

**KIRGIZİSTAN TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI**

**SOSYAL DEVRİM SÜREÇLERİNDE SOSYAL
MEDYANIN ROLÜ:
2014 UKRAYNA OLAYLARI ÖRNEĞİNDE**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tatyana VEPRENTSEVA

**Danışman
Doç. Dr. Ümüt ASANOVA**

BİŞKEK 2014

ÖZ

Yazar:	Tatyana VEPRENTSEVA
Üniversite:	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Anabilim Dalı:	İletişim Bilimleri
Bilim Dalı:	Sosyal Bilimler
Tezin Niteliği:	Yüksek Lisans Tez
Sayfa Sayısı:	XIX+136
Mezuniyet Tarihi:	29/09/2014
Tez Danışmanı:	Doç. Dr. Ümüt ASANOVA

SOSYAL DEVRİM SÜREÇLERİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ: 2014 UKRAYNA OLAYLARI ÖRNEĞİNDE

Bu çalışmada sosyal medyanın ve sosyal devrimin kavrayışlarının açıklanması, kamuoyunun manipülasyonunun teknolojilerinin incelenmesi ve iletişim sürecindeki teknolojileri olarak sosyal medyaların özelliklerinin araştırılması çalışılmıştır. Tezin temel amacı, uygulamalı araştırma aracılığıyla sosyal medyanın kamuoyunun oluşturulmasındaki rolünün ve bu araçların Ukrayna’da gerçekleşen sosyal ve siyasi protestolarda ve Rusya’ya karşı bilgi savaşının sürdürülmesinde kullanımı olarak belirlenerek ulaşılmaya yön almıştır.

Tez çalışması, teori ve uygulama olmak üzere bölümden oluşmaktadır. Tezin teorik bölümünde kamuoyunyönetme yöntemleri hakkındaki literatür çalışmaları, karşılaştırmalı analize tabi tutulmuştur. Bu bölümlerde bilimsel araştırmalar ve teoriler kaynak olarak kullanarak sosyal medya, bilgi savaşı, toplumun yanıtılması, sosyal devrim gibi terimlerin tanımları yapılacak ve ‘renkli devrim’ fenomeninde çözülme gayreti incelenmiştir. Ayrıca örnek olarak sosyal medyanın (Facebook) analizi yapılmıştır.

Tezin uygulama bölümünde ise Ukrayna’da 2014 yılında belirli bir dönemde (17 Şubat - 17 Mart) ortaya çıkan olaylar sırasında Facebook’ta yayınlanan medya metinlerinin ve bu olaylarla ilgili aktarılan fikir ve yorumların analizi yapılmıştır. Bu dönemde ‘Facebook’ sitesinin ‘Korrespondent’, ‘Forbes’, ‘Segodnya.ua’, ‘Ukrpravda’ ve ‘Facenews’ sayfalarında yayınlanan 806’yi aşkın haber ve köşe yazılarında ulaştırılmak istenen medya-mesajlarının bilişsel, sosyal, siyasal ve kültürel algılama yapısı, Teun A. Van Dijk’in yöntemi aracılığıyla analiz edilmiştir. Gruplarda ve topluluklarda (‘Bilgi Direnci’, ‘Harkov’, ‘Creameansos’, ‘Holuyev Yönetimi için Utanç Duvarı’) yayınlanan haberler, mesajlar ve yorumlar aynı metotla 17.02-17.03 tarihlerde analiz edilmiştir.

Böylece söz sahiplerinin (yani konuşmacıların) mesajlarında kastettikleri ‘satır arası’ yani gizli anlamlar, düşünceler ve ideolojiler belirlenmiştir. Rusya karşıtı, savaş karşıtı, yeni yönetim karşıtı, eski yönetim karşıtı, yeni yönetim yanlısı, Rusya’ya eklenme, Putin’e karşı, ‘Maydan’ yanlısı, ‘Maydan’ karşıtı, referandum karşıtı ve Rusya’ya savaş eylemlerinin yanlısı gibi medya-mesajları tespit edilmiştir. Bu analiz, insanların net olan ajitasyon ve provokasyon düşünce ve mesajların dışında bağımsız ve objektif bir bilgi

yayının olduđu kabul edilen haberler aracılıđıyla uygulanan manipölasyonla karşıladıklarını göstermiştir.

Sosyal medyada kurulan grupların ve diđer ilgili toplulukların, sahte sıradan kullanıcıların düşünceleriyle insanların fikirlerini manipöle ederek ve böylece toplumun zihniyetini gizlice etkileyerek haber sunma fonksiyonun dışında daha çok ajitasyon niteliğini taşıdıkları tespit edilmiştir. Bu olgu, gruplardaki yayınlarında belirlenen medya mesajların ajitasyon yönünün ve kitlesel medyanın haber sayfalarındaki bulunan medya mesajların ajitasyon yönünün özdeşliğiyle doğrulanmıştır. Bu sayede iki sonuca varılabilmektedir. Birinci netice olarak, toplumun fikrinin bağımsız kitlesel medyanın düşünceleriyle özdeştirilmekte ve böylece söz konusu olan politikanın etkili olduđu ifade edilmektedir. İkinci sonuç ise, toplumun fikrinin katıldıkları grubun veya topluluğun üyeleri tarafından 'içinden' oluşturulduđunu göstermektedir.

Elde edilen sonuçlara göre, internet kullanıcılarının, yeni ve eski yönetimlere, Rusya'ya ve Putinin politikasına karşı olumsuz ve agresif davranışları, ve ayrıca AB ve ABD'nin kitle iletişim araçlarına karşı pozisyonları belirlenmiştir.

Propaganda olgusunun mevcudiyetinin belirlenmesi amacıyla İnternetteki haber sayfası 'Korrespondent', Robert Cole metodolojisine göre kontent analizine (burada: içerik analizi) tabi tutulmuştur. Yayınların analizi sırasında kitlesel medyada en çok kullanılan propaganda yöntemleri belirlenmiştir. 'Maydan'da gerçekleşen olaylar ile sosyal medya kullanıcılarının arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Facebook sosyal ađında 17.02.2014-17.03.2014 tarihler arası yayınlanan mesajlar, eklentiler ve haberler, nicel analiz aracılıđıyla incelenmiştir.

Hemen ardından bu analizin sonucunda elde edilen bilgiler ve Ukrayna'daki gerçekleşen olayların kronolojisi, tarihe göre karşılaştırmalı analize tabi tutulmuştur. Haberlerin ve yayınların nicel analizinin, kitlesel medyanın kullanıcılarının ve grupların ve toplulukların üyelerinin aktiflik göstergelerinin, bu aktiflik göstergelerin ve Ukrayna'daki siyasi ve sosyal durumunun kronolojisinin karşılaştırmalı analizinin sonuçlarına göre ülkenin sosyal ve siyasi durumunun, medya mesajlarda aktif bir şekilde yansıtılmaktadır. Ayrıca toplumun, bilgilendirmek ve yorum yapmak amaçlarıyla sosyal ağlardaki kaynaklardan yararlandığı belirlenmiştir. Bu durumun, ülkedeki sosyal ve siyasi gerginliğin arttığı dönemlerde internet kullanıcılarının aktifliğinin de arttıđından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak doğru orantılı ilişki, kullanıcıların aktifliğinin eğilimi hafta sonu ve bayram günlerinde sosyal gerginliği devam etmesine rağmen düştüğü için tespit edilmemiştir. Mevcut verilerin analizinin sonucunda sosyal medyanın halkın sosyal aktifliğine dolaylı bir etki yarattığı, sosyal ağın kamuoyunun oluşturulmasına ise doğrudan bir etki yarattığı tespit edilmiştir. Ayrıca uygulama bölümünün sonunda Facebook kullanıcılarına yapılan anketin sonuçları analiz edilmiştir. Bu anket sonuçlarına göre sosyal medyanın, belirli internet sitesini kullanan insanların düşüncelerini ve hareketlerini ne yönde ve ne boyutlarda etkilediđi belirlenmiştir.

Yukarıda bahsedilen bütün analizlerin ve sosyal anketin sonuçlarına göre sosyal ağların, sosyal devrim olarak nitelendirilen olayların sırasında ortaya çıkan siyasi ve sosyal gergin durumlara yönelik kamu tepkisinin provokasyon edilmesi için kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunun yanında sosyal medyanın rolü, olayların haberlerde yansıtılması ve

toplumun sosyal ve siyasi süreçlerine karřı davranıřlarının ajitasyon ve maniple iřlemleriyle belirlenmesi olarak saptanmıřtır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, enformasyon savařı, Facebook, toplumsal kaos, sosyal devrim, toplumun yanıtılması.

КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Даярдаган:	Татьяна ВЕПРЕНЦЕВА
Университет:	Кыргыз-ТүркМанасУниверситети
Бөлүм:	Коммуникация
Департамент:	Социалдыкилимдер
Диссертациянын түрү:	Магистрдик диссертация
Барактардын саны:	XIX+136
Бүтүрүү күнү:	29/09/2014
Диссертациянын жетекчиси:	Доц. Др. Үмүт АСАНОВА

“СОЦИАЛДЫК РЕВОЛЮЦИЯЛАРДЫ УЮШТУРУУДА СОЦИАЛДЫК МЕДИАЛАРДЫН РОЛУ: 2014 - ЖЫЛДАГЫ УКРАИНАДАГЫ ОКУЯЛАРДЫН МИСАЛЫНДА”.

Ушул жумушта социалдык төңкөрүш, социалдык медиа түшүнүктөрүн ачып берүү аракети, коомдук аң-сезимде көз жазгырууга (манипуляция) дуушар кылуу технологиясын жана социалдык медианын өзгөчөлүгүп (коммунитативдик) байланыш жараянындагы ыкма катары көрсөтү каралды. Украинадагы Россияга каршы маалымат согушунун жүрүшүндө коондук көз карашты калыптандырууга социалдык медианын ээлеген орду жана аны социалдык, саяси каршылыктарды чаагылдырууда колдонулушун иш жүзүндө эзилдөөгө аракет корулду.

Бул жумуш теориялык жана практикалык бөлүктөрдөн турат. Теориялык бөлүгүндө социалдык медиа, маалымат согушу, социалдык төңкөрүш, ошондой эле (түстүү төңкөрүш) көрүлүшү сыяктуу түшүнүктөр ачылат. Ошону менен катар Фейсбук социалдык торчосун изилдөө анда маалыматтарды таратууну уюштуруу усулу жана ыкмалары каралган. Аталган жумуштун практикалык бөлүгүндө 17.02 ден 17.03 14 убагында Фейсбук социалдык торчосундагы маалымат беттеринде ар кандай топтор, уюшулган берикмелер жарыялаган билдирүүлөрдү изилдөө контент көрсөтүлгөн.

Фейсбук ‘Korrespondent’, ‘Ukrpravda’, ‘Forbes’ ‘Segodnya.ua’ беттеринде 17.02 – 17.03.14 убагында жарыяланган медиа билдирүүнүн 806 жанылыктары менен макалалары конгитивдик социалдык, саяси жана маданият котекстти, ван Дейктин усулунун жардамы менен изилденди. Авторлордун жашыруун маанидеги ойлору, идеялары аныкталды. Андан тышкары төмөндөгүдөй медиа- билдирүүлөр: Россияга каршы, согушка каршы, жаңы бийликке каршы, эски бийликке каршы, жаңы бийликти жактаган, Россияга кошуулуну кубаттаган, Путиндин керт башына каршы майданды колдогон, майданга каршы, референдумга каршы, Россия каршы согушту жактаган жана башка. ММКларда айрым репортаж, макала жазган авторлор, аң изилди адаштыруунун түрдүү ыкмалрын колдонуп, коомдук көз карашты калыптандырып жаткандары, медиа билдирүүлөрдүн көрсөчкүчтөрү ММКадагыдай,

жана топтордун, уюшулган бирикмелердин билдирүүлөрү да кадыресе адамдар жазып жаткандай көрүлүшү- изилдөөлөрдү ачык көрүндү.

Жарыяланган билдирүүлөргө, жанылыктарга кошумча ой-пикерлер да өзүнчө изилденди. Изилденген бардык 56 380 ой-пикерлердин баардыгы терс экенин белгилей кетүү зарыл. Жаңы жана эски бийликке, Россияга жана Путиндин саясатына евросоюзга, АКШга жана ММКларга караманча каршы көз караштагылар арбын экенин изилдөөнүн жыйынтыгы көрсөттү.

Майдандагы абалдын курчушу карама-каршылыктардын куч алуусуна жана маалымат торчосун пайдалануучулардын ортосунда байланыш бар экендиги көрүнүп турат. Демек, коомдук пикир бул тегеректеги баардык окуяларга каршы экен деп белгилесе болот. 'Кореспондент' маалымат баракчасында жарыялангандарда үгүттөө фактысы бар экене, эр колдун усулуу боюнча маани – маңызы изилденди. Изилдөөнүн жүрүшүндө ММКда дайым колдонулуп жүргөн үгүттөө ыкмасы бар экендиги тапталды. Жогоркулардагыларды эске алып, социалдык торчолордо Россияга, Путинин саясатына каршы үгүт жүргүү журуп жатканы белгилүү болду. Демек, Россияга каршы маалымат согушу жүрүп жатат эсек болот.

Майдандагы окуялар менен социалдык торчолорду жигердүү пайдалануучулардын ортосунда байланыш бар экенин аныктоо үчүн, Фейсбук социалдык торчосунда 17.02 ден 17.03.14 кө чейинке убакытта жарыяланган билдирүүлөгө сандык изилдөө жүргүзүлдү. Кийин, анын жейин тыктары Украинадагы учурда болуп жаткан окуялардын тизмеги менен саалыштырылды. Жарыяларган жаңылыктарга көз салгандар, топтордун жана уюмташкан бирикмелердин ММК беттериндеги жигердүүлүгү, Украинадагы окуялардын ирээттүү тизмеги менен тыгыз байланышта экендиги медиа тексттерден көрүнүп турат. Коомчулук маалымат алуу, аларды талкуулоо учун социалдык торчолорду айрыкча социалдык жана саяси чымаалуу болгон учурда абдан көп колдонушат. Бирок, майрам же эс алуу күндөрү социалдык, саяси чыңалуу көбүрөөк болуп калса деле торчонун колдонуучулардын саны кыйла аз.

Андан тышкары, социалдык торчолордун калктын социалдык жигердүүлүгүнө таасирин тигизеерин дарилдөө максатында Фейсбук торчосун колдонгон Украиналык айрын топторго жана коомчулукта сурап- билүү жүргүзүлдө. Анан жыйынтыгы боюнча, социалдык торчонун калктын социалдык жигердүүлүгүнө кыйыр таасири жана социалдык торчонун коомдук ой-пикирге түздөн-түз катышы бар экени анык талды. Жогорудагылардын негизинде, социалдык торчону социалдык чыңалуудан пайдаланып, коомдук пикирди чагымчылдык менен көбүртүп – жабыртууга пайдаланып жатканы айдан ачык. Демек, социалдык медианын максаты окуядан кабар берүүдөн тышкары үгүттөө, социалдык жана саяси жарыяларга көз жазгыруу менен коомдук пикир жаратуу экени тастыкталды.

Ачык сөздөр: социалдык медиа, маалымат согушу, социалдык түнкөрүш, Facebook, коом, социалдык революция, манипуляция.

АБСТРАКТ

Автор:	Татьяна ВЕПРЕНЦЕВА
Университет:	Кыргызско-Турецкий Университет Манас
Отделение:	Коммуникации
Департамент:	Социальные науки
Тип диссертации:	Магистерская диссертация
Количество страниц:	XIX+136
Дата окончания:	29/09/2014
Научный руководитель:	Доц. Др. Умут Асанова

“РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ: НА ПРИМЕРЕ СОБЫТИЙ НА УКРАИНЕ 2014”.

В данной работе произведена попытка раскрыть понятия социальных медиа и социальной революции, изучить технологии манипуляции общественным сознанием и, а так же рассмотреть особенности социальных медиа как технологии в коммуникативном процессе. С помощью практического исследования совершена попытка определить роль социальных медиа в формировании общественного мнения, кроме того обозначить их применение в проведении социальных и политических протестов на Украине и ведении информационной войны против России.

Данная работа состоит из теоретических и практической частей. В теоретической части работы раскрываются понятия социальных медиа, информационная война, социальная революция, а так же рассматривается феномен “цветной революции”. В дополнение был произведен анализ социальной сети Facebook, рассмотрен способ ее организации и методы распространения информации в данной сети.

В практической части работы представлен контент анализ публикаций групп, сообществ и информационных страниц СМИ в социальной сети Facebook за период с 17.02 по 17.03 2014 года. (Данный период характеризуется социальной и политической напряженностью на Украине). С помощью метода ван Дейка был проанализирован когнитивный, социальный, политический и культурный контекст медиа-сообщений 806 новостей и статей, опубликованных в Facebook на страницах Korrespondent.net, Forbes, Segodnya.ua, Ukrpravda и Facenews за период с 17.02 по 17.03 2014. Были определены «подстрочные» значения, мнения и идеология авторов. В ходе анализа удалось установить следующие медиа-сообщения: анти-российские, анти-военные, против новой власти, против старой власти, за новую власть, за присоединение к России, против Путина лично, за Майдан, против Майдана, против референдума, за военные действия с Россией. Так же было выявлено, что авторы репортажей и новостей СМИ применяя различные методы манипулирования сознанием, успешно формируют общественное мнение, что хорошо видно в совпадении основных показателей

медиа сообщений как у СМИ, так и в группах и сообществах, авторами которых считаются обычные пользователи.

Отдельно был произведен контент анализ комментариев к публикациям и новостям. Следует отметить, что практически все проанализированные 56380 комментариев отрицательные. Результаты анализа показали агрессивные негативные настроения аудитории в отношении к новой и старой власти, к России и политике Путина, а так же к позиции Европейского Союза и США и к СМИ. Видна связь между обострением ситуации на Майдане и усилением агрессии и негативной реакции среди пользователей сети. Можно утверждать, что общественное мнение выражается в отрицательном отношении ко всему происходящему.

Для установления факта наличия пропаганды был проведен контент анализ публикаций информационной страницы «Корреспондент» по методологии Р. Коула. В ходе анализа в публикациях были установлены наиболее часто используемые в СМИ методы пропаганды. Согласно полученным данным установлено, что в Социальных сетях активно пропагандируется агрессивное отношение к России и политике Путина. Можно утверждать, что ведется информационная война по отношению к России.

Для определения взаимосвязи между активностью пользователей и реальными событиями на Майдане был проведен количественный анализ сообщений, ссылок и публикаций в социальной сети Фейсбук за период с 17.02.14 по 17.03.14. Затем был проведен сравнительный анализ его результатов и хронологии реальных событий в Украине по датам. Количественный анализ просмотров новостей и публикаций, а так же активность аудитории страниц СМИ и членов групп и сообществ и сравнительный анализ этих данных с хронологией социальной и политической ситуации в Украине показал, что социальная и политическая ситуация активно отображается в медиа текстах. Более того общество использует источники в социальных сетях для информирования и обсуждения, об этом говорит повышение активности аудитории в дни наибольшей социальной или политической напряженности. Однако прямой зависимости не выявлено, так как в выходные и праздничные дни активность аудитории значительно снижена, не смотря на то, что и эти дни отличались социальной напряженностью.

Так же для подтверждения факта влияния социальных сетей на социальную активность граждан было проведено анкетирование украинской аудитории пользователей групп и сообществ в социальной сети Facebook. Анкета была распространена автоматически через социальную сеть. В результате анализа данных был установлен факт косвенного влияния социальной сети на социальную активность граждан, а так же прямое отношение социальной сети к формированию мнения общественности.

Согласно данным всех видов проведенных анализов, а так же социологического опроса был установлен факт использования социальных сетей в провокации общественного резонанса на политическую и социальную напряженность во время событий, определяемых как социальная революция. Так же установлено, что роль социальных медиа заключается как в информационном

отображении событий, так и в агитационном и манипуляционном формировании общественного отношения на социальные и политические процессы.

Ключевые слова: социальные медиа, информационная война, Facebook, общественные беспорядки, социальная революция, манипуляция общественным сознанием, пропаганда.

ABSTRACT

Author:

University:

Department:

Branch of Science:

Type of thesis:

Number of Pages:

Date of Graduation:

Thesis Advisor:

Tatyana VEPRENTSEVA

Kyrgyz-Turkey Manas University

Communication Sciences

Social Sciences

Master Thesis

XIX +136

22/09/2014

Prof. Dr. Umut ASANOVA

THE SOCIAL MEDIA ROLE IN THE ORGANIZATION OF SOCIAL REVOLUTIONS: THE CASE OF UKRAINE EVENTS IN 2014

The attempt to reveal concepts of social media and social revolution, to explore public conscience manipulation technologies, and to consider peculiarities of social media as a technology in a communication process was made in this research. With the help of practical study it was made an attempt to define the role of social media in public opinion forming as well as their use in the conduct of social and political protests in Ukraine and information war against Russia.

This research work consists of theoretical and practical parts. Theoretical part includes two chapters. The concepts of social media, information war, social revolution and phenomenon of "color revolution" as well as revealed in the theoretical part. Moreover, an analysis of Facebook social network was made, and organization way and methods of information dissemination in the network were analyzed.

A content analysis of groups', societies' and Mass Media Means information pages' publications in Facebook social network for the period from 17.02 to 17.03 was offered in the practical part of the work (This period is characterized as the social and political tension in Ukraine). Applying van Dijck's method we analyzed cognitive, social, political and cultural context of media messages and 806 news and articles, published in the pages of Facebook Korrespondent.net, Forbes, Segodnya.ua, Ukrpravda and Facenews for the period from 17.02 to 17.03. 2014. "Footnote" (hidden) meanings, opinions and ideology of the authors had been identified.

The following media messages were defined as anti-Russian, anti-war, against the new authorities, against the old regime, for a new power for connecting to Russia, personally against Putin, for Maidan, against Maidan, against the referendum, for hostility together with Russia. The analysis revealed that authors of media reportages and news using various methods of consciousness manipulation methods successfully form public opinion, which had been clearly seen in the coincidence of the main indicators both of media messages of the media and in groups and communities, the authors of which are ordinary users. Separately it was made a content analysis of comments to publications and news. It should be noted that almost all analyzed 56380 comments are negative. The results showed an aggressive negative sentiment of audience in relation to old and new power, to Russia and Putin's policies, as well as the position of the European Union and the United States, and to the media. The link between the deterioration of the situation on the Maidan and increased aggression and negative reactions among users was obviously seen. It is possible to point out, that public opinion is expressed in negative attitude to all current events.

That to define the fact of propaganda, a content analysis of "Correspondent" information page publications with the help of R. Cole methodology was conducted. During analysis there were defined propaganda methods which were used more frequently in media. According to received data it had been found out, that aggressive attitude to Russia and Putin's policies were actively propagandized. It is possible to assert that an information war against Russia is being conducted.

With the aim of defining the relation between users' activeness and real events in Maidan, we conducted a quantitative analysis of messages, links and publications in Facebook social network for the period from 17.02.2014 to 17.03.2014. Then comparative analysis of its results and real events chronology in Ukraine was performed. Quantitative analysis of views and news publications, as well as the activity of the audience members and media pages groups and communities, and a comparative analysis of these data with the chronology of the social and political events in Ukraine showed that the social and political situation in the media actively displayed texts. Moreover society uses resources in social networks for information and discussion about it said increased activity of the audience during the greatest social and political tensions. However, a direct association was not found, as weekends and holidays activity

significantly reduced audience, despite the fact that these days and different social tensions.

Just to confirm the impact of social networks on the social activities of citizens Ukrainian audiences groups and communities in the social network Facebook were surveyed. The questionnaire was distributed automatically through a social network. The analysis of data established the fact of indirect influence of social networks on the social activity of citizens, as well as a direct relation to the formation of the social network of public opinion. According to all kinds of analyzes , as well as a sociological survey establishes the fact of the use of social networks in the provocation of public response to the political and social tensions during the event, defined as a social revolution . Just found that the role of social media lies in information display events, and in the propaganda and manipulation shaping public attitudes on social and political processes.

Key words: Social Medya, Informational War, Facebook, Social Revolution, Manipulation of the Social Opinion, Propaganda.