıları, salgına yönelik ekonomik önlemler, aşı ve teşhis kitleri için yapılan girişimler gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Conte ayrıca, yaptığı basın toplantılarıyla da vatandaşları salgın konusunda bilgilendirmiştir. Conte'nin düzenlediği basın toplantıları Twitten hesabından da yayınlanmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Conte'nin araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.20'de Conte'nin araştırma sorusunun cevabı olan ve halkı korumada alınan tedbirleri duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.20: Giuseppe Conte'nin salgından korunmada alınan yeni tedbirlerle ilgili tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/GiuseppeConteIT>

(**Türkçe çevirisi:** Üzerinde #Coronavirus ihtiyati eşiği çok yüksek tutmaya devam ediyoruz. Lodi bölgesindeki yeni vakalardan sonra, halkı korumak için gerekli eylemler.)

4.8.3.5. Jair Bolsonaro

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı yüksek seviyede olan liderlerden birisidir. Bolsonaro, örneklem dahilindeki ülke liderlerinin Koronavirüs konusuna ilişkin paylaştığı toplam 1.401 tweetin 167'sini (% 11,92) paylaşmıştır. Twitter hesabını Nisan 2010'da açtığı görülen Jair Bolsonaro'nun eski bir Twitter kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, 1 Şubat 2020 tarihinde paylaştığı bir videolu tweet paylaşımında “Konu: Brezilya hükümetinin Koronavirüse karşı eylemleri” ifadelerini kullanmıştır. Şekil 4.21’de de görülen bu mesajdan hükümetinin Koronavirüs tehlikesinden erken sayılabilecek bir tarihte haberdar olduğu ve önceden tedbir almaya başladığı anlaşılmaktadır.

Şekil 4.21: Jair Bolsonaro’nun Koronavirüs ile ilgili ilk tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

(Türkçe çevirisi: Konu: Brezilya hükümetinin Koronavirüse karşı eylemleri)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

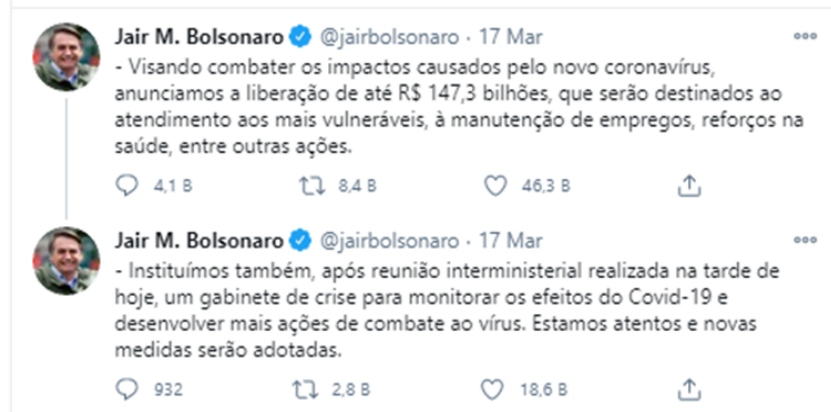
Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro’nun Twitter paylaşımları incelendiğinde, araştırma sorusunun karşılığı olan “Uyarı/Tavsiye” kategorisine giren bir paylaşım yapmadığı görülmüştür.

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro’nun paylaştığı toplam 167 tweetin 44’ünün bu araştırma sorusunun cevabı olan “Önlem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girdiği belirlenmiştir. Bolsonaro diğer ülke liderlerine kıyasla bu kategoride en fazla tweet paylaşan lider durumundadır. Bolsonaro bu kategoride; yabancı ülkelerde bulunan Brezilyalıların ülkeye getirilmesi, aile ödeneğinin genişletilmesi, Covid-19 ile mücadele için bağış fonu kurulması, Covid-19'a karşı eylemleri pekiştirmek için eyaletlere ayrılan bütçenin artırılması, maske ve dezenfektan gibi gereksinimlerden ithalat vergilerinin sıfırlanması, komşu ülkelerle

sınırların kapatılması gibi içeriklere sahip paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar, Bolsonaro'nun araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 4.22'de Bolsonaro'nun salgınla mücadele için bir kriz ofisi kurulmasına ilişkin zincir tweeti örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.22: Jair Bolsonaro'nun sağlığı güçlendirme ödeneği ve kriz ofisi ile ilgili paylaşımları



Kaynak: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

(**Türkçe çevirisi:** 1-Yeni Koronavirüsün neden olduğu etkilerle mücadele etmek için, diğer eylemlerin yanı sıra en savunmasız kişilere yardım etmek, işleri sürdürmek, sağlığı güçlendirmek için 147,3 milyar R \$ 'a kadar çıkacağını duyurduk. 2-Bu öğleden sonra yapılan bir bakanlıklar arası toplantıda, Covid-19'un etkilerini izlemek ve virüsle mücadelede daha fazla eylem geliştirmek için kriz ofisi kurduk. Dikkatliyiz ve yeni önlemler alınacaktır.)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro'nun paylaştığı toplam 167 tweetin 4'ü bu araştırma sorusunun cevabı durumundaki "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Bolsonaro bu kategoride; çeşitli ülkelerin liderleri ve bakanları ile yaptığı bilgi alışverişi, çözüm için diğer ülkele işbirliği yapılması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Conte'niun araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığı tespit edilmiştir.

Şekil 4.23'te, araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Bolsonaro'nun Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile yaptığı görüşmeyi anlatan bir örnek Twitter paylaşımı yer almaktadır.

Şekil 4.23: Jair Bolsonaro'nun Çin Devlet Başkanı ile yaptığı görüşmeye ilişkin paylaşım



Kaynak: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

(**Türkçe çevirisi:** Bu sabah, Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile yaptığımız bir telefon görüşmesinde, dostluk bağlarımızı yeniden teyit ettik, covid-19 ile ilgili bilgi ve eylem alışverişinde bulunduk ve ticari bağlarımızı genişlettik.)

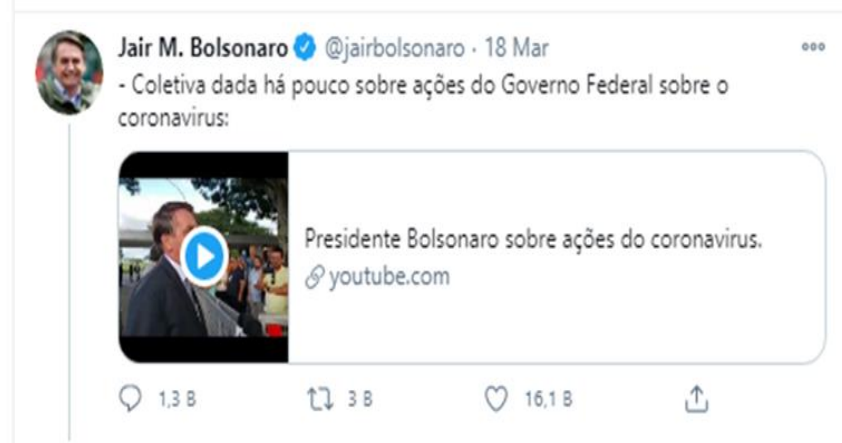
Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro'nun Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 167 tweetin 89'u bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Bolsonaro bu kategoride; hükümetin Koronavirüs ile ilgili aldığı tedbirler, kısıtlama kararları, tıbbi gereksinimlerin vergilendirilmesi, salgının ekonomik etkilerinin iyileştirilmesine yönelik tedbirler, düşük gelirli ailelere yardım, test kitleri gibi birçok konuda paylaşımlar yapmıştır. Ayrıca, Bolsonaro'nun yaptığı açıklamalar Twitter'dan yayınlanmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Bolsonaro'nun, araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.24'te Bolsonaro'nun araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve hükümetin Koronavirüs ile ilgili aldığı tedbirleri duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.24: Jair Bolsonaro'nun Koronavirüs ile ilgili alınan tedbirlere ilişkin tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/jairbolsonaro>

(**Türkçe çevirisi:** Federal Hükümetin koronavirüse ilişkin eylemleri hakkında verilen bildiri:)

4.8.3.6. Emmanuel Macron

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı orta düzeyde olan liderlerden birisidir. Macron, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 114'ünü (% 8,13) paylaşmıştır. Twitter hesabını Ekim 2013'te açtığı görülen Macron'un eski sayılabilecek bir Twitter kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron Koronavirüs tehlikesiyle ilgili ilk tweetini 27 Şubat 2020 tarihinde paylaşmıştır. Bu tarih, Macron'un diğer liderlere göre geç bir şekilde tehlikenin farkına vardığını ifade etmektedir. Fransa Cumhurbaşkanı Macron'un paylaştığı ilk tweet bilgilendirici bir içerikte olup, bu paylaşımda "Koronavirüs ile başa çıkmak, basit eylemleri benimsemek ve riskleri azaltmak için tüm bilgiler cümleleri yer almaktadır.

Şekil 4.25'te de görüldüğü gibi tweetin ekindeki görselde, Koronavirüs ile ilgili bir bilgi hattı telefonu paylaşılmıştır.

Şekil 4.25: Emmanuel Macron'un Koronavirüsle ilgili ilk tweeti



Kaynak: https://twitter.com/EmmanuelMacron/with_replies

(Türkçe çevirisi: Koronavirüs ile başa çıkmak, basit eylemleri benimsemek ve riskleri azaltmak için tüm bilgiler:)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un paylaştığı toplam 114 tweetin 10'u araştırma sorusunun cevabı olan "Uyarı/Tavsiye" kategorisine girmektedir. Macron bu kategoride; salgın üzerinden yapılan spekülasyonların ciddiye alınmaması, kronik hasta ve yaşlıların evde kalması, gerekli olmayan toplu taşıma kullanımının sınırlandırılması, sağlık talimatlarına uyulması, sağlık sistemini kilitlememek için evde kalınması gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un araştırma sorusunda belirtildiği gibi vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.26'da araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve 70 yaşın üzerindeki, kronik hastalığı olanlara ve solunum hastalığı olanlara evde kalmaları yolunda uyarıların yapıldığı Macron'a ait paylaşımlardan bir örnek bulunmaktadır.

Şekil: 4.26: Emmanuel Macron’un yaşlılara ve kronik hastalara “evde kal” uyarısı yaptığı bir tweet



Kaynak: https://twitter.com/EmmanuelMacron/with_replies

(Türkçe çevirisi: 70 yaşın üstündeki tüm insanlardan, kronik hastalıklardan veya solunum problemlerinden mustarip olanlardan, engellilerden mümkün olduğunca evde kalmalarını istiyorum.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron paylaştığı toplam 114 tweetten 19’unun bu araştırma sorusunun cevabı olan “Önlem/İyileştirme/ Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girdiği belirlenmiştir. Macron bu kategoride; maske ve koruyucu giysi tedariki, yabancı ülkelerdeki Fransızların ülkeye getirilmesi, seyahat kısıtlaması, işletmelere maddi destek verilmesi, bilimsel ve tıbbi araştırmalara maddi desteğin artırılması, salgından dolayı gelir kaybı olanlara destek olunması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron’un araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.27’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Macron’un bilimsel araştırmalara verilen maddi desteğin artırıldığını duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.27: Emmanuel Macron'un bilimsel araştırmalara verilen desteğin artırıldığını duyuran tweeti



Kaynak: https://twitter.com/EmmanuelMacron/with_replies

(**Türkçe çevirisi:** COVID-19 krizi bize bilimsel araştırmanın hayati doğasını ve uzun vadede yoğun bir şekilde yatırım yapma ihtiyacını hatırlatıyor. Savaş sonrası dönemden beri görülmemiş bir çaba olan araştırma çabamızı 5 milyar Euro artırmaya karar verdim.)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron paylaştığı toplam 114 tweetten 22'si bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Macron bu kategoride; diğer ülkelerin liderleriyle bilgi alışverişi, özellikle Avrupa Birliği (AB) ülkelerini salgına karşı birlikte hareket etmeye çağırarak, ekonomik durumu zayıf ülkelere destek verilmesi gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar Macron'un araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.28'de, araştırma sorusunun cevabı olan ve Macron'un AB ülkelerini salgınla mücadelede sağlık ve araştırma çalışmaları konusunda işbirliğine çağırdığı bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.28: Emmanuel Macron'un AB ülkelerini sağlık ve araştırma çalışmaları konusunda işbirliğine çağırdığı tweet



Kaynak: https://twitter.com/EmmanuelMacron/with_replies

(**Türkçe çevirisi:** Covid-19'la yüzleşmek için birlik gücü vardır. Avrupalı ortaklarımızı sağlık önlemlerini, araştırma çabalarını ve ekonomik tepkimizi koordine etmek için acil eylem yapmaya çağırıyorum. Şimdi birlikte hareket edelim.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 114 tweetin 18'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Macron bu kategoride; Koronavirüs'ün yayılmasını önlemeye yönelik tedbirler, sağlık sistemi, test kitleri, hijyen kuralları, yaşlıların korunması, teşhis ve tedaviye ilişkin bilgiler, karantinaya ilişkin detaylar, yoksul ailelere ve güvencesiz öğrencilere yönelik yardımlar gibi birçok konuda paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Macron'un araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.29'da Macron'un araştırma sorusunun cevabı olan ve Koronavirüs ile mücadelede alınacak basit önlemlere ilişkin bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.29: Emmanuel Macron'un Koronavirüs'le mücadelede alınabilecek basit önlemlere ilişkin tweeti



Kaynak: https://twitter.com/EmmanuelMacron/with_replies

(Türkçe çevirisi: Koronavirüs ile başa çıkmak, basit eylemleri benimsemek ve riskleri azaltmak için tüm bilgiler:)

4.8.3.7. Pedro Sanchez

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı yüksek seviyede olan liderlerden birisidir. Sanchez, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 181'ini (%12,91) paylaşmıştır. Twitter hesabını Ağustos 2009'da açtığı görülen Sanchez'in Twitter'ın eski bir kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. Sanchez, ülke 12 ülke lideri arasında ABD Başkanı Trump'tan sonra en fazla sayıda (28.600) paylaşım yapan kişidir. Koronavirüs paylaşımlarının büyük bölümünü #coronavirus ve #COVID19 etiketleriyle yapmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez Koronavirüs tehlikesiyle ilgili ilk tweetini 1 Şubat 2020 tarihinde paylaşmıştır. Bu, Sanchez'in tehlikeyi diğer liderlere göre erken sayılabilecek bir tarihte fark ettiğini göstermektedir. Pedro Sanchez konuya ilişkin ilk tweetini, ülkede halk sağlığı konularında bililer veren "Salud Pública" isimli resmi hükümet hesabından yapılan paylaşımı retweet ederek paylaşmıştır. Şekil 4.30'da Başbakan Sanchez'in retweet ettiği paylaşım görülmektedir.

Şekil 4.30: Pedro Sanchez'in Koronavirüs ile ilgili ilk paylaşımı



Kaynak: https://twitter.com/sanchezcastejon/with_replies

(Türkçe çevirisi: Carlos III Sağlık Enstitüsü'nün Ulusal Mikrobiyoloji Merkezi, bir vakayı doğruladı. #coronavirus İspanya'da tespit edildi. Bu, Kanarya Adaları, La Gomera'dan gönderilen bir örneğin analizidir. Hasta, adadaki bir hastaneye kaldırılarak tecrit edilir.)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez'in paylaştığı toplam 181 tweetin 12'si araştırma sorusunun cevabı olan "Uyarı/Tavsiye" kategorisine girmektedir. Sanchez bu kategoride; sosyal mesafe uyarısı, evde kalma çağrısı, salgının önlenmesinde bireysel çabaların artırılması, hijyene önem verilmesi ve maske takılması gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Sanchez'in araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.31'de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve virüsle mücadelede resmi makamların tavsiyelerine uyulması konusunda Sanchez'in vatandaşlara uyarılarının yer aldığı bir Twitter paylaşımı örneği bulunmaktadır.

Şekil 4.31: Pedro Sanchez'in vatandaşları uyardığı tweet



Kaynak: https://twitter.com/sanchezcastejon/with_replies

(**Türkçe çevirisi:** Her vatandaş, başkalarına bakmak için kendi başının çaresine bakmalıdır. #Covid_19'u yenmek istiyorsak bir an önce resmi tavsiyelere uymamız gerekiyor. Sorumluluk ve sosyal disiplin. Kişisel çabamızla virüse karşı zafere katkıda bulunacağız.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez, paylaştığı toplam 181 tweetten 21'inin bu araştırma sorusunun cevabı olan "Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet" kategorisine girdiği belirlenmiştir. Sanchez bu kategoride; ülke çapında alarm durumu ilan edilmesi, aileleri ve işletmeleri korumak için sosyal kaynak bütçesi oluşturulması, aşı geliştirilmesinin teşviki için bütçe ayrılması, savunmasız gruplar için bütçe ayrılması, farklı ülkelerden tıbbi malzeme alımı yapılması, işçilere özel önlem paketi, serbest meslek sahipleri için yardım yapılması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Sanchez'in araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 4.32'de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Sanchez'in işçileri korumak için oluşturulan yeni önlem paketini duyuran Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.32: Pedro Sanchez'in işçileri korumak için alınan önlemleri duyuran tweeti



Kaynak: https://twitter.com/sanchezcastejon/with_replies

(Türkçe çevirisi: İşçileri korumak için yeni bir önlem paketini onayladık. İlgili nedenlerden dolayı işten çıkarılma #COVID19 -Acil durumdan sonra geçici sözleşmelere devam edilmelidir. Geride kimseyi bırakmayacağız.)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez'in paylaştığı toplam 181 tweetten 61'i bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Sanchez bu kategoride; AB üyesi ülkelerle birlikte tedavi geliştirme araştırmalarına katılma, Tedavi ve aşı geliştirme ile salgından korunmada AB üyesi ülkelerle birlikte ortaklaşa çalışılması gerektiğine vurgu gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar Sanchez'in araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan Şekil 4.33'te, Sanchez'in salgınla mücadele için Güney Kore lideri ile yaptığı görüşmeyi anlatan bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.33: Pedro Sanchez'in işbirliği için Güney Kore lideriyle görüşmesini duyuran tweet



Kaynak: https://twitter.com/sanchezcastejon/with_replies

(**Türkçe çevirisi:** Salgınla mücadeleyi Güney Kore Devlet Başkanı Moon Jae-in ile konuştum. #COVID19 bu bizim ülkelerimizi etkiliyor. Bir sonraki toplantı #G20 uluslararası işbirliğini teşvik etmek ve bu krizle birlikte mücadele etmek için bir fırsat olacaktır.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

İspanya Başbakanı Pedro Sanchez'in Koronavirüs konusuyla ilgili paylaştığı toplam 181 tweetten 61'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Sanchez bu kategoride; Koronavirüs'le mücadelede hükümetin önlemleri, halka yönelik ekonomik ve sosyal destekler, tıbbi ekipmanlar ve tıbbi personel, karantinaya ilişkin detaylar gibi birçok konuda paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Sanchez'in araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış

mıdır?” sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır. Şekil 4.34’te Sanchez’in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve karantina tedbirlerinde yeni bir aşamaya geçildiğini duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.34: Pedro Sanchez’in karantina tedbirlerinde yeni bir aşamaya geçildiğini duyuran tweeti



Kaynak: https://twitter.com/sanchezcastejon/with_replies

(Türkçe çevirisi: Bugün karantina tedbirlerinde yeni bir adım atıyoruz. Ancak bunu ihtiyatlı ve sorumlulukla yapmalıyız. Virüs hala orada. Talimatlara saygı duyuyoruz, hijyen ve mesafe kurallarına uyuyoruz)

4.8.3.8. Manuel Obrador

Meksika Devlet Başkanı Andres Manuel Lopez Obrador, araştırmanın örnekleme dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı yüksek seviyedeki liderlerden birisidir. Obrador, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 54’ünü 54 (% 3,85) paylaşmıştır. Hesabını Ekim 2009’da açtığı görülen Obrador’un Twitter’ı ilk kurulduğu yıldan bu yana kullandığı tespit edilmiştir. Obrador, Koronavirüs ile ilgili paylaşımlarının bir kısmını “#COVID19” etiketleriyle yapmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador Koronavirüs salgını tehlikesiyle ilgili ilk tweetini 12 Mart 2020 tarihinde paylaşmıştır. Bu tarih, Obrador’un diğer liderlere kıyasla koronavirüs tehlikesini en geç fark eden lider olduğunu göstermektedir. Obrador şekil 4.35’te görülen bu ilk zincir tweette uzmanların salgını önlemek için

farklı senaryolar üzerinde çalıştıklarını, Koronavirüs’e karşı nasıl hareket edeceklerini öngörmeye çalıştıklarını duyurmuştur.

Şekil 4.35: Manuel Obrador’un Koronavirüsle ilgili ilk tweeti



Kaynak: https://twitter.com/lopezobrador_

(**Türkçe çevirisi:** 1-Uzmanlar, Koronavirüsü önlemek için farklı senaryolar üzerinde çalışıyor; 2- COVID-19'a karşı nasıl hareket edileceğini öngörmeye çalışıyoruz.)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador’un paylaştığı toplam 54 tweetin 11’i araştırma sorusunun cevabı olan “Uyarı/Tavsiye” kategorisine girmektedir. Obrador bu kategoride; evde kalma uyarısı, kişisel önlemlerin alınması, önlemlere uyulması, risk gruplarıyla ilgilenilmesi, hastanelerin doluluğunun önlenmesi gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Obrador’un araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4.36’da araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve gerekli olduğunda dışarı çıkılmasına ilişkin uyarılarda bulunduğu bir Twitter paylaşımı örneği bulunmaktadır.

Şekil 4.36: Manuel Obrador’un vatandaşları gerekli olduğunda dışarı çıkmaları konusunda uyardığı tweeti



Kaynak: https://twitter.com/lopezobrador_

(**Türkçe çevirisi:** Sadece kesinlikle gerekli olduğunda dışarı çıkalım; Risk gruplarıyla ilgilenelim.#QuédateEnCasa . Sabah konferansı.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador’un, paylaştığı toplam 54 tweetten 7’sinin bu araştırma sorusunun cevabı olan “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girdiği belirlenmiştir. Obrador bu kategoride; haksız yere işçi çıkarılmasının önlenmesi, hastanelerin altyapısının güçlendirilmesi, sağlık personeli sıkıntısı yaşanmaması için önlem alınması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador’un araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.37’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve salgın sürecinde özel hastanelerin destek vereceğini duyuran Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.37: Manuel Obrador'un salgında özel hastanelerden destek alınacağını açıklayan tweeti



Kaynak: https://twitter.com/lopezobrador_

(**Türkçe çevirisi:** Bunun gibi zor zamanlarda dayanışma ortaya çıkıyor: özel hastaneler insanların sağlık hakkının güvence altına alınmasına yardımcı olacak.)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador'un paylaştığı toplam 54 tweetten 4'ü bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Obrador bu kategoride; yabancı ülkelerin liderleriyle bilgi ve sağlık ekipmanı alışverişinde bulunulması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador'un araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan

Şekil 4.38'de, Obrador'un ABD Başkanı Trump ve Çin Devlet Başkanı Jinping ile yaptığı görüşmeleri anlatan bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur. Obrador tweetinde "1-Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile telefonla görüştüm; Ulusal Özel Hastaneler Birliği üyeleri ve sağlık sektörü üyeleri ile görüşmelerim oldu. 2-Başkan Donald Trump bize monitörler için dün yaptığımız talebe cevap vereceğini söyledi. #COVID19. Yoğun bir gündü ama büyük bir dayanışma içindeydi" cümlelerine yer vermiştir.

Şekil 4.38: Manuel Obrador'un ABD ve Çin liderleriyle görüşmesini anlatan tweeti



Kaynak: https://twitter.com/lopezobrador_

(**Türkçe çevirisi:** 1-Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile telefonla görüştüm; Ulusal Özel Hastaneler Birliği üyeleri ve sağlık sektörü üyeleri ile görüşmelerim oldu. 2-Başkan Donald Trump bize monitörler için dün yaptığımız talebe cevap vereceğini söyledi. #COVID19. Yoğun bir gündü ama büyük bir dayanışma içindeydi.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador'un paylaştığı toplam 54 tweetten 18'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Sanchez bu kategoride; salgının yayılmasına yönelik önlemler, kamu kurumlarının yetkilileri ile yapılan görüşmelere ilişkin detaylar, yabancı ülke devlet başkanlarıyla yapılan görüşmelerin detayları, salgının gidişatına ilişkin bilgilendirme gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Obrador'un araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.39’da Obrador’un araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve ülkedeki Hazine, Dış İlişkiler, Deniz Kuvvetleri ve Milli Savunma yetkilileriyle tıbbi kapasitenin genişletilmesine ilişkin yaptığı görüşmeyi duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.39: Manuel Obrador’un tıbbi kapasitenin artırılacağını duyuran tweeti



Kaynak: https://twitter.com/lopezobrador_

(**Türkçe çevirisi:** Hazine, Dış İlişkiler, Deniz Kuvvetleri ve Milli Savunma sekreterlerinden oluşan Sağlık ekibi ile görüşme. Konu, etkili ve insanca yüzleşmeye devam etmek için tıbbi kapasitelerin değerlendirilmesi idi. #COVID19)

4.8.3.9. Sophie Wilmes

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes, araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı düşük seviyede olan liderlerden birisidir. Wilmes, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1401 tweetin 62’sini (%4,42) paylaşmıştır. Twitter hesabını Mart 2012’de açtığı görülen Wilmes’in Twitter’ı kullanmaya geç sayılabilecek bir tarihte başladığı tespit edilmiştir. Bugüne dek toplam 1836 tweet paylaşan Wilmes’in Twitter’ı fazla kullanmadığı belirlenmiştir. Wilmes paylaşımlarının çoğunluğunda “#Coronavirus” ve “#COVID19” etiketlerini kullanmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes Koronavirüs salgını tehlikesiyle ilgili ilk tweetini 31 Ocak 2020 tarihinde paylaşmıştır. Bu tarih, Wilmes’in diğer liderlere kıyasla koronavirüs tehlikesini erken fark eden bir lider olduğunu göstermektedir. Wilmes şekil 4.40’ta görülen uyarı niteliğindeki ilk tweetinde “Koordinasyon, uyanıklık, sakinlik. Birkaç hafta boyunca sürekli izleme #COVID19. İstişare halinde hızla önlemler alındı. Bugünün Çekirdeği, önümüzdeki birkaç gün için plan yapmayı kolaylaştırdı. Danışma kurulu yarın sabah 8’de” cümlelerine yer vermiştir.

Şekil 4.40: Sophie Wilmes’in Koronavirüs konusuyla ilgili ilk tweeti



Kaynak: https://twitter.com/Sophie_Wilmes

(**Türkçe çevirisi:** Koordinasyon, uyanıklık, sakinlik. Birkaç hafta boyunca sürekli izleme #COVID19. İstişare halinde hızla önlemler alındı. Bugünün Çekirdeği, önümüzdeki birkaç gün için plan yapmayı kolaylaştırdı. Danışma kurulu yarın sabah 8’de. #Coronavirus#begov <https://premier.be/nl/coronavirus>)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes’in paylaştığı toplam 62 tweetin 5’i araştırma sorusunun cevabı olan “Uyarı/Tavsiye” kategorisine girmektedir. Wilmes bu kategoride; kişisel önlemlerin alınması, evde kalma uyarısı, sosyal mesafe uyarısı ve dikkatli olunması uyarısı gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Wilmes’in araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit

edilmiştir. Şekil 4.41’de Wilmes’in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve vatandaşlara sosyal mesafe uyarısında bulunan bir tweeti örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.41: Sophie Wilmes’in sosyal mesafe uyarısında bulunduğu tweeti



Kaynak: https://twitter.com/Sophie_Wilmes

(Türkçe çevirisi: Sınır tanımının bir parçası olarak, her vatandaşla bir sosyal sözleşme yapıyoruz. Temasımızı çevrelerimizin dışında sınırlamak ve güvenli mesafelerin korunmasını sağlamak hepimizin sorumluluğudur)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes’in paylaştığı toplam 62 tweetten 9’unun bu araştırma sorusunun cevabı olan “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine girdiği belirlenmiştir. Wilmes bu kategoride; kuaförlerin önlem olarak geçici bir şekilde kapanması, diğer ülkelerle olan sınır hareketliliğinin sıkı bir şekilde kontrolü, çeşitli sektörlerin desteklenmesi, savunmasız vatandaşlara yardım yapılması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar, Wilmes’in araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 4.42’de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Wilmes’in çeşitli sektörlerle yapılacak desteklerle ilgili Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.42: Sophie Wilmes’in çeşitli sektörlere yapılacak desteklerle ilgili tweeti



Kaynak: https://twitter.com/Sophie_Wilmes

(**Türkçe çevirisi:** Bu Plan, işçilerin satın alma gücünü korumanın yanı sıra, serbest meslek sahiplerini, KOBİ'leri ve zor durumda olan veya işgücü piyasası krizi sırasında faaliyetlerini durdurması gereken şirketleri desteklemeyi amaçlamaktadır. #Coronavirus Alınan önlemlerin açıklaması)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes’in paylaştığı toplam 62 tweetten 5’i bu araştırma sorusunun cevabı olan “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” kategorisine girmektedir. Wilmes bu kategoride; kendilerinin de dahil olduğu AB ülkelerinin liderleriyle görüş alışverişi ve tıbbi ekipman tedariği konusunun AB Konseyi ile istişare edilmesi gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar Wilmes’in araştırma sorusundaki “Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?” sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.43’te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Wilmes’in AB liderleriyle yaptığı görüşmeleri duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.43: Sophie Wilmes’in AB ülkelerinin liderleriyle yaptığı görüşmeleri duyuran tweeti



Kaynak: https://twitter.com/Sophie_Wilmes

(**Türkçe çevirisi:** Bu sabah liderler @RenewEurope çıkış yolunu tartışmak için bir video konferans düzenledi. Güncel sorunlardan kaçınılamaz. Ekipman kıtlığı endişe kaynağıdır. @EU_Commission üye devletlerin desteklenmesinde daha önemli bir rol oynayabilmelidir)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Belçika Başbakanı Sophie Wilmes'in paylaştığı toplam 62 tweetten 31'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Wilmes bu kategoride; salgının önlenmesine ilişkin alınan tedbirler, karantina tedbirlerine ilişkin detaylar, ülkedeki gıda stoklarının durumu, tıbbi cihazların tedariki, marketlerin açılış saatleri, normalleşme adımlarının atılmasına ilişkin detaylar gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Wilmes'in araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır. Şekil 4.44'te Wilmes'in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve normalleşme adımlarının atılmasıyla ilgili ülkedeki bazı uzmanlarla yaptığı görüşmeyi duyuran bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.44: Sophie Wilmes'in normalleşmeyle ilgili bir gelişmeyi duyurduğu tweeti



Kaynak: https://twitter.com/Sophie_Wilmes

(**Türkçe Çevirisi:** Bakan-Başkanlar ve GEES ile görüşme sürüyor. Uzmanlar, salgının mevcut gelişiminin #Coronavirus ülkemizde planlandığı gibi 4 Mayıs'ta Belçika planının 1A aşamasını devreye almayı mümkün kıldığını belirtmiştir)

4.8.3.10. Angela Merkel (Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert)

Almanya Başbakanı Angela Merkel'in tüm eylem ve söylemlerinin paylaşıldığı Twitter hesabının sahibi Almanya Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert, araştırmanın örnekleme dahil olan 12 ülke lideri arasında Twitter kullanımı orta seviyede olan kişilerden birisidir. Seibert, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1.401

tweetin 152'sini (% 10,84) paylaşmıştır. Twitter hesabını Ocak 2011'de açtığı görülen Seibert'in Twitter'ı kullanmaya bazı liderlere göre erken sayılabilecek bir tarihte başladığı tespit edilmiştir. Bugüne dek toplam 13.300 tweet paylaşan Seibert'in Twitter'ı orta düzeyde kullandığı belirlenmiştir. Seibert'in paylaşımlarında sık sık “#Coronavirus” ve “#COVID19” etiketlerini kullandığı tespit edilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Almanya Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert Koronavirüs salgını ile ilgili ilk tweetini 31 Ocak 2020'de paylaşmıştır. Bu tarih, Seibert'in diğer liderlere kıyasla koronavirüs tehlikesini erken fark eden bir lider olduğunu göstermektedir. Bu tarih Koronavirüs'ün Çin'de ortaya çıkmasından 1 ay sonrasındır. Seibert şekil 4.45'te görülen ilk tweetinde Alman Silahlı Kuvvetleri'nin resmi Twitter hesabından yapılan duyuruyu retweet etmiştir. Bu tweette “#Coronavirus-Luftwaffe, Alman vatandaşlarını Wuhan'dan Almanya'ya geri götürüyor” cümlelerine yer verilmiştir.

Şekil 4.45: Almanya Hükümet Sözcüsü Seibert'in Koronavirüs'le ilgili ilk tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RegSprecher>

(Türkçe çevirisi: #Coronavirus- Luftwaffe, Alman vatandaşlarını Wuhan'dan Almanya'ya geri götürüyor.)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Almanya Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert'in paylaştığı toplam 152 tweetin 24'ü araştırma sorusunun cevabı olan "Uyarı/Tavsiye" kategorisine girmektedir. Seibert bu kategoride; gereksiz yurtdışına çıkışların önlenmesi, evde kalma uyarısı, başkalarıyla temastan kaçınılması, sahte korona test cihazlarına karşı dikkatli olunması ve sosyal mesafe gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Seibert'in araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir. Şekil 4.46'da Seibert'in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve sosyal mesafe konusunda Almanya Sağlık Bakanlığı'nın Twitter hesabından paylaşılan bir mesajı retweet ettiği görülmüştür. Bu tweet aşağıda örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.46: Steffan Seibert'in sosyal mesafe uyarısı içeren retweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RegSprecher>

(Türkçe çevirisi: Virüsün yayılmasını yavaşlatmaya yardımcı olun: Lütfen selamlaşırken el sıkışmaktan kaçınınız.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Almanya Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert'in paylaştığı toplam 152 tweetten 28'inin bu araştırma sorusunun cevabı olan "Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet"

kategorisine girdiği belirlenmiştir. Seibert bu kategoride; ailelerle serbest meslek sahiplerine ve şirketlere koruma paketi sunulması, serbest çalışanlar ve küçük işletmeler için destek yardımı, sınır ötesi trafikte sağlık önlemlerinin yoğunlaştırılması, küçük kültür kurumlarının desteklenmesi, tıbbi koruyucu giysiler için ihracat kısıtlaması, yurtdışında mahsur kalanların getirilmesi, küçük ve orta ölçekli şirketlerin desteklenmesi, hastanelerin kapasitelerinin genişletilmesi gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarda duyurulan hizmetler, Almanya Başbakanı Merkel'in, araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Şekil 4.47'de araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Seibert'in bazı ülkelerle ilgili sınır ötesi trafiğin geçici olarak kısıtlanacağını duyuran Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.47: Steffen Seibert'in bazı ülkelerle sınır ötesi trafiğin kısıtlandığını duyuran tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RegSprecher>

(**Türkçe çevirisi:** Federal hükümet, Fransa, Avusturya, Lüksemburg, İsviçre ve Danimarka'dan sınır ötesi trafiği yarın sabah 8'den itibaren geçici olarak kısıtlayacak. İşte en önemli kilit noktalar daha fazlası @BMI_Bund #COVID19)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Almanya Hükümet Sözcüsü Steffen Seibert'in paylaştığı toplam 152 tweetten 15'i bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Seibert bu kategoride; AB ülkelerinin eşgüdümlü

yaklaşımının salgınla mücadeledeki önemi, yurtdışında kalan Avrupalılara yardım edilmesi, bazı Avrupa ülkelerinin vatandaşlarının Almanya'ya tedavi için getirilmesi, bazı AB ülkelerine tıbbi gereksinim desteği verilmesi gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar Almanya Başbakanı Merkel'in araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.48'de Seibert'in retweet ettiği ve araştırma sorusunun cevabı olan Çin'e yapılan yardımı anlatan tweet bulunmaktadır.

Şekil 4.48: Steffen Seibert'in Çin'e yapılan yardımı duyuran retweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RegSprecher>

(**Türkçe çevirisi:** Çin'e ikinci yardım uçuşu başlatıldı: Buna karşı mücadeleyi desteklemek için #Coronavirus Almanya, etkilenen bölgelere 8,7 ton yardım malzemesi gönderdi. Yardımın içeriğini buradan okuyabilirsiniz:)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Almanya Hükümet Sözcüsü Steffen Seibert'in paylaştığı toplam 152 tweetten 55'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Seibert bu kategoride; yoğun bakım ve tıbbi rehabilitasyon konularına ilişkin iyileştirmeler, Koronavirüs'e ilişkin bilinmesi gerekenler, korunma için yapılması gerekenler, sınır kontrolleri, gıda stokları, hijyen kuralları, ekonomik olarak zor durumda kalan şirketlere yönelik destekler gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Seibert ayrıca Koronavirüs’le ilgili güncel gelişmeler konusunda Başbakan Angela Merkel’in İngilizce, Fransızca, Arapça, Türkçe ve Rusça altyazılı olarak ülkede yaşayan yabancılara yönelik yaptığı bilgilendirme videolarını da hesabında paylaşmıştır. Benzer videolar işaret dilinde de Twitter’da yayınlanmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Merkel’in araştırma sorusundaki “Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?” sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.49’da Merkel’in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Koronavirüs salgını konusundaki gelişmelerin Arapça altyazıyla aktarıldığı bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.49: Merkel’in Koronavirüsle ilgili güncel gelişmeleri aktardığı Arapça altyazılı tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/RegSprecher>

(Türkçe çevirisi: Şansölye Merkel'in Koronavirüs konusunda güncel gelişmeleri aktardığı Arapça altyazılı podcast'i #Coronavirus #COVID19de #Merkel)

4.8.3.11. Hassan Rouhani

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani araştırmanın örneklemine dahil olan 12 ülkenin liderleri arasında Twitter kullanımı en düşük seviyede olan liderdir. Rouhani, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1.401 tweetin sadece 7'sini (% 0,49) paylaşmıştır. Twitter hesabını Mayıs 2013'te açtığı görülen Rouhani'nin Twitter'ı kullanmaya geç sayılabilecek bir tarihte başladığı tespit edilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani Koronavirüs salgını ile ilgili ilk tweetini 5 Mart 2020 tarihinde paylaşmıştır. Bu tarih, Rouhani'nin diğer liderlere kıyasla koronavirüs tehlikesini geç fark eden bir lider olduğunu göstermektedir. Bu tarih Koronavirüs'ün Çin'de ortaya çıkmasından yaklaşık 2 ay sonrasındır. Rouhani şekil 4.50'de görülen ilk tweetinde Dünya Sağlık Örgütü Doğu Akdeniz Bölge Ofisi'nin resmi Twitter hesabından yapılan paylaşımı retweet etmiştir. Bilgilendirme içerikli bu tweette “İran stratejileri ve tüm hükümet yaklaşımı / #COVID19'u kontrol öncelikleri doğru yönde geliyor ve vaka yönetimi, enfeksiyon önleme / kontrol, laboratuvarlar, risk iletişimi etrafında olumlu çalışmalar yapılıyor. Ancak özellikle veri toplama / analizinde daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır” cümlelerine yer verilmiştir.

Şekil 4.50: Hassan Rouhani'nin Koronavirüs ile ilgili ilk tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/HassanRouhani>

(**Türkçe çevirisi:** IR İran stratejileri ve tüm hükümet yaklaşımı / #COVID19’u kontrol öncelikleri doğru yönde geliyor ve vaka yönetimi, enfeksiyon önleme / kontrol, laboratuvarlar, risk iletişimi etrafında olumlu çalışmalar yapılıyor. Ancak özellikle veri toplama / analizinde daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani’nin Twitter paylaşımlarının incelenmesi sonucu Koronavirüs salgını konusuyla ilgili olarak araştırma sorusunun cevabı niteliğinde “Uyarı/Tavsiye” kategorisine giren herhangi bir tweet paylaşmadığı belirlenmiştir.

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani’nin Twitter paylaşımlarının incelenmesi sonucu, Koronavirüs salgını ve etkilerinin çözümü konusunda araştırma sorusunun cevabı niteliğinde, “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisine giren herhangi bir tweet paylaşmadığı belirlenmiştir.

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani’nin paylaştığı toplam 7 tweetten 3’ü bu araştırma sorusunun cevabı olan “Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” kategorisine girmektedir. Rouhani bu kategoriye giren bir tweetinde uluslararası topluma pandemi konusunda görevlerini hatırlatarak, IMF (Uluslararası Para Fonu) ve Dünya Bankası üyesiyiz. Hem bizler hem de küresel kamuoyu için farklı uluslar arasında ayırım yapmak kabul edilemez” mesajını paylaşmıştır. Rouhani bir diğer tweetinde de pandeminin Paris, Londra ve Washington’a Tahran’dan çok uzak olmadığını belirterek, “İran’ın sağlık sisteminin herhangi bir şekilde zarar görmesi bu salgına karşı küresel mücadeleyi sakatlayacaktır. #COVID19 bir ölüm kalım meselesidir ve buna karşı çıkmak tüm ulusların görevidir” şeklinde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlar İran Cumhurbaşkanı Rouhani’nin, araştırma sorusundaki “Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?” sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır. Şekil 4.51’de Rouhani’nin paylaştığı ve araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan bir tweet bulunuyor. Rouhani tweette salgın konusunda işbirliği yapmak üzere Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin ile yaptığı görüşme ve işbirliğini anlatmaktadır.

Şekil 4.51: Hassan Rouhani'nin Putin ile yaptığı görüşmeye ilişkin tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/HassanRouhani>

(**Türkçe çevirisi:** Bugün Başkan Putin ile yaptığımız telefon görüşmesinde, #COVID19 ile savaşmak için uluslararası işbirliğinin önemi konusunda anlaştık. Ayrıca, AB'nin, İran'ın pandemiyle mücadele için IMF'den kredi talebini veto etmesi de dahil olmak üzere, ABD'nin yasadışı davranışlarına karşı önlem alması gerektiği konusunda anlaştı. Tahran-Moskova anlaşmaları uygulayacak.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani'nin paylaştığı toplam 7 tweetten 3'ü bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki “Bilgilendirme/Duyuru” kategorisine girmektedir. Rouhani bu kategoride; vaka yönetimi ve enfeksiyon önleme, salgının önlenmesine yönelik tavsiyeler, yabancı liderlerle yapılan görüşmeler gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Rouhani'nin araştırma sorusundaki “Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?” sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır. Şekil 4.52'de Rouhani'nin araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Amerikan halkına yönelik yazdığı mektubun içeriğini anlattığı bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.52: Hassan Rouhani'in Amerikan halkına yönelik yazdığı mektubun içeriği ile ilgili tweet



Kaynak: <https://twitter.com/HassanRouhani>

(**Türkçe çevirisi:** Amerika Birleşik Devletleri halkına hitaben yazdığım bir mektupta, mevcut baskı ve yaptırım yolunun asla başarılı olamayacağına dair kendi idarelerine ve kongrelerine itiraz etmelerini istedim.)

4.8.3.12. Xi Jinping (Çin Devlet Konseyi resmi hesabı)

Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in bütün eylem ve söylemlerinin İngilizce olarak paylaşıldığı Çin Devlet Konseyi resmi hesabı, 12 ülkenin liderleri arasında en etkin hesaplardandır. Eylül 2015'te açılmasına rağmen Ocak 2021 itibariyle 15.900 adet paylaşım yapılmıştır. Ancak Çin'de Twitter kullanımının bazı devlet yetkilileri dışında yasaklı olmasından dolayı beğeni ve retweet sayıları ile takipçi sayıları daha az olan bir hesaptır. Çin Devlet Konseyi resmi hesabı, ülke liderlerin Koronavirüs konusundaki toplam 1.401 tweetinden 152'sini (% 10,84) paylaşmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?

Koronavirüs Çin'de ilk olarak 31 Aralık 2019 tarihinde ilk tespit edilirken, Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabından salgınla ilgili ilk tweet 1 ay gecikmeyle 31 Ocak 2020 tarihinde paylaşılmıştır. Konseyin resmi hesabının şekil 4.53'te görülen ilk tweetinde Çin Başbakanı Li Keqiang'ın konuya ilişkin bir demeci alıntılanarak, "Yüksek kalibreli personel ve tıbbi kaynaklar, yeni #coronavirus ile ilişkili #pneumonia. Hükümet, hastalık hakkında zamanında güncellemeler yapmalı ve halkın endişelerine son derece duyarlı olmalıdır: Çin Başbakanı Li Keqiang" cümlelerine yer verilmiştir.

Şekil 4.53: Çin Devlet Konseyi Twitter hesabından Koronavirüsle ilgili yapılan ilk paylaşım



Kaynak: <https://twitter.com/chinascio>

(Türkçe çevirisi: Yüksek kalibreli personel ve tıbbi kaynaklar, yeni #coronavirus ile ilişkili #pneumonia. Hükümet, hastalık hakkında zamanında güncellemeler yapmalı ve halkın endişelerine son derece duyarlı olmalıdır: Çin Başbakanı Li Keqiang. http://english.scio.gov.cn/topnews/2020-01/21/content_75635465.htm)

Araştırma Sorusu 2: Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?

Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabından paylaşılan toplam 152 tweetin 3'ü araştırma sorusunun cevabı olan "Uyarı/Tavsiye" kategorisine girmektedir. Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabı bu kategoride; ithal vakalara karşı korunma uyarısı, hastalığın siyasi bir araç olarak kullanılmasından kaçınılması, ticari ve siyasi çıkarların insanların hayatlarını ve sağlığını geçersiz kılmasına izin verilmemesi gibi içeriklerde paylaşım yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Çin Devlet Konseyi'nin araştırma sorusuna cevap niteliği taşıyan söylemlerde bulunduğu, vatandaşlara gerekli uyarı ve tavsiyelerde bulunduğu tespit edilmiştir. Şekil 4.54'te Çin Devlet Konseyi'nin araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan bir paylaşım örnek olarak sunulmuştur. Başkan Jinping bu tweetinde vatandaşlardan salgının ciddiyeti konusunda vatandaşları uyarmaktadır.

Şekil 4.54: Xi Jinping'in salgının ciddiyeti konusunda vatandaşları uyardığı tweet



Kaynak: <https://twitter.com/chinascio>

(**Türkçe çevirisi:** Başkan Xi Jinping, hem yurtiçinde hem de yurtdışında salgın durumların karmaşıklığı ve ciddiyeti konusunda uyardı. Xi, "Zor kazanılan ve sürekli pozitif eğilimin tersine çevrilmesine asla izin vermemeliyiz" dedi.)

Araştırma Sorusu 3: Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?

Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabından paylaşılan toplam 152 tweetten 18'inin bu araştırma sorusunun cevabı olan "Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet"

kategorisine girdiği belirlenmiştir. Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabı bu kategoride; aşı geliştirme çalışmalarının başlaması, ülke çapında sağlık personeli seferberliği başlatılması, yeni hastaneler yapılması ve mevcut hastanelerin kapasitelerinin artırılması, diğer ülkelerdeki vatandaşların Çin'e getirilmesi, yeni test kitlerinin geliştirilmesi, salgınla ilgili mali fonlar oluşturulması gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır. Söz konusu paylaşımlarda duyurulan hizmetler, Çin Devlet Başkanı Jinping'in araştırma sorusunda belirtilen çözüm girişimlerini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.55'te araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve Çin Hükümetinin Wuhan'da toplu taşımayı, dış uçuşları, trenleri askıya aldığı duyuran Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.55: Çin Hükümeti'nin Wuhan'da toplu taşımayı, dış uçuşları, trenleri askıya aldığı duyuran tweeti



Kaynak: <https://twitter.com/chinascio>

(Türkçe çevirisi: Wuhan toplu taşımayı, dış uçuşları, trenleri askıya aldı)

Araştırma Sorusu 4: Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?

Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabından paylaşılan toplam 152 tweetten 43'ü bu araştırma sorusunun cevabı olan "Uluslararası İşbirliği /Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı" kategorisine girmektedir. Çin Devlet Konseyi bu kategoride; dünya

ülkelerinin liderleriyle salgın konusunda işbirliği ve fikir alışverişi, dünyanın birçok ülkesine sağlık personeli ve medikal malzeme yardımı gönderilmesi, ilaç ve aşı geliştirilmesi konusunda Birleşmiş Milletler (BM) nezdinde ülkelere işbirliği yapılması çağrısı gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlar Çin Devlet Başkanı Jinping'in, araştırma sorusundaki "Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?" sorusuna uygun davrandığını ortaya koymaktadır.

Şekil 4.56'da Çin'in 89 ülke ve 4 uluslararası kuruluş acil durum yardımı gönderdiğinin duyurulduğu tweet örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.56: Çin'in 89 ülke ve 4 uluslararası kuruluş için acil durum yardımı gönderdiğinin duyurulduğu tweet



Kaynak: <https://twitter.com/chinascio>

(Türkçe çevirisi: Çin, 89 ülke ve dört uluslararası kuruluş için dört parti # COVID19 acil durum yardımı düzenledi. Ülke, hem tıbbi malzeme, hem de teknolojik yardım verdi.)

Araştırma Sorusu 5: Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

Çin Devlet Konseyi'nin resmi hesabından paylaşılan toplam 152 tweetten 41'i bu araştırma sorusunun cevabı niteliğindeki "Bilgilendirme/Duyuru" kategorisine girmektedir. Çin Devlet Konseyi bu kategoride; ölüm ve vaka sayıları, ülkedeki tıbbi

malzeme stoklarının durumu, tedavisi biten hastaların sayısı, salgının gidişatı, yabancı ülkelerin liderleri ile yapılan görüşmeler, kısıtlama tedbirleri gibi içeriklerde paylaşımlar yapmıştır.

Söz konusu paylaşımlarından yola çıkarak Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in araştırma sorusundaki "Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?" sorusuna uygun bir davranış sergilediği anlaşılmıştır.

Şekil 4.57'de Çin Devlet Başkanı Jinging'in araştırma sorusunun cevabı niteliğinde olan ve liderlik toplantısı sonrası salgınla ilgili olumlu gelişmeleri duyurduğu bir Twitter paylaşımı örnek olarak sunulmuştur.

Şekil 4.57: Xi Jinging'in salgınla ilgili olumlu gelişmeleri duyurduğu tweet



Kaynak: <https://twitter.com/chinascio>

(**Türkçe çevirisi:** Xi, #epidemik kontrol konusundaki liderlik toplantısına başkanlık ederek 'olumlu değişikliklere' dikkat çekti.)

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Hayatımızda yaklaşık son 20 yıldır var olan sosyal medya platformları sokaktaki vatandaşın olduğu kadar siyasi aktörlerin de yoğun bir şekilde kullandığı iletişim araçlarıdır. Özellikle Twitter, siyasi aktörler ve yöneticiler açısından önemli bir kamusal alan haline gelmiştir. Siyasi aktörler; kitlelerle iletişim kurmak, onlara icraatlarını onaylatmak, yeni taraftarlar kazanabilmek ve rakip siyasi partilere karşı meydan okuyabilmek için Twitter'ı etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Twitter sadece siyasetçilere fayda sağlayan bir sosyal medya aracı olmakla kalmayıp, “seçmen” ya da “yurttaş” olarak adlandırılan kitleler için de çeşitli avantajlar getirmiştir. Twitter'ın en önemli faydası kuşkusuz güncel siyaseti belirlemede etkin bir güç olma konusunda kitlelere önemli bir enstrüman sunması anlamında olmuştur. Sokaktaki vatandaş artık sosyal medya sayesinde siyasilerle iletişimlerinde tek yönlü iletişimden, karşılıklı etkileşimin olduğu interaktif iletişim boyutuna geçiş yapmıştır. Vatandaşlar takip ettikleri siyasi figürlerin tweetlerini beğenerek/beğenmeyerek ya da retweet ederek/etmeyerek, o siyasinin fikirlerini onaylama ya da onaylamama gibi bir yetkiye sahip olmuşlardır. Vatandaşlar üstelik bununla da kalmayıp, siyasilerin paylaşımlarına Twitter'dan yorum yaparak onlarla sanal ortamda doğrudan etkileşim kurabilme hakkına kavuşmuşlardır. Kuşkusuz bu özellik sosyal medyanın, tek yönlü iletişime olanak sağlayan televizyon, gazete ve radyo gibi geleneksel iletişim araçları karşısında bir adım daha öne çıkmasını sağlamıştır. İşte bu nedenle siyasi aktörler ve ülke yöneticileri, Twitter'daki söylemlerinin bir gazeteye veya televizyona verilen röportajla hemen hemen aynı anlamı taşıdığını fark etmiş ve bu sosyal medya platformuna kamusal bir özellik atfetmişlerdir.

Siyasetçiler açısından bakıldığında, yeni medyanın sunduğu yeni bir siyasal iletişim aracı durumunda olan Twitter, kriz dönemlerinde kriz iletişiminin yürütüldüğü en önemli platformlardan biri olmuştur. Ülkemizde son yıllarda meydana gelen depremler ile afetlerin yanı sıra 2013'teki Gezi Parkı eylemleri ve 15 Temmuz 2016'daki darbe girişiminde Twitter önemli bir kriz iletişimi aracı olarak bulunduğu konumu tescil ettirmiştir.

2020 yılına gelindiğinde ise Twitter, küresel bir sağlık sorunu olarak karşımıza çıkan Koronavirüs salgınında ülke yöneticileriyle siyasetçilerin başvurduğu başat iletişim aracı olmuştur. Araştırmamıza da konu olan, ülke liderlerinin Twitter üzerinden kitlelerle paylaştığı söylemler, söz konusu liderlerin krizi çözme azmini, yöntemini ve başarısını ya da başarısızlığını ortaya koymuştur.

Twitter'ın bu denli popüler olması, kuşkusuz ülke liderleri ve siyasetçilerin zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın kendi içeriklerini üretip geniş kitlelerle bu içerikleri paylaşabilme imkânı sunmasından kaynaklanmaktadır.

Koronavirüs salgını sürecinde de Twitter tüm dünyada ülke yöneticileri ve siyasetçiler tarafından aktif olarak kullanılan bir iletişim aracı olmuştur. Liderler kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilmek için Twitter'ı etkili bir şekilde kullanmışlardır. Hatta öyle ki Twitter sadece ulusal düzeyle sınırlı kalmayıp uluslararası düzeyde diplomatik iletişime de ev sahipliği yapar hale gelmiştir. Ülke liderleri, yöneticiler ve siyasetçiler birbirlerine yönelik mesajlarını ve dayanışma çağrılarını buradaniletmişlerdir. Uluslararası öneme sahip bazı bilgiler bu ortamdan paylaşılmıştır.

Twitter'ın liderlerin kitlelerle iletişim kurma konusundaki önemi Koronavirüs salgını ile bir kez daha ortaya çıkarken, özellikle liderlerin ne söylediği ve olaylara nasıl yaklaştığı herkes tarafından merak konusu olmuştur. İşte bu nedenle araştırmamızda ülke yöneticilerinin Koronavirüs salgını gibi toplumsal kriz döneminde Twitter'dan hangi söylemlerde bulunduğu ve bu söylemlerin salgın sürecine ne gibi etkisi olduğu konusuna cevap aranmıştır. Onların salgın sürecinde yaptıkları paylaşımlar; içerik analizi ve Van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi yöntemleri uygulanarak incelenmiştir.

Araştırma kapsamında; Türkiye ve salgının ilk ortaya çıktığı ülke olan Çin'in yanı sıra, Koronavirüs salgınında en yüksek can kaybının yaşandığı Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İngiltere, İtalya, Brezilya, Fransa, İspanya, Meksika, Belçika, Almanya ve İran olmak üzere toplam 12 ülkenin Devlet Başkanı, Cumhurbaşkanı ve Başbakanlarının kişisel hesaplarından yaptıkları Twitter paylaşımları incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Almanya Başbakanı Angela Merkel ve Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in herhangi bir sosyal medya hesabına sahip olmadıkları, bunların dışındaki tüm ülke liderlerinin tamamının Twitter hesabının bulunduğu belirlenmiştir.

Ülke liderlerinin Twitter profilleri incelendiğinde ABD Başkanı Donald Trump'ın en eski Twitter hesabına sahip olan lider olduğu (Mart 2009), onu ikinci sırada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın takip ettiği (Ağustos 2009), en yeni Twitter kullanıcısının ise (Mayıs 2018) İtalya Başbakanı Giuseppe Conte olduğu tespit edilmiştir.

Ülke liderleri Twitter kullanımı bakımından incelendiğinde ise en eski Twitter kullanıcısı olduğu tespit edilen ABD Başkanı Donald Trump'ın Ocak 2021 tarihi itibariyle toplamda bugüne dek 59 bin 300 tweet paylaştığı ve diğer liderlere oranla tweet sayısı bakımından açık ara önde olduğu belirlenmiştir. En az tweet paylaşan liderin ise bin 416 tweetle hesabı en yeni açılmış olan İtalya Başbakanı Giuseppe Conte olduğu görülmüştür.

Araştırmada en çok takipçisi olan liderin 88.5 milyonla ABD Başkanı Trump, en az takipçisi olan liderin ise 43 bin 900 ile Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in eylem ve söylemlerinin paylaşıldığı Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı olduğu belirlenmiştir. Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının takipçi sayısının az olmasında Çin'de resmi olarak Twitter'ın yasak olmasının göz önüne alınması gerekmektedir. Çünkü Çin'de bazı devlet yetkilileri ve bazı devlet makamları dışında Twitter kullanılmamaktadır.

Araştırmada örnekleme dahil edilen ülkelerin liderlerinin Koronavirüs salgınının ilk olarak Çin'de ortaya çıktığı 31 Aralık 2019'dan normalleşme adımlarının atılmaya başlandığı 1 Haziran 2020 tarihine dek paylaştığı tweetler de araştırılmıştır. Kamuoyunda 'salgının birinci dalgası' olarak adlandırılan bu tarih diliminde tüm liderlerin Koronavirüs konusuna ilişkin toplam bin 401 tweet paylaştığı tespit edilmiştir. Bu dönemde Koronavirüs konusuyla ilgili en fazla paylaşımı 247 tweetle İngiltere Başbakanı Boris Johnson yapmıştır. Johnson'ı sırasıyla 181 tweetle İspanya Başbakanı Pedro Sanchez, 167 tweetle Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, 152 tweetle Almanya Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert, 152 tweetle Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı, 114 tweetle Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron, 105 tweetle Donald Trump, 89 tweetle Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 71 tweetle İtalya Başbakanı Giuseppe Conte, 62 tweetle Belçika Başbakanı

Sophie Wilmes, 54 tweetle Meksika Devlet Başkanı Manuel Obrador ve 7 tweetle İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani takip etmiştir.

Araştırmada, ülke liderlerinin Twitter’da aktif ya da pasif olma durumunun o ülkede bu sosyal medya mecrasının serbest ya da yasak olmasıyla doğrudan ilişkisinin olduğu görülmüştür. Devleti temsil eden kişi konumunda olmasından dolayı Twitter hesabı bulunan İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani’nin Farsça yerine sadece İngilizce paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir. Bunun nedeninin ise kendi ülkesinde Twitter’ın yasak olmasından dolayı iç kamuoyuna mesaj vermek yerine uluslararası kamuoyuna mesajlarını iletme kaygısını taşıması olduğu düşünülmektedir. Liderler arasında en az Tweet paylaşan kişi olmasının nedeninin de bundan kaynaklandığı sanılmaktadır.

Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabından da tıpkı Rouhani’nin hesabındaki gibi sadece İngilizce paylaşımlar yapıldığı görülmüştür. Bunun nedeninin de tıpkı İran’daki gibi Çin Devlet Başkanı Jinping’in de mesajlarını uluslararası kamuoyuna verme kaygısı taşımasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Çin’de Twitter’ın yasak olmasından kaynaklı olarak Çin Devlet Konseyi’nin resmi hesabından yapılan paylaşımların az sayıda beğeni ve retweet aldığı da araştırmada görülmüştür. Dünyanın en fazla nüfusa sahip bu ülkesinde ülkede Twitter’ın yasak olması ve sadece üst düzey devlet makamlarında Twitter’ın kullanılması nedeniyle diğer ülke liderlerinin paylaştığı tweetler binlerle ifade edilen beğeni ve retweet sayılarına ulaşırken Çin Devlet Konseyi’nin resmi Twitter hesabında bu rakam 10’larla ifade edilen sayılardadır.

Araştırmada, ülke liderlerinin Twitter paylaşımlarının türüne ilişkin veriler de değerlendirilmiştir. Buna göre; Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, İngiltere Başbakanı Boris Johnson, İtalya Başbakanı Giuseppe Conte, Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron ve İspanya Başbakanı Pedro Sanchez Twitter’da sadece metin, görselli metin, canlı yayın ve retweet gibi özelliklerin tamamını kullanmışlardır. ABD Başkanı Donald Trump, Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, Belçika Başbakanı Sophie Wilmes, Almanya Federal Hükümet Sözcüsü Steffan Seibert, İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani ve Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabının canlı yayın özelliğini hiç kullanmadıkları dikkat çekmiştir. İran Cumhurbaşkanı Rouhani’nin canlı yayın özelliğinin yanı sıra videolu metin ve görselli metin

paylaşımını da yapmadığı görülmüştür. Liderlerin, Twitter’ın görselli metin, videolu metin, canlı yayın ve retweet gibi özelliklerinin bazılarını kullanmamasının ‘liderin kişiliği’, ‘lideri sosyal medyaya bakış açısı’ ve ülkede Twitter’ın popüler bir sosyal medya mecrası olup olmama gibi sebeplerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Örneğin: ABD Başkanı Trump’ın Twitter hesabından çok fazla sayıda Tweet paylaştığı, ancak bu tweetlerin birçoğunun özellikle ülkedeki rakip parti temsilcilerine yönelik polemik içeren tweetler olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla Trump’ın polemik içeren bu tweetlerinde çoğu zaman görsele ihtiyaç duyulmamaktadır. Öte yandan İran Cumhurbaşkanı Rouhani’nin de Twitter’ın görselli metin, videolu metin ve canlı yayın özelliğini kullanmamasının daha önce de belirtildiği gibi ülkesinde bu sosyal mecranın yasak olmasından, bu nedenle de pandemi sürecinde sadece 7 adet tweet paylaşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Merkel’in sözcüsü Seibert, Belçika Başbakanı Wilmes ve Çin Devlet Konseyi hesabı gibi lider hesaplarından bazıları her ne kadar Twitter’ın canlı yayın özelliğini kullanmasalar da, canlı yayın yerine özete indirgenmiş videolu metinleri tercih ettikleri araştırmada görülmüştür.

Bu araştırmada 12 ülkenin liderlerinin paylaştığı tweetler 15 ayrı kategoriye ayrılarak tek tek hangi tweetin hangi kategoriye ait olduğu tespit edilmiş ve listelenmiştir. Buna göre; “moral/motivasyon” kategorisinde 9 tweetle en fazla paylaşım yapan lider ABD Başkanı Trump olmuştur. Belçika Başbakanı Wilmes, Almanya Başbakanı Merkel ve İran Cumhurbaşkanı Hassan Rouhani’nin bu kategoride paylaşımları bulunmamaktadır.

Liderler arasında “durum tespiti” kategorisinde en fazla paylaşım yapan lider 24 tweetle İspanya Başbakanı Sanchez, “Kutlama/Teşekkür” kategorisinde 27 adetle İngiltere Başbakanı Johnson, “Ulusal Birlik/Yardımlaşma/ Dayanışma Çağrısı” kategorisinde 12 adetle İspanya Başbakanı Sanchez, “Polemik/Eleştiri” kategorisinde 26 adetle ABD Başkanı Trump, “Bilgilendirme/Duyuru” kategorisinde 89 adetle Brezilya Devlet Başkanı Bolsonaro, “Uyarı/Tavsiye” kategorisinde 88 adetle İngiltere Başbakanı Johnson, “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” kategorisinde 43 adetle Çin Devlet Konseyi resmi hesabı, “Dua/Dilek/Temenni” kategorisinde 4 adetle Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, ‘Güçlü devlet mesajı’ kategorisinde 3 adetle ABD Başkanı Trump, “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal

Devlet” kategorisinde 44 adetle Brezilya Devlet Başkanı Bolsonaro, “İcraatı övme” kategorisinde 15 adetle Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, “Taziye/Anma” kategorisinde 4 adetle Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan, “Ülkelere eleştiri” kategorisinde 5 adetle Çin Devlet Başkanı Jinping, “Diğer” kategorisinde ise 9’ar adetle İspanya Başbakanı Sanchez ile Çin Devlet Konseyi resmi Twitter hesabı olmuştur.

Paylaşılan tweetlerin kategorileri ve bu kategorilere ait paylaşımların sayıları değerlendirdiğinde, liderin herhangi bir kategoride en yüksek sayıda paylaşım yapmasının salgının o ülkedeki gidişatı ile paralellik arz ettiği dikkati çekmektedir. Örneğin; ABD Başkanı Trump’ın tüm liderler nezdinde 9 adetle en fazla “Moral/Motivasyon” içerikli tweet atmasının, ülkesinde vaka ve ölüm sayılarının dramatik bir şekilde artmasına bağlı olduğu düşünülmektedir. Trump’ın “Polemik/Eleştiri” ve “Güçlü devlet mesajı” kategorilerinde diğer liderlerden daha fazla paylaşım yapmasının nedenini ise liderin karakter özellikleri ve ülkesindeki mevcut siyasi konjonktür ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır. İngiltere Başbakanı Johnson’ın liderler arasında 88 adetle en fazla “Uyarı/tavsiye” kategorisinde paylaşım yaparken, bunun bir nedeninin kendisinin de Koronavirüse yakalanması, diğer nedeninin de ülkesindeki ölüm ve vaka sayılarının çok yüksek sayılarda seyretmesi olduğu düşünülmektedir.

Öte yandan, Çin Devlet Konseyi hesabından 43 adetle dikkat çeken bir sayıda “Uluslararası İşbirliği/Yardımlaşma/Dayanışma Çağrısı” kategorisinde paylaşım yapılmıştır. Tweetler incelendiğinde bu kategorideki paylaşımların sözde kalmadığı, Çin’in somut bir şekilde uluslararası alanda salgınla ilgili işbirliği yaptığı, çeşitli ülkelere tıbbi malzeme, sağlık personeli vb. yardımları yaptığı, bu yardımları da görselleriyle birlikte kendi Twitter hesabından paylaştığı tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın tweetleri analiz edildiğinde ise “Dua/Dilek/Temenni” (4 adet), ve “Taziye/Anma” (4 adet) kategorilerinde en yüksek paylaşım yapan lider olmasının dini ve maneviyatı önceleyen bir bakış açısına sahip olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Erdoğan’ın 15 adetle “İcraatı Övme” kategorisinde en yüksek

paylaşım sayısına sahip olmasının da kendi yönetim anlayışıyla ilişkili olduğu izlenimi edinilmiştir.

Diğer yandan bu araştırmada özellikle Brezilya’da, liderin sosyal medyadaki söylemleri ile ülke gerçekleri arasında çelişkiler olduğu da saptanmıştır. Örneğin; Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, 44 adetle “Önlem/İyileştirme/Çözüm/Sosyal Devlet” kategorisinde en fazla paylaşım lider olmasına karşın, ülkesindeki vaka ve ölüm sayıları araştırmanın sınırlılıklarını oluşturan 31 Aralık 2019-1 Haziran 2020 tarih aralığında dramatik bir şekilde artış göstermiştir. Bu anlamda Brezilya lideri Bolsonaro’nun aynı zamanda 89 adetle “Bilgilendirme/Duyuru” kategorisinde en fazla tweeti paylaşan lider olması da ülke gerçekleri ile lider söylemleri arasındaki tutarsızlığın bir başka göstergesidir.

Araştırma kapsamında tüm liderlere;

- 1- Lider tehlikenin farkına ne zaman varmıştır?
- 2- Lider tehlike konusunda uyarılarda bulunmuş mudur?
- 3-Lider çözüm için herhangi bir girişimde bulunmuş mudur?
- 4- Lider diğer ülkelerle işbirliği yapma ihtiyacı duymuş mudur?
- 5-Lider yaşanan tehlike konusunda bilgilendirme yapmış mıdır?

şeklinde araştırma soruları yöneltmiştir. Tüm liderlerin araştırma sorularına uygun ve yeterli sayıda cevaplar verdikleri tespit edilmiş olup, yine bu araştırma sorularının cevapları üzerinden araştırmamızın varsayımının doğruluğu sınanmıştır.

Araştırmanın örneklemine dahil olan tüm liderlerin Twitter paylaşımları analiz edildiğinde, araştırmanın “2020 Koronavirüs salgınında Türkiye ve Çin’in yanı sıra Dünyada en fazla can kaybının yaşandığı 10 ülkenin liderleri, salgının etkilerinin azaltılması konusunda gerekli adımları atarak, kendi toplumlarını yaşanan krizle ilgili olarak yeterince bilgilendirmişlerdir” şeklindeki varsayımının doğruluğu ispat edilmiştir. Ölüm ve vaka sayılarına doğrudan yansımamakla birlikte, 12 ülkenin liderinin salgının etkilerinin azaltılması yönünde gerekli adımları attıkları, salgınla ilgili kendi toplumlarını yeterince bilgilendirdikleri ortaya çıkmıştır. Liderlerin, özellikle toplumun bilgilendirilmesi konusunda büyük hassasiyet taşıdıkları, bilgilendirmeleri günlük ve düzenli olarak yaptıkları tespit edilmiştir. Bu bilgilendirmeler; salgının gidişatı, ölüm ve vaka sayıları, salgının etkilerinin

azaltılması konusunda atılan ve atılacak adımlar, yapılan işbirlikleri, aşı ve ilaç çalışmaları, tıbbi cihaz tedariki gibi birçok konuda olmuştur.

Koronavirüs salgınının ülkemizde ilk görüldüğü günden itibaren Sağlık Bakanı Fahrettin Koca tarafından günlük olarak vaka ve ölüm sayıları hakkında bilgilendirmede bulunulması bu duruma gösterilebilecek en iyi örnek durumundadır. Bakan Koca her akşam saat 19.00 civarı basına ve kamuoyuna gerekli bilgilendirmeleri yaparak bu anlamda beklentileri karşılamıştır. Açıklamayı doğrudan Bakan Koca'nın yapması ve bunu her gün aynı saatte gerçekleştirmesi ise vatandaşlar üzerinde farklı bir güven algısı yaratmıştır. Bunun yanı sıra başta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere birçok üst düzey hükümet yetkilisi de Koronavirüs salgınına ilişkin bilgilendirme ve açıklamalarını hem geleneksel medya araçlarından hem de Twitter'dan yapmayı tercih etmişlerdir.

Örnekleme dahil olan ülkelerin liderleri, salgının etkilerinin azaltılması ve önlenmesi konusunda da ekonomik güçleri ölçüsünde gerekli adımları atmışlardır. Bazı ülkeler salgında çok hızlı adımlar atarak müdahalede bulunurken, bazıları da gecikmiş ve bu gecikmenin bedelini ülke olarak daha fazla vaka ve can kayıplarıyla ödemek zorunda kalmışlardır. Ekonomik ve tıbbi olarak yeterli imkânlara sahip kimi ülkelerle bu imkânlara sahip olmayan ülkelerin salgına karşı müdahalede gösterdikleri refleks elbette farklı şekillerde olmuştur. İngiltere ve ABD gibi refah düzeyi yüksek bazı ülkeler, liderlerinin krize karşı müdahalede farklı tavırlar sergilemeleri nedeniyle vaka ve ölüm sayılarında ön sıralarda yer almışlardır. Bu durum kimi liderlerin salgını yeterince ciddiye almaması ve sürü bağışıklığı gibi farklı yöntemler denemesinden kaynaklanmıştır. Liderlerin takındığı bu farklı tavırlar hem kendi ülkelerinde hem de uluslararası camiada eleştirilere yol açmıştır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2020) İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı. Yıl:19, Sayı:37 Bahar (Özel Ek) s.191-221
- Akdağ, M. (2005). Halkla ilişkiler ve kriz yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 1-20.
- Altuntaş, Fuat (2014). *Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış*. Ed. M. Demir, Yeni Medya Üzerine, Literatürk Academia Yayınları, İstanbul, Vol.2, ss.45-62.
- Arık, E. (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36).
- Aslan, E.-Tavşancıl, E. (2001). *İçerik Analiz ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Ataman, G. (2001). *İşletme Yönetimi, Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2013). Kriz Dönemlerinde Sosyal Bütünleşme: Milli Mücadele Örneği. *Pursuit Of History*, (10).
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri, Teknikleri ve İletişim*. Ankara: İlad İletişim Yayınları.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.
- Baltaş, Z.(2002). *Krizde Fırsatları Görmek- Yöneticiler İçin Krizde Yönetim El Kitabı*, 1. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Baydas A., Bakan, İ., Özyılmaz, A., (2004). *Kriz ve Kriz Yönetimi, Çağdaş Yönetim Yaklaşımları – İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., Telli Aydemir, A. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. *Bilgi*, 68, 59-96.
- Bozarth J. (2010). *Social Media For Trainers: Techniques for Enhancing and Extending Learning*. San Francisco: John Wiley and Sons
- Bozgeyik, A. (2004). *Krizleri Fırsata Dönüştürmek*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Can, H. (1999). *Organizasyon ve Yönetim*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 5. Baskı

- Can, H. (2002). *Organizasyon ve Yönetim*. Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cann, A., Dimitriou, K., ve Hooley, T. (2011). *Social Media: A Guide for Researchers*, London Research Information Network, (Çevrimiçi), <https://www.kisa.link/NyH3>, (02.06.2020).
- Canöz, K, Öndoğan, A. (2015). Kriz Yönetiminde Dönüşümcü Liderin Rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3 (1), 36-61. DOI: 10.19145/guifd.15810
- Cinel E.A. (2020), Covid-19'un Küresel Makroekonomik Etkileri ve Beklentiler, *Politik Ekonomik Kuram*, Cilt 4(1), 124-140
- Coşkun Can A., Hüseyin Ş. (2001). Ekonomik Kriz: Nedenler ve Çözüm Önerileri, *Yeni Türkiye, Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, Sayı:42, Cilt: II, s.1-2.
- Demirtaş, H. (2000). *Kriz Yönetimi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. Yıl: 6, Sayı: 23, Sayfa: 353-373, Yaz 2000.
- Demir, Ö., İşletmelerde Kriz Yönetimi Ve Ortadoğu Sanayi Ve Ticaret Merkezindeki (Ostim) *Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Krize Hazır Olma Durumlarına İlişkin Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008.
- Diamond, J. (2006), *Çöküş: Medeniyetler Nasıl Ayakta Kalır ya da Yıkılır*. (çev) Elif Kırıl. İstanbul: Timaş.
- Dinçer, Ö. (2004), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım
- Eren, B. (2015). *Twitter ve siyasal iletişim, İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar: Twitter*, (Ed. Karakulakoğlu, SE & Uğurlu, Ö.), Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Gökgül, N. A., (2016). "Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği" Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeni Yüzyıl Üniversitesi, SBE.
- Güçdemir, Y., Göksu, O. (2015). Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Barack Obama'nın 2012 Başkanlık Seçim Kampanyası İle Recep Tayyip Erdoğan'ın 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasının İncelenmesi,(Editör), F. Aydoğan, *İletişim Çalışmaları*, İstanbul: Der'in Yayınları, 45-61.
- Haşit, G. (2013). Kriz Kavramı ve İşletmeler Açısından Kriz Yaratan Faktörler. *Kriz İletişimi ve Yönetimi*. Açıkoğretim Fakültesi Yayını, No: 1776, Eskişehir.

- Ifukor P. (2010). 'Elections' or 'Selections'? Blogging and Twittering the Nigerian 2007 General Elections". *Bulletin of Science, Technology & Society* 30(6)
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel K., Chowdury, A. (2009). "Twitter power: Tweets as Electronic Word of Mouth", *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 60(11)
- Kadıbeşegil, S. (2002). *Kriz Geliyorum Der*, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Karakaş, M. (2020). Covid-19 salgınının çok boyutlu sosyolojisi ve yeni normal meselesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40, 541–573.
<https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0048>
- Karataş, Z. (2020). COVID-19 Pandemisinin Toplumsal Etkileri, Değişim ve Güçlenme. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi* 4(1), 3-15
- Katz, J., Barris, M., & Jain, A. (2013). *The social media president: Barack Obama and the politics of digital engagement*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kazgan, G. (2002). *Türkiye’de Ekonomik Krizler: (1929-2001) Nedenleri ve Sonuçları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İrdeleme*, İstanbul Bilgi Üniversitesi, DEGEV-Türkiye İş Bankası, 2002.
- Kemal G. (2002). *Krizde Yönetim-Krizde Check-Up-Krizden Çıkış Yolları*, Ankara: Alp Yayınevi.
- Kentel, F. (1991). Demokrasi Kamuoyu ve Siyasal İletişime Dair, *Birikim Dergisi*, Sayı: 30, 39-44.
- Kibritçiöğlu, A. (2001): "Türkiye'de Ekonomik Krizler ve Hükümetler, 1969-2001". *Yeni Türkiye Dergisi, Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, Cilt 1, Yıl 7, Sayı 41 (Eylül-Ekim): s. 174-182.
- Kotil, A. (1998). Toplum ve Krizleri, *İktisat Dergisi*, 384, 44-59.
- Lachapelle, G. (2003). *Political Communication and Personel Influence*, In M. J. Philippe ve G. Wolfsfeld (Eds.), *Political Communication in a New Era*. London: Routledge. 82-94.
- Moore, J. (2002). The Crisis Of Feudalism: An Environmental History. *Organization & Environment*, 15(3), 301-322. Retrieved June 5, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/26162192>
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*, Bilim Ve Sanat Yayınları, Ankara: Ark
- Muzaffer A., Demirci M. K. (2005). *Son Dönemlerde Yaşanan Krizlerin İşletmeler Üzerindeki Olumlu Etkilerinin Analizi*, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler

Dergisi, Cilt: 29 No:1, s.66.

Oktay, M. (2002). “*Politikada Halkla İlişkiler*”, İstanbul: Derin Yayınları.

Okumuş, E. (2007). *Kur'an'da toplumsal çöküş*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Örnek, A. Ş. (2006). “Kriz Yönetimi”, Örnek, Ali Şahin ve Aydın, Şule, *Kriz ve Stres Yönetimi*, Ankara: Detay Yayınları, ss.1-131

Özdemir, A. (1994). *Kriz Yönetimi ve Halkla İlişkiler*, İzmir: Ege Yayıncılık.

Özden, K. (2011). *İşletme ve Örgütlerde Toplam Kriz Yönetimi*. (2.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

Özden, K. (2009). *İşletme ve Örgütlerde Toplam Kriz Yönetimi*, 1. Bası, İstanbul: Beta Basım Yayım

Palabra, R. “Power to the people - Social Media Tracker Wave 3”, 2008, http://www.razonypalabra.org.mx/N/N67/varia/oislas/Universal_McCann.pdf (02.06.2020), s.11.

Pira A., Sohodol, Ç. (2010). *Kriz Yönetimi Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Pira A., Sohodol, Ç. (2004). *Kriz Yönetimi Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*, İstanbul: İletişim Yayınları, 1. Baskı

Sandoval-Almazan, R. (2017). *Political Messaging in Digital Spaces: The Case of Twitter in Mexico's Presidential Campaign*. Y. Ibrahim (Ed.). Politics, Protest, and Empowerment in Digital Spaces, (72-90). ABD: IGI Global.

Sayımer, İ. (2006). “Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi”, *Küresel İletişim Dergisi*, Sayı.2, s.1.

Stubbart, C. I. (1987). *Improving The Quality of Crisis Thinking*. The Columbia Journal Of World Business, c.xxii.

Sütçü, C. S., Düvenci, A., Aytekin, Ç. (2013). Türkiye’deki Siyasal Yaşamda Sosyal Medya:Siyasal Partilerin Kullanım Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma. Algül, A., Üçer, N. (Ed.), *Yeni Medya’da Demokrasi* (165-204). Konya: Literatürk Academia.

Şimşek, M. (2004). Finansal Küreselleşmenin Ekonomik Krizler Üzerindeki Etkileri ve Örnek Kriz Ekonomileri, *Finans-Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*. 63-73.

Şiriner, İ. (Ed.) et al. (2011) : Political Economy, Crisis & Development– Politik İktisat, Kriz ve Kalkınma, ISBN 978-0-9568256-1-2, *IJOPEC Publication*,

London, <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.1291792>

- Tack, P. B. (1994). *Kriz Zamanı Yönetim*. (Çeviren: Yakut Güneri). İstanbul: İlgi Yayıncılık.
- TDK. (1994). Türk Dil Kurumu Okul Sözlüğü. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.
- Taylor, D. and Schwartz, J., Volkswagen Suspends Production as Coronavirus Hits Sales. Reuters. Date Of Access: 3 January 2021
<https://www.reuters.com/article/us-volkswagen-results-2019/volkswagen-suspends-production-ascoronavirus-hits-sales-idUSKBN2140OF>.
- Tekin, M., Zerenler, M. (2008). *İşletmelerde Kriz Yönetimi*, Konya: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tokgöz, O. (2008). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tutar, H. (2000). *Kriz ve Stres Ortamında Yönetim*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Tutar, H. (2004). *Kriz ve Stres Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tüz, M. (2008). *Kriz Yönetimi-Uygulamalar İçin Temel Adımlar*, 4. Baskı, Bursa: Şah-Mat Yayınları
- Tüz, M. (2013). *Kriz Anında Yapılacak Çalışmalar*, Kriz İletişimi ve Yönetimi. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Van Dijk, T. (2003). “Critical Discourse Analysis”, pp. 352-372, *The Handbook of Discourse Analysis* (Ed: Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton), Blackwell Publishers, Oxford.
- Yazgan, Ş. (2009). *Sistem ve kriz: “sistemsel kriz” ve uluslararası sistemin yeniden kurgulanması*. (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~umutal/lesson/bby166/2016/04-2016.pdf>
- Yenice, A. (2017). “Sosyal Medyada Kriz Yönetimi ve Kurumsal İtibarla İlişkisi Üzerine Bir Uygulama-Yüksek Lisans Tezi”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı, s.71-72
- Yeniçeri-Alemdar, M. ve Köker, N. E. (2011). Siyasi Partilerin 2007-2011 Türkiye Genel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 225-254.
- Wagner, P. (2005). *Modernliğin Sosyolojisi*, (çev. Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrintı Yayınları

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.brandingturkiye.com/Twitter-tarihi-Twitter-nedir-nasil-kullanilir-neise-yarar/>, (Erişim tarihi: 04.06.2020)

<https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/bazi-siyasiler-twitteri-politik-savas-araci-olarak-kullaniyor/1628359>, (Erişim tarihi: 05.06.2020)

<http://www.aktuelpsikoloji.com/psikiyatri-uzmani-gokadan-kriz-uyarisi-3419h.htm>, (Erişim tarihi: 31.5.2020)

<http://www.hurriyet.com.tr/gokcek-e-abd-den-sosyal-medya-odulu-21408179>, (Erişim Tarihi: 05.06.2020)

<https://www.sabah.com.tr/yazarlar/perspektif/talhakose/2020/04/11/liderini-arayan-kriz-koronavirus-salgin>, (Erişim Tarihi: 10.02.2021)

<https://www.ekonomist.com.tr/dunya/twitter-trumpin-hesaplarini-son-mesajlar-neydi.html>, (Erişim Tarihi: 11.02.2021)

<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir>, (Erişim Tarihi: 12.02.2021)

<https://www.klimik.org.tr/koronavirus/covid-19-salgininda-ulkelere-gore-olgu-sayilari/>, (Erişim Tarihi: 12.02.2021)

<https://trtakademi.net/koronavirus-kategori/yeni-koronavirus-hastaliginin-toplumsal-etkileri-uzerine-bir-degerlendirme/>, (Erişim Tarihi: 12.02.2021)

<https://www.cnnturk.com/saglik/koronavirus-toplumsal-aliskanliklari-degistirebilir1>, (Erişim Tarihi: 12.02.2021)

<https://haber.yasar.edu.tr/yasam/salgin-toplumsal-iliskileri-nasil-etkileyecek.html>, (Erişim Tarihi: 12.02.2021)

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=symptoms>, (Erişim Tarihi: 13.02.2021)

<https://www.worldometers.info/coronavirus/>, (Erişim Tarihi: 13.02.2021)

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#:~:text=symptoms>, (Erişim Tarihi: 14.02.2021)

<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>, Erişim Tarihi: 14.02.2021)

<https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/corona-viruste-en-genc-vaka-hayatini-kaybetti-iste-turkiye-ve-dunyada-son-durum-5698771/>, (Erişim Tarihi: 14.02.2021)

<https://www.hurriyet.com.tr/galeri-corona-virusu-turkiye-son-durum-tablosu-turkiyede-son-vaka-ve-olum-sayisi-iste-corona-virusu-covid-19-haritasi-41504248/7>, (Erişim Tarihi: 14.02.2021)

<https://www.sozcu.com.tr/2020/dunya/son-dakika-corona-virusu-tablo-giderek-daha-vahim-bir-hal-aliyor-olu-sayisi-hizla-artiyor-5619926/>, (Erişim Tarihi: 14.02.2021)

www.canaktan.org/yonetim/kriz-yonetim/kriz-yonetimi.htm , (Erişim Tarihi: 22.05.2020)

www.canaktan.org/yonetim/kriz-yonetim/genel-olarak.htm, (Erişim tarihi: 2.05.2020)

<https://covid19.saglik.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 13.02.2021)

