

Mısır Olayları-1 İnfoğrafik

Bu rapor 01-06 Temmuz 2013 arası ile ilgilidir.Mısır'da meydana gelen elim ve fecii olaydan askerlerin ateş açma olayından önceki döneme aittir.Yazımı 06 temmuzda bitmiştir.

Vaka

Bu bir ön rapordur.Temmuz 2013'ün ilk haftasında Mısır'da bir sosyal olay gelişmiş-gelişmektedir.Twitter'da bir karşılık bulmuştur.Raporda kısaca MV Mısır Vakası olarak adlandırılacaktır. Bu raporun yayınlanlanacağı sırada Mısır'da elim olay meydana gelmiş Mısır askeri insanlara ateş açmıştır. Bu yüzden raporun yayınlanmasını erteledik. Bu elim olayın etkisini saptamak içinde 2.bir rapor hazırladık.Bu rapor 01-06 Temmuz arası ile ilgilidir.

Twitter'da 24 Mayıs tarihine kadar saptadığımız davranış modellerinde-konularında-geleneklerinde yeniden bir farklılaşma olmuştur.Bu dönemdeki saptadığımız değişkenler Gezi Parkı Olayları istatistikleridir. Sahip olduğumuz bu istatistiklerde bir sapma söz konusu olmuş yeni davranış modelleri ve istatistikler elde edilmiştir.

Örneğin: :

31 Mayıs 2013 ile 24 Haziran 2013 Arasında:
GPO Vakasında Cinsiyet:%49 Kadın, %51 Erkek

01 Temmuz 2013 ile 06 Temmuz 2013 Arasında:
M Vakasında Cinsiyet:%33Kadın, %67 Erkek

Örneğin:

Sosyal Ağ Davranış Modellerine göre dağılımda:
31 Mayıs 2013 ile 24 Haziran 2013 Arasında:
GPO Vakasında, Alaycı / Esprili dağılımı %82

01 Temmuz 2013 ile 06 Temmuz 2013 Arasında:
M Vakasında,Alaycı / Esprili dağılımı %11

Bu durum çok enteresandır. (Malesef enterasandan daha uygun bir kelime bulamadık ve pozitif bir anlamda kullandık.) Twitter kullanıcıları ve Ortak Akli GPO ve GPO karşıtı klanlarına (YnkLabs terminolojisi)-Öbeklerine (Standart matematik terminolojisi) bölünmüşken taraflar MV'yi istismar etmemişlerdir. Y+ kuşağı MV'de metefor kullanımını bırakmış aniden ciddileşmiştir.

Ayrıca şu hususlara dikkatinizi çekmeliyiz.

Sosyal Olay- Twitter Geleneği

1. ŞİKE-GPO-MV içiçe akan,oluşan ortak aklın bir sonraki vakaya devredildiği süreçlerdir.

Bir önceki vakadan kopuk bir analiz sağlıklı olmaz. Bu 3 vakanın ortak istatistikleri ayrı bir

araştırma konusudur.

2. 8 Temmuz'dan sonra AK Parti seçmenlerinin Twitter'ı daha fazla ve daha aktif kullandığını varsaymaktayız. Kullanım havuzunun aniden büyümesi istatistiki değerlerde eskiye göre bir sapma oluşturabilir.
3. 01 Temmuz 2013 - 06 Temmuz 2013 arasında MV ile ilgili atılan tweetler içerisinde bir önceki deneyimlerden faydalanarak, cümleler içinde bir anlam, yorum veya ifade taşıyan tweetler dikkate alınmıştır.

Analiz tekniği

4. İstatistikler Deniz Umut DERELİ tarafından hazırlanmıştır.
5. Türkçe tweetlerde metefor-mizah kullanımı fazladır.İnformatif yapıdan farklı duygusal bir yapısı vardır. Klasik hüküm cümlelerinden daha farklı bir yapısı vardır. Bu durumu aşmak için Dereli enegram algoritmasını Türkçe'nin dil yapısına uygun hale getirmiştir.

Ancak MV'de metefor kullanımı düşmüştür.

6. YnkLabs online analiz kullanır. Online analiz anında analiz olarak adlandırılabilir. Online analiz için Twitter'dan belli bir kesit alınmıştır. Ön raporaki rakamlar 3 ile çarpılabilir.
7. İstenirse Tweet analizinde yüzde yüze ulaşılabilir.

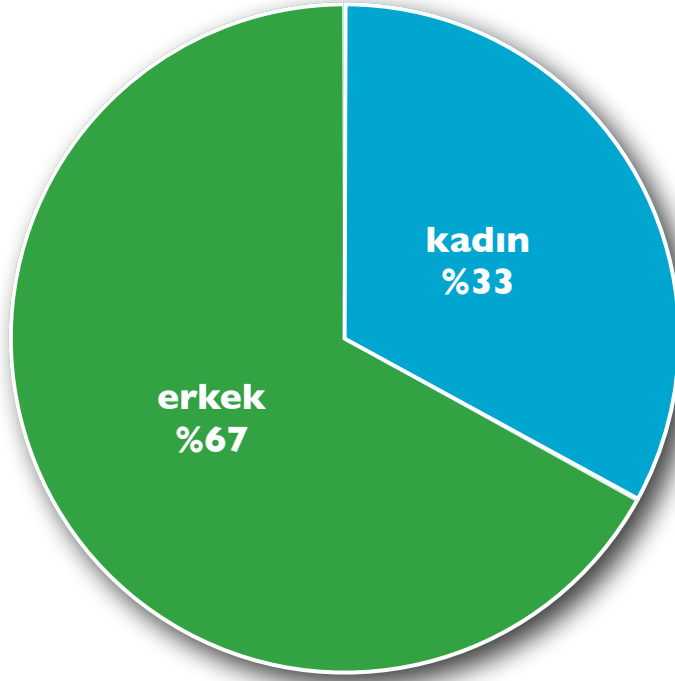
Sponsor

8. Bu rapor için herhangi bir kişi ya da kuruluş sponsor olmamıştır.
9. YnkLabs Big Data yönetimi ve Linguistik Yapay Zeka üzerine çalışan bir yapıdır. Kendi geliştirdiği yazılımları test için Twitter'ı 5 aydır kayıt altına almaktaydı.Emosyonel bir yaklaşımla YnkLabs bir kez daha "Bombayı Kucağında Bulmuştur."

Metaryaller

01 Temmuz -06 Temmuz 2013 arasında MV ile ilgili

- Toplam atılan Tweet sayısı: 506.620 Tekil Kişiden, 448.340 Adet Tweet Atıldı. (RT Dahil)
- Cinsiyet:%33 Kadın, %67 Erkek



- Yaş Ortalamaları :yaş grupları 20-25,25-35,Y+ Kuşağı olarak öbeklenmiştir. İlk iki grupta bir artış tespit edilmiştir. Bu ani artış yüzde istatistiklerinin tespiti için zaman gerektirmektedir.
- Atılan Tweetler Toplam da 278.830.000 Kez Gösterildi.
- Toplam Kullanılan HashTag: 3.214 Adet
- Konu ile alakadar Konuşmalarda toplam Mention: 2.001.156 Adet

Sonuçlar

1. Ençok Kullanılan HashTagler

#mursi
#LiderMursiLiderErdoğan
#StepDownSisiWeSupportMursi
#releaseMo
#releaseMorsi
#EvladıOsmanlıSeninleMursi
#UrumçiKürşad BizdeÇerileriyiz

- 2. Toplam: 7.315 adet görsel paylaşıldı.**
%90 Resim ve Video paylaşımı gerçekleştirildi.

- 3. Ençok Katılım Gerçekleşen 5 Şehir:**
İstanbul
Ankara
İzmir
Eskişehir
Adana

4. EnÇok Konuşulan Kişiler

Mursi
Sisi
Recep Tayyip Erdoğan
Davutoğlu
Melih Gökçek
Esed
Umut Oran
Prof. Gaye Usluer
Şamil Tayyar
Numan Kurtulmuş
Hüseyin Çelik
Kemal Kılıçdaroğlu
Gürsel Tekin
Nurettin Demir
Birgül Ayman Güler
Akit Gazetesi

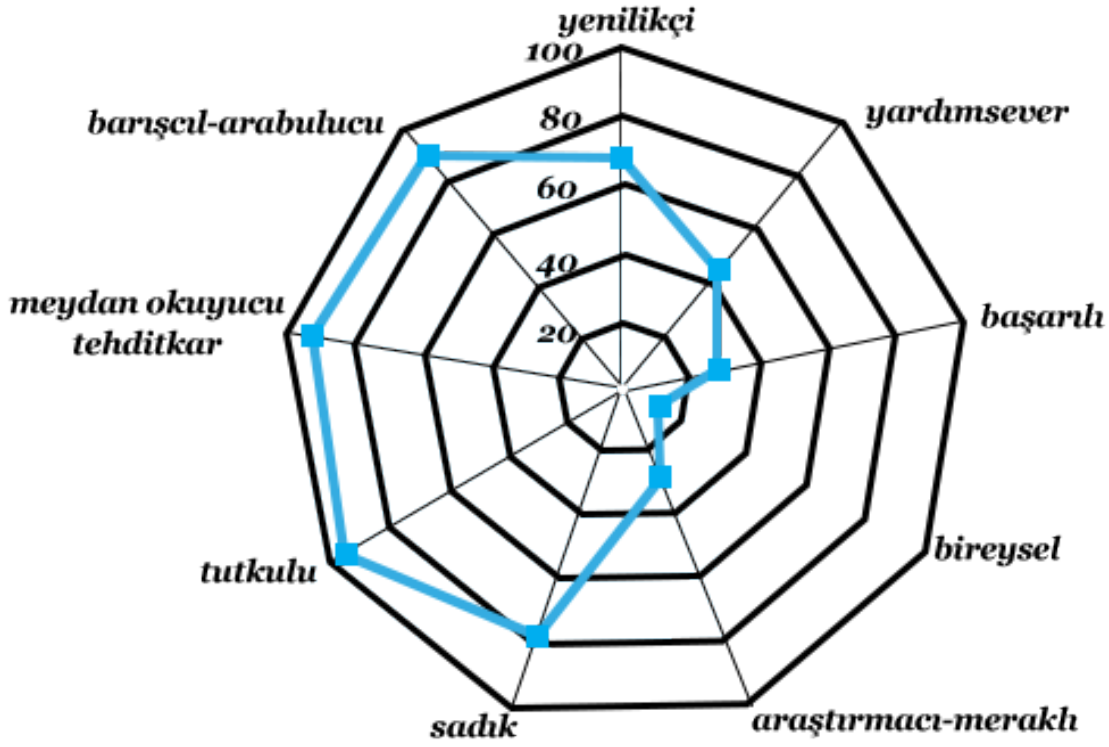
5. EnÇok Konuşulan Kamu Kurum, Kuruluş veya Örgütlenmeler:

AKP
CHP
Silahlı Kuvvetler

6. Cümle içinde ençok kullanılan ortak kelimeler:

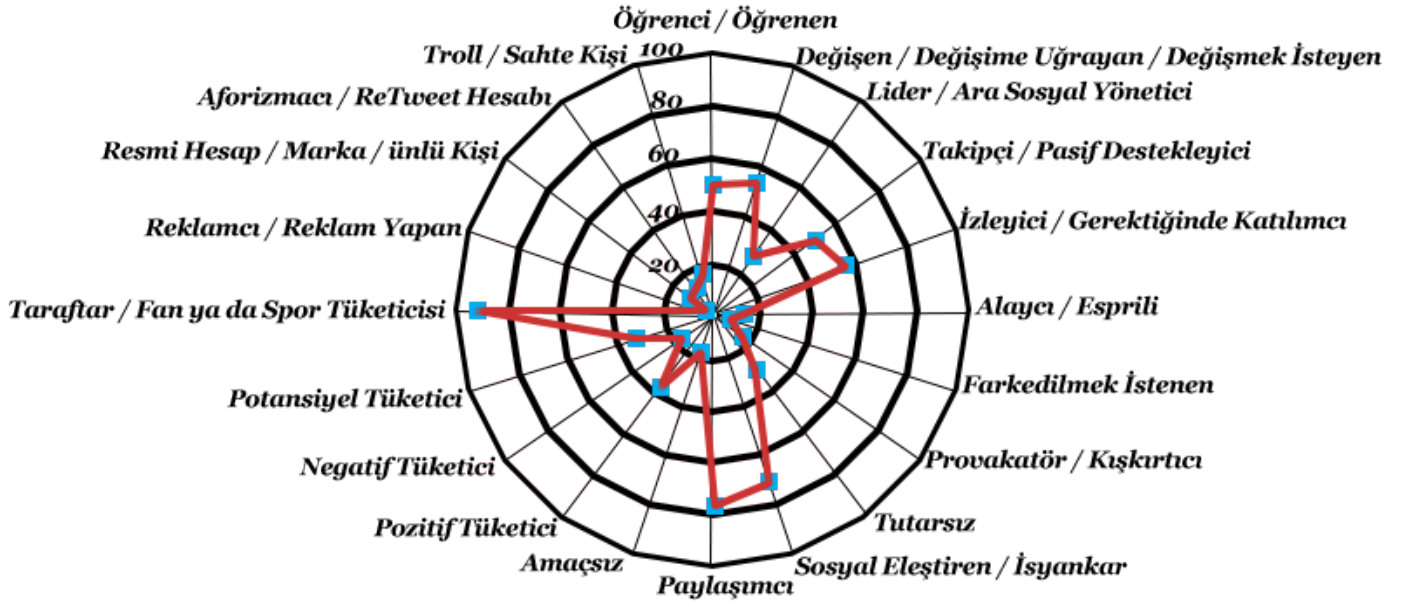
Mursi
Mısır
Sisi
#AK
AKP
RTE
Başbakan
Diren/Direnış
Darbe
Özgürlük
Baskı
Mücadele

7. Eneagram Profil Sınıflarına göre Dağılım



- 1- Yenilikçi %69
- 2- Yardımsever %43
- 3- Başarılı %33
- 4- Bireysel %14
- 5- Araştırmacı/Meraklı %32
- 6- Sadık % 79
- 7- Tutkulu %95
- 8- Meydan Okuyucu /Tehditkar %93
- 9- Barışçıl/Arabulucu %91

8. Sosyal Ağ Davranış Modellerine Göre Dağılım:



1- Öğrenci / Öğrenen	%52
2- Değişen / Değişime Uğrayan / Değişmek İsteyen	%54
3- Lider / Ara Sosyal Yönetici	%27
4- Takipçi / Pasif Destekleyici	%51
5- İzleyici / Gerektiğinde Katılımcı	%58
6- Alaycı / Esprili	%11
7- Farkedilmek İstenen	%7
8- Provakatör / Kışkırtıcı	%10
9- Tutarsız	%27
10- Sosyal Eleştiren / İsyankar	%71
11- Paylaşımçı	%78
12- Amaçsız	%9
13- Pozitif Tüketici	%38
14- Negatif Tüketici	%18
15- Potansiyel Tüketici	%36
16- Taraftar / Fan ya da Spor Tüketicisi	%91
17- Reklamcı / Reklam Yapan	%0.1
18- Resmi Hesap / Marka / Ünlü Kişi	%7
19- Aforizmacı / ReTweet Hesabı	%9
20- Troll / Sahte Kişi	%17

Fikirler-Spekülasyonlar

1. Ortak akıl:Ortak akıl oluşumu:

Daha önceki raporumuzda ‘*Seçim dönemlerinde-Referandum dönemlerinde GPO’daki gibi bir ortak akıl oluşacak mı ? Bu düşünülmelidir.*’ demiştik. Evet Türkiye dışında gelişen bir olaya karşı da Twitter’da bir ortak akıl oluşmuştur. Ortak akılı toplu tavırdan ayıran özellik ise bireylerin kişiliklerini ortaya koyabilmesi ve fikrin Tweet etkileşimi içinde oluşmasıdır.

MV’de biraz ortak akıl ithal edilmiştir. Bu da sağlıklıdır.Ve twitter geleneğinde yer almaya devam edecektir. Sadece Türkiye’de yenidir.

2. Ortak akıl:Ortak akıl oluşumunu hızlandırma-Tweet organizasyonları.

Troll hesaptaki yüzde 17’lik sonuç bize şunları düşündürmüştür:

STK’lar ya da gruplar organize olarak tek merkezden tweet atmaya başlamıştır. Böylece kişisel tweetlerle oluşacak ve zaman alacak bir ortak akıl oluşması hızlandırılmıştır.

Sanırsız seçim dönemlerinde-sosyal olaylarda ‘*düşük takipçi sayısı*’ kişilerden yüksek sayıda atılan tek tip kanı taşıyan tweetlerle daha fazla karşılaşacağız. Ancak bu kişiler ajan ya da provakatör olmayıp sadece bir fikri savunan sivil vatandaşlar olacaktır.

Ancak burda bir risk vardır.Bu durum ortak akıl oluşumunu engelleyebilir basitçe iki kutuplu bir düşünme biçimini yaratabilir.

MV’deki Darbe-Devrim kutbu gibi.

Belki de bu durumun tespiti spam olarak işaretlenen hesapların standarta göre oranındaki artış olabilir. Sn. Dereli bu konuda bir algoritma üzerinde deneysel olarak çalışmaktadır.

Sn. Dereli’nin bu konuda yürüttüğü ikinci çalışma sanal karakterler üzerinden zıt fikirli kişilere mention atmaktır. Bu Tweetlerin özelliği ise mention edenin mention edilenin kelime-kavram-lingüistik özelliklerini biraz taşımasıdır. Bu durumda zıt fikirler arasında hemen dialog kurulabilmekte Twitter’ın temel fonksiyonu olan etkileşim gerçekleşmektedir. Bu deneysel bir çalışmadır. Bilimsel tabana oturtulması zaman alacaktır.

3. Ortak akıl:Ortak akıl oluşumunu hızlandırma-AKParti seçmeni.

Ak Parti seçmeni Twitter’ın önemini çok hızlı kavramış ve hayatına Twitter’ı sokmuştur.

8 Temmuzdan sonra Twitter performansları giderek yükselmektedir. Ancak şimdilik kullandıkları dil biraz agresiftir. Bu durum post GPO etkisi olabilir. Üzerlerine yüklenilmiş olan taraf kimliği olabilir.

4. Tweet’lerde Metefor kullanımı MV’de azaldı:

Cümle içinde en fazla kullanılan ortak kelimelerde metefor yok.

MV’de Alaycı-Esprili karakter yapısı %11, GPO’da bu oran % 83 idi.

Taraftar / Fan ya da Spor Tüketicisi ve Sosyal Eleştiren / İsyankar karakterleri sabit kaldı.

Bu veriler bizi bazı spekülasyonlara itmektedir. Şöyleki:

-Y+ kuşağı ile yönetim arasındaki mesafeye rağmen Y+ kuşağı tabiri caizse ‘Düşmanımın düşmanı dostumdur.’ dememiş MV’de aniden ciddileşmiş, olayı kavramak için izleyici ve öğrenici kalmıştır. Y+ kuşağı iki olayı GPO ve MV’yi birbirinden ayırmış iki olayı bağdaştırıp fanatizm yapmamıştır.

Y+ kuşağı acaba yönetim için şöyle mi düşünmektedir. 'evet yönetimle çatışabilirim ama yönetimi dışlamam onlar da benim varlık alanımın içindedirler. Onların mutsuzluğu benim mutluluğum değildir. Onların mutsuzluğunu çözmek için yardım da ederim. Çıkarsız mutabakat ederim.' Bu konuda yapılacak psikolojik bir araştırma ülke için çok faydalı olabilir.

Y+ Kuşağı MV'de de yandaşlık yapmamıştır. Bu insanların aidiyet ve temsiliyet sorunu yaşadıklarını speküle edebiliriz belki de kendilerine bir baba birlider figürü aramaktadırlar.

5. Darbe/devrim eksen:

En fazla kullanılan ortak kelimeler incelendiğinde MV'de olan sosyal olay darbe olarak algılanmaktadır. MV'de oluşan ortak akıl darbeye karşıdır. Militarizme karşıdır.

6. Farazi durumlar:

-MV'nin tvlerde canlı yayınlanması Y+ kuşağı tarafından nasıl algılanmıştır.Emosyonel bir tepki vermişlermidir. Bu duruma bir eleştiri getirmeyip pozitif mi bulmuşlardır. ?

-Sn. Gökçek gerek GPO gerek MV'de en fazla konuşulan kişiler listesine girmeyi başarmıştır. Sn. Gökçek Twitter'ı efektif kullanmaktadır.

-Ligler başladığında fanatizmi düşük bir futbol havasını yaşayacağız?

-EnÇok Konuşulan Kamu Kurum, Kuruluş veya Örgütlenmelerin AKP-CHP-Silahlı Kuvvetler olup MV'ye özel İhvan-Müslüman Kardeşler vb. olmaması, darbe/devrim eksen taşıması siyasal tarihimize bir eleştiri eğilimini göstermektedir. Sanırız Jakobenizm eleştirisi-Demokrasi ve sandık ilişkisi - seçimle gelmiş kişilerin yönetim hukuğu ve geleneği önümüzdeki günlerde Twitter'ın temel topikleri olacaktır.

YnkLabs kimdir:

YNKLabs, büyük veri yapıları üzerinde semantik ve lingüistik algoritmalar ile cümlelere anlam katan analizler gerçekleştirmektedir.

www.ynklabs.com

info@ynklabs.com

0 212 356 20 38