

Dijital Çağda Türk-Yunan İlişkilerini Yeniden Değerlendirmek: Instagram Örnekleminde Bir Analiz

Re-Evaluating Turkish-Greek Relations in the Digital Age: An Analysis of Instagram



Ayşe Tuğba Kar¹  & Uğur Gündüz²  

¹ İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, İstanbul, Türkiye

² İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, İstanbul, Türkiye

Öz

Osmanlı İmparatorluğu'ndaki millet sisteminde gayrimüslim nüfusun bir parçası, Türkiye Cumhuriyeti'nde ise komşu olarak Yunanlar ile ilişkilerimiz tarihî süreç içerisinde özellikle siyasi gelişmelere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu kapsamda, milletlerin birbirleri hakkındaki görüşleri, birbirlerine yaklaşımları, iletişimin dijital hâli ve "komşu" ya da "öteki"ne dair algılamaları #TürkYunanDostluğu, #TurkishGreekFriendship, #TürkiyeYunanistan ve #TurkeyGreece etiketleriyle yapılan Instagram paylaşımları üzerinden değerlendirilecektir. Paylaşımlar incelenirken Türk-Yunan iletişimini temel alan gönderiler değerlendirmeye alınacaktır. İncelenen gönderilerin tarih aralığı 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 şeklinde sınırlandırılacaktır. İlgili gönderilerde kullanıcıların birbirlerini algılama ve birbirlerine yaklaşımları incelenerek paylaşımlar üzerinde içerik analizi yapılacaktır. Örneklem olarak belirlenen etiketler üzerinden iletişimin analiz edilmesi, dijital çağda kültürel ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın özgünlüğü ise Türk-Yunan ilişkilerinin dijital iletişim temelli bir yaklaşımla analiz edilmesi noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, Yunan halkı ile ilişkilerin dijital mecralar üzerinden incelenerek analiz edilmesinin mevcut literatüre anlamlı ve özgün bir katkı sunması beklenmektedir.

Abstract

Within the millet system of the Ottoman Empire, a segment of the non-Muslim population was integrated; in the Republic of Türkiye, however, our relations with the Greeks as neighbors have varied over the course of history, especially depending on political developments. This study explores how nations perceive one another, approach each other, and define the "neighbor" or "other" in the digital age by analyzing Instagram posts tagged with #TürkYunanDostluğu, #TurkishGreekFriendship, #TürkiyeYunanistan, and #TurkeyGreece. The analysis is limited to posts explicitly addressing Turkish-Greek communication, shared between January 1, 2024, and December 31, 2024. Using content analysis, the study investigates how users perceive and engage with one another through these posts. The selected hashtags provide valuable insight into the influence of digital communication on cultural and societal relations. The study's originality lies in its focus on digital communication to analyze Turkish-Greek relations. This Instagram-based exploration is expected to contribute meaningfully and uniquely to the existing literature by presenting a new perspective on interactions between the two nations.

Anahtar Kelimeler Türk-Yunan ilişkileri • Dijital Çağ • Sosyal Medya • Instagram • İçerik Analizi

Keywords Turkish-Greek Relations • Digital Age • Social Media • Instagram • Content Analysis



“ Atıf | Citation: Kar, Ayşe TuğbaUğur Gündüz. "Re-Evaluating Turkish-Greek Relations in the Digital Age: An Analysis of Instagram.". *Türkiyat Mecmuası-Journal of Turkology*, 35, 1 (2025): 143-172. <https://doi.org/10.26650/iuturkiyat.1649475>

© This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

© 2025. Kar, A. T. & Gündüz, U.

✉ Sorumlu Yazar | Corresponding author: Uğur Gündüz ugunduz@gmail.com



Extended Summary

Turkish-Greek relations extend from the Ottoman Empire to the Republic of Türkiye. The relationship between the Turkish and Greeks has undergone periodic changes throughout history, particularly influenced by political developments.

The starting point of these relations is the Ottoman Empire, a multi-ethnic entity that consisted of two major groups: "Muslims and non-Muslims." The Greeks, along with the Armenians and Jews, were part of the non-Muslim subjects. The widespread effects of the French Revolution also influenced the Ottoman Empire, leading to uprisings in the Balkans, with Greece being the first to gain independence from the empire in 1821. This marked the end of four centuries of Ottoman rule. With the establishment of the independent Kingdom of Greece in 1830, the Turks were perceived in Greek national consciousness as the "Enemy" or "The Other."

During World War I, the defeat of the Ottoman Empire led to the Greek occupation and the attempted annexation of Western Anatolia. However, the Turkish nation's struggle for independence under the leadership of Mustafa Kemal Pasha resulted in victory, and Western Anatolia was reclaimed. One of the significant historical events between the two countries is the 1923 Population Exchange. This exchange, a crucial factor in the nation-building processes of both Türkiye and Greece, forcibly relocated approximately two million people between the two nations. Between 1923 and 1950, the process of rapprochement and cooperation between Türkiye and Greece was significantly influenced by the communication between their leaders, Mustafa Kemal Atatürk and Eleftherios Venizelos. The efforts of these two post-war states to find solutions to problems and improve neighborly relations continued in a balanced manner.

In more recent history, the first wave of migration of Istanbul Greeks to Greece began with the events of September 6-7, 1955, followed by the forced migration of 1964. However, a positive shift in Turkish-Greek relations began in 1999. During earthquake disasters in both countries, government-backed aid efforts and increased mutual assistance between the people fostered stronger ties. Additionally, post-1999 developments in trade created a mutually beneficial atmosphere. Fundamental issues such as Cyprus, the Aegean Sea, minority rights, and the Ecumenical Patriarchate remain areas of contention, with periodic attempts at resolution. Nevertheless, both nations have demonstrated mutual support in times of disasters such as earthquakes, wildfires, and floods. Over time, it has become evident that political dynamics and other periodic influences have shaped not only political relations but also social and cultural interactions.

In the digital age, daily lives and, consequently, communication methods have been shaped by technology and the internet. Our study examines how Turkish-Greek relations and communication are reflected on social media in the digital era. This analysis was conducted through posts shared using hashtags such as #TürkYunanDostluğu, #TurkishGreekFriendship, #TürkiyeYunanistan, and #TurkeyGreece on Instagram. A total of 4,321 posts were retrieved through a search using these hashtags, but only 2,357 were shared from public accounts. Therefore, the study proceeded with the analysis of these 2,357 posts, of which 58 were posted between January 1, 2024, and December 31, 2024, by 54 distinct accounts.

Five research questions were formulated for analyzing the posts: (1) Nationality of account owners (Turkish, Greek, or other); (2) Message conveyed in the posts (positive, negative, or neutral); (3) Type of accounts (personal, business, or content creator); (4) Content categories (travel, entertainment, informational, language education, news, culture, politics, advertising, personal); and (5) Type of visual content used (photo or reels).

The data analysis revealed that the most frequently used hashtag was #TürkYunanDostluğu with 28 posts, followed by #TürkiyeYunanistan with 11 posts, #TurkeyGreece with 10 posts, and #TurkishGreekFriendship with 9 posts. Of the 54 account owners, 39 were Turkish, 5 were Greek, and 10 belonged to foreign nationals classified under the "other" category. Among the 58 examined posts, 41 conveyed positive messages, 3 were negative, and 14 were neutral. Regarding account types, 27 were personal accounts, 15 were content creator accounts, and 12 were business accounts. In terms of content type, 13 posts were advertisements, 12 were news-related, 10 were personal, 7 were cultural, 5 were travel-related, 10 provided informational content, and 1 focused on language education. Notably, there were no posts related to entertainment or politics. Regarding the use of visual media, 54 posts contained photos, while only 4 used reels, indicating a higher preference for photo-based sharing.

The analysis of the Instagram posts examined in our study reveals that technological advancements have fostered a new form of interaction and connection between the two nations. Social media provides opportunities for learning foreign languages, sharing political, social, and cultural information, and meeting new people, which also influences Turkish-Greek relations. The findings indicate that positive posts are predominant.

By analyzing Turkish-Greek relations through a communication-based approach in the digital age, this study is expected to make a significant contribution to the literature on contemporary relations between the two nations.

Giriş

Türkiye ile Yunanistan arasındaki ilişkiler Osmanlı İmparatorluğu dönemine dek uzanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki millet sistemi içerisinde gayrimüslim nüfusa dâhil olan Rumlar, Türkiye Cumhuriyeti'nde ise komşu olarak Yunan halkı ile ilişkilerimiz tarihsel süreç içerisinde değişim göstermektedir. İki millet arasındaki ilişkileri belirleyen en önemli unsurun devletler arasında yaşanan siyasi ilişkiler olduğu dikkat çekmektedir. Siyasetle beraber dönemsel olarak basının yönlendirmesinin de ilişkileri etkilediğine dair olaylar yakın tarihimizde de yaşanmıştır. Bu kapsamda, iki ülke arasındaki ilişkilerde milletlerin birbirini tanımlaması savaş zamanlarında “düşman-öteki”, barış zamanlarında ise “komşu” kavramı üzerinden devam etmektedir.

1789 tarihli Fransız Devrimi'nin yankıları Osmanlı İmparatorluğu'nu da etkileyerek Balkanlar'da ayaklanmalara yol açmış ve 1821'de imparatorluktan bağımsızlığını ilk kazanan Yunanistan olmuştur.¹ Dört yüzyıllık Osmanlı yönetiminin sona ermesi ve 1830'da bağımsız Yunanistan Krallığı'nın kurulmasıyla Yunan ulusal bilincinde Türkler “düşman” veya “öteki” olarak algılanmıştır.²

Birinci Dünya Savaşı sırasında Osmanlı İmparatorluğu'nun yenilgisi, Yunan işgali ve Batı Anadolu'nun ilhakı girişimine yol açmıştır. Ancak Mustafa Kemal Paşa önderliğindeki Türk milletinin bağımsızlık mücadelesi zaferle sonuçlanarak Batı Anadolu geri alınmıştır.³ İki ülke arasındaki önemli tarihi olaylardan biri de 1923 Nüfus Mübadelesi'dir. Hem Türkiye hem de Yunanistan'ın ulus inşa süreçlerinde önemli bir etkiye sahip olan mübadeleyle iki ülke arasında yaklaşık iki milyon insan zorunlu göç yaşamıştır.⁴ 1923-1950 yılları arasında ise, Türkiye ve Yunanistan arasındaki yakınlaşma ve iş birliği süreçlerinde Mustafa Kemal Atatürk ve Eleftherios Venizelos arasındaki iletişimin etkisi oldukça önemlidir.⁵

Yakın tarihte İstanbul Rumlarının Yunanistan'a göçünün ilk dalgası 6-7 Eylül 1955 olaylarıyla başlamış ve bunu 1964'teki zorunlu göç takip etmiştir.⁶ Türk-Yunan ilişkilerinde olumlu değişim dönemi ise 1999'da başlamıştır. İki ülkede yaşanan deprem felaketleri sırasında, hükümet destekli yardımlar ve halklar arasındaki yardımlaşma ruhu daha güçlü bağlar oluşmasına vesile olmuştur. Ayrıca, 1999 yılından sonra ticaret alanında yaşanan gelişmeler de olumlu bir atmosfer yaratmıştır.⁷ Kıbrıs, Ege Denizi, azınlık hakları ve Patrikhane⁸ gibi

¹Dimitris Loules ve Selda Kaya, “Fransız Devriminin Yunanistan Üzerindeki Etkisi”, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 15/26 (1991): 296, erişim 14 Ocak 2025. https://doi.org/10.1501/Tarar_0000000034.

²Esra Özsüer, *Türkokratia Avrupa'da Türk İmajı* (İstanbul: Kronik Kitap, 2019), 245-246.

³Oğuz Kalelioğlu, “Türk-Yunan İlişkileri ve Megali İdea”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 11/41 (2008): 112, erişim 14 Ocak 2025. https://doi.org/10.1501/Tite_0000000260.

⁴Kemal Arı, *Suyun İki Yanı: “Mübadele”*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, (2015), 1.

⁵Pınar Karataş, “Elektronik Kültür Ortamında Türk- Yunan Milli Kimlik Mücadeleleri Bağlamında YouTube Videoları Yorumları”, *Cyprus International University Folklor/Edebiyat*, 18/72 (2012), 98, erişim 15 Ocak 2025. https://www.folkloredebiyat.org/Makaleler/2128949936_fe-72-5.pdf.

⁶Özgür Kaymak, “Atina'da Yaşayan İstanbullu Rumların Göç Hafızasıyla Beslenen Kimlik İnşaları”, *Contemporary Research in Economics and Social Sciences*, 1/2 (2017): 191, erişim 15 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/conress/issue/35835/401622>.

⁷Serdar Cem Sediroğlu, “Soğuk Savaş Sonrası Dönemde Balkanlarda Türk-Yunan Taraflarının Karşılıklı Güvenlik Algılamaları ve Çıkmazları”, *Trends in Business and Economics*, 37/1 (2023), 74, erişim 12 Ocak 2025. <https://doi.org/10.5152/TBE.2022.974762>.

⁸Nazlı Usta, “Türk-Yunan Ekonomik İlişkileri (1980-2010)”, (Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, 2012), 31-32, Ulusal Tez Merkezi (317769).

temel konularda dönemsel olarak çözüm arayışları devam etse de kesin bir sonuca varılamamıştır. Bununla beraber her iki ulusun da deprem, orman yangını ve sel gibi felaket zamanlarında birbirlerini destekledikleri görülmektedir. Bu durum, sorunların çözümü ve olumlu ilişkilerin tesisi anlamında umut vermektedir. Çalışma özelinde ise Türk-Yunan ilişkilerinin dijital çağdaki dönüşüm ve etkileşiminin analiz edilmesinin ilişkilere farklı bir perspektiften bakılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1990 sonrası internetin yaygınlaşması ve günümüzde sosyal medyanın kullanımı ile bireyler için yeni bir “sanal dünya” ortaya çıkmıştır. Bu yeni dünyada kullanıcılara sunulan içerik oluşturabilme özelliği ise üretici-tüketici dengesini değiştirmekle beraber bireylerin etki alanını genişletmiştir. Sahip oldukları sosyal medya hesabıyla dünyanın her yerine ulaşabilen kullanıcıların iletişim dinamiği boyut değiştirmiştir. Birbirleriyle aracısız iletişim kurma imkânına sahip olan bireyler, belli konularda var olan algıları kırma ya da yeni bilgiler elde etme konusunda alternatiflere sahip olmaktadır.

Teknoloji ve internetin gündelik hayatımızın her alanına dâhil olduğu dijital çağda birey, fiziksel çevresi dışında istediği zaman çevrim içi olabileceği yeni bir dünyaya da sahiptir. Bu dünyada uzak-yakın algısı değişmekle beraber kullanıcıların başka ülkelerdeki yaşamlara dair ilgi ve merakları artmaktadır. Bu durum, Türkiye ve Yunanistan gibi iki komşu ülke arasındaki iletişim dinamiğini de etkilemektedir. Dijital çağda sosyal medya üzerinden yürütülen yeni ilişkiler milletlerin birbirlerini tanıma, tanımlama ve iletişim kurma durumlarını değiştirmektedir.

Çalışmada araştırma alanı olarak dünyada ve ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biri olan Instagram tercih edilmiştir. We Are Social ve Meltwater ortaklığında hazırlanan “Digital 2025 Global Overview Report”ta yer alan istatistiklere göre, 8.2 milyarlık dünya nüfusunun 5.24 milyarı sosyal medya kullanmaktadır.⁹ Şubat 2025 verilerine göre sosyal medya platformları içerisinde ilk üçte yer alan Instagram, 2 milyar kişi tarafından kullanılmaktadır.¹⁰ Aynı rapora göre Ocak 2025’te Türkiye’de 87.6 milyonluk nüfus içerisinde 58.5 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Instagram ise 58.5 milyonluk kullanıcısı ile Youtube ve Facebook’u geçerek ilk sırada yer almaktadır.¹¹

Çalışmada Türk ve Yunanların dijital çağdaki iletişim süreci Instagram platformunda #TürkYunanDostluğu, #TurkishGreekFriendship, #TürkiyeYunanistan ve #TurkeyGreece etiketleri kullanılarak yapılan paylaşımlar üzerinden değerlendirilecektir. İncelenecek gönderilerin tarih aralığı 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 olarak sınırlandırılmıştır. İçerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilecek veriler iki milletin birbirini algılama ve birbirlerine yaklaşımlarındaki etkiyi göstermesi açısından önem taşımaktadır.

1. Türk-Yunan İlişkilerine Dair Kısa Bir Analiz

Çalışmada araştırma kısmına geçmeden önce Türk-Yunan ilişkilerinin tarihçesine dair kısa bir özet sunmak faydalı olacaktır. Türk-Yunan ilişkilerinin başlangıcı Osmanlı İmparatorluğu Dönemi’ne dek uzanmaktadır. Çok milletli bir yapıya sahip olan Osmanlı İmparatorluğu, yönetim sistemi içerisinde azınlık terimini kullanmamış ve imparatorluğun çöküşüne kadar hiçbir etnik gruba azınlık statüsü vermemiştir. Farklılığın en önemli ölçütünün din olduğu Osmanlı tebaası içerisinde “Müslümanlar ve gayrimüslimler” şeklinde iki büyük grup bulunmaktaydı.¹² Rum, Ermeni ve Yahudi olmak üzere üç ayrı milletten oluşan

⁹We Are Social, erişim 3 Mayıs 2025, <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>

¹⁰We Are Social, erişim 3 Mayıs 2025, <https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>.

¹¹DataReportal, erişim 3 Mayıs 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>.

¹²Mehmet Hacısalihoğlu ve Fuat Aksu, “A General Introduction to Minority Issues in the Balkans”, *Proceedings of the International Conference on Minority Issues in the Balkans and the EU içinde*, Mehmet Hacısalihoğlu and Fuat Aksu (eds.), (İstanbul: OBİV, 2007), 3.

gayrimüslimler din ve mezhep esasına göre ayrılmaktaydı.¹³

Avrupa ve dünya tarihi açısından büyük bir kırılma noktası sayılan 1789 Fransız İhtilali'nin etkileri çok uluslu bir nüfusa sahip olan Osmanlı İmparatorluğu'na da yansımıştır. Fransız Devrimi'nin etkisi Avrupa'da zorla kabul ettirilmişken Yunan halkı ise bu olguyu büyük bir umutla kabul etmişti.¹⁴ Öyle ki Osmanlı İmparatorluğu'na karşı Balkanlarda başlayan isyanlar sonucunda imparatorluktan bağımsızlığını ilk alan Yunanistan (1821) olmuştur.¹⁵ Bu tarihle beraber bugün "Türkokratia"¹⁶ olarak tanımlanan dört yüz yıllık Osmanlı hâkimiyeti sona ermiştir.

Bağımsız Yunanistan Krallığı 1830 yılında kurulduğunda yeni devletin temel düşünce yapısı Osmanlı topraklarının egemenlik altına alınmasına dayanmaktaydı. Türk-Yunan ilişkilerinde Yunanistan ile ilgili olarak akla ilk gelen kavram olan ve "Büyük Fikir" anlamına gelen "Megali İdea-Μεγάλη Ιδέα" bu amaçla türetilmiştir ve Osmanlı İmparatorluğu'nun yerini bir Yunan İmparatorluğu'nun alması hedefine dayanmaktadır.¹⁷

Yunan devletinin kurulmasından yaklaşık 40 yıl sonra Bizans, Yunan millî tarih yazımında yer almaya başlamıştır. "Karanlık Çağ" olarak adlandırılan Osmanlı hâkimiyet dönemi (Türkokratia) ise bu şekilde değerlendirilmemiş ve Türk nefreti Yunan ulusal bilincini geliştirmede güçlü bir araç olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda Yunan ulusunun karşısında Türkler "Düşman Öteki" ya da "Millî Öteki" olmuş ve Yunan ulusu ile yan yana düşünülmesi dahi imkânsız olarak kabul edilmiştir.¹⁸ Temelde iki halkı ve devletler arasındaki ilişkileri etkileyen ve gerçek bir yakınlaşmaya engel olan temel nokta, "Büyük Ulusal Tarihsel Anlatı" ve bunun sonucunda ortaya çıkan ulusal kimliktir ki bu da genel anlamda "ötekini" küçümseme ve şeytanlaştırma yaklaşımını benimsemektedir.¹⁹

I. Dünya Savaşı'nda savaşa İttifak Devletleri'nin tarafında giren Osmanlı İmparatorluğu'nun yenik düşmesi sonucu 30 Ekim 1918 tarihinde Mondros Mütarekesi imzalanmıştır. Bunun sonucunda Yunanlar 15 Mayıs 1919 tarihinde İzmir'e çıkıp Anadolu'nun iç kısımlarına ilerlemiş, Anadolu'daki Türk varlığına son vermek amacıyla Ankara'ya kadar ulaşmışlardır. Üç yıl süren Batı Anadolu işgali ve ilhakı Mustafa Kemal Paşa önderliğinde Kurtuluş Savaşı mücadelesi veren Türk milletinin zaferiyle sonuçlanmış, kaybedilen Batı Anadolu yeniden geri alınabilmiştir.²⁰

Türk-Yunan ilişkilerinde önemli bir dönüm noktası da 1923 Nüfus Mübadelesi'dir. Türkiye ve Yunanistan'ın uluslaşma sürecindeki büyük etmenlerden biri olan Mübadele ile iki ülkeden yaklaşık iki milyon insan zorunlu olarak yer değiştirmiştir.²¹

1923 ve 1950 yılları arasında Türk-Yunan ilişkilerinde belirli bir yakınlaşma ve iş birliği yaşandığı görülmektedir. Bu süreçte, savaştan yeni çıkmış iki devletin var olan sorunlara ortak çözüm yolları aramaya ve komşuluk ilişkilerini iki devletin de menfaati noktasında yürütmeye karar verdikleri görülmektedir. İlişkilerin iki devlet için de sıcak ve dengeli bir seyrirde ilerlemesinde devlet başkanları Mustafa Kemal Atatürk ve Eleftherios Venizelos arasındaki iletişimin etkisi oldukça fazladır. Ancak geçmişte yaşanan şiddetli çatışma-

¹³Esin Yüzbaşı ve Melike Sarıkcıoğlu, "18. ve 20. Yüzyıllar Arasında Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslimlerin Yaşamları: (İstanbul, İzmir ve Selanik)", *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi*, 4/4 (2021): 55, erişim 12 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataddergi/issue/64148/950621>.

¹⁴Loules ve Kaya, "Fransız Devriminin Yunanistan Üzerindeki Etkisi", 296.

¹⁵Özsüer, *Türkokratia Avrupa'da Türk İmajı*, 133-134.

¹⁶Özsüer, 137.

¹⁷İoannis N Grigoriadis, *Kutsal Sentez, Yunan ve Türk Milliyetçiliğine Dini Aşlamak* (İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2014), 46.

¹⁸Özsüer, *Türkokratia Avrupa'da Türk İmajı*, 245-246.

¹⁹Alexis Heraklides, "The Main Obstacles to Greek-Turkish Rapprochement", *Proceedings of the International Conference on the Turkish-Greek Relations issues, solutions, prospects içinde*, ed. Fuat Aksu (2006), 62.

²⁰Kalelioğlu, "Türk-Yunan İlişkileri ve Megali İdea", 112.

²¹Arı, *Suyun İki Yanı: "Mübadele"*, 1.

ların izleri kültürel bellekte yer aldığı ve bu durum nesilden nesle aktarıldığı için güvensizlik duygusu kalıcı olarak ortadan kalkmamıştır.²²

İstanbul Rumlarının Yunanistan'a göçünün ilk ayağı 6-7 Eylül 1955 Olayları ile başlamış, zorunlu olarak da 1964 Göçü ile devam etmiştir. İstanbullu Rumların Yunanistan'a göçlerinde tercih ettikleri şehir ağırlıklı olarak Atina olmuştur.²³ "İstanbul Rumlarının hikâyesi 1964 yılında sona erecektir. Türkiye Rumlarının göç ettiği tarih, 1942 ya da 1955 senesi değil, 1964'tür. Bu tarihten itibaren Rumlar, düzenli bir biçimde ve belki de geri dönüşü olmaksızın ülkeyi terk etmeye başlamışlardır."²⁴ İstanbul Rumları için yaşanan olayların maddi etkileriyle beraber psikolojik etkileri de oldukça büyük olmuştur.

İki ülke arasındaki ilişkilerde 1999 yılı ve sonrasında olumlu bir süreç başlamıştır. İki ülkede yaşanan deprem felaketlerinde hükümet destekli ve halklar arası yardımlaşma temeline dayalı yakınlaşma, 1999 sonrasında artan ilişkilerin ticarete olumlu yansıması gibi gelişmeler iki taraf için de kazançlı bir atmosfere sebep olmuştur. 2002 sonrasında Türkiye'nin komşularla sıfır sorun politikasını benimsemesi, Yunanistan'ı tehdit olarak görmediği ve Ege'de iki ülke için de kalıcı bir barış için iş birliğine açık olduğunu yansıtmıştır.²⁵

İki ülke arasında başta Kıbrıs, Ege, azınlıklar, Patrikhane gibi²⁶ başlıklarda temel sorunlar ve bu sorunlara çözüm arayışları devam etmektedir. Ancak iki milletin özellikle deprem, yangın, sel gibi felaketlerde birbirlerine destek verdikleri ve "komşu" kavramının içini doldurmaya çalıştıkları görülmektedir. Tüm bu durum ise milletler arasındaki iletişimin siyasetten bağımsız olarak insani her koşulda devam ettiğini göstermektedir.

2. Dijital Çağda Türk-Yunan İlişkilerinde Sosyal Medyanın Yeri

1800'lü yıllarda yazılı basın, 1950'li yıllarda ise görsel anlamda gelişim gösteren ve yaygınlaşan kitle iletişim araçları, teknolojinin gelişmesiyle beraber dijital platformlar üzerinden kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Doksanlı yıllar sonrasında internetin yaygınlaşması ve günümüzde artan sosyal medya kullanımı ile iletişim ortamında yeni bir alan ortaya çıkmıştır. Bu yeni alanda sunulan en önemli özellik kullanıcıların içerik oluşturabilmesidir. Kullanıcıların içeriğin oluşturulması ve dağıtımında söz sahibi olma durumu "prosumer" kavramı ile açıklanmaktadır.²⁷ Prosumer kavramını ilk kez ortaya atan Alvin Toffler, 1980 tarihli Üçüncü Dalga kitabında: "Üçüncü Dalga uygarlığı, üretici ile tüketici arasındaki tarihsel uçurumu iyileştirmeye başlar ve yarının "prosumer" ekonomisini meydana getirir."²⁸ cümlelerine yer vermiştir. Bu bağlamda, üretici ve tüketicinin aynı kişi olması anlamına gelen "prosumer" kavramı çevrim içi dünyada kullanıcılara geniş bir yetki alanı sunmaktadır.

Günümüzde teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler, toplumsal yaşamın dijital araçlar aracılığıyla yeniden şekillendiği bir dönüşüm sürecini beraberinde getirmiştir. Teknoloji toplumu ya da bilgi toplumu olarak adlandırılan günümüz toplumununsa dijitalleşmenin temel alındığı bu dünyaya uyum sağlaması ve dijital aygıtları kullanabilme yeterliğine sahip olması beklenmektedir.²⁹ Teknoloji toplumuna uyum sağlama

²²Karataş, "Elektronik Kültür Ortamında Türk- Yunan Milli Kimlik Mücadeleleri Bağlamında YouTube Videoları Yorumları", 98.

²³Kaymak, "Atina'da Yaşayan İstanbullu Rumların Göç Hafızasıyla Beslenen Kimlik İnşaları", 191.

²⁴Samim Akgönül, *Türkiye Rumları Ulus-Devlet Çağından Küreselleşme Çağına Bir Azınlığın Yok Oluş Süreci* (İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2012), 251.

²⁵Sediroğlu, "Soğuk Savaş Sonrası Dönemde Balkanlarda Türk-Yunan Taraflarının Karşılıklı Güvenlik Algılamaları ve Çıkmazları", 74.

²⁶Usta, "Türk-Yunan Ekonomik İlişkileri", 31-32.

²⁷Hülya Tekbiyık ve Mehmet Anıl Ünal, "Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Astroloji ve Medya İlişkisi: Instagram Kullanımı Üzerine Etnografik Bir Araştırma", *Intermedia International E-Journal*, 10/18 (2023): 195, erişim 16 Ocak 2025. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1260180>.

²⁸Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: William Morrow and Company, Incorporated, 1980), 27.

²⁹Ayşe Özyayın ve Orhan Kumral, "Dijital Yerlilerin Gözünden Dijital Okuryazarlık", *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8/2 (2021): 363, erişim 16 Ocak 2025. <https://doi.org/10.51725/etad.1008850>.

noktasında Marc Prensky bireyleri “Dijital Yerli” ve “Dijital Göçmen”³⁰ olarak ikiye ayırmaktadır. N-(Net) nesli ya da D-(Dijital) nesil olarak adlandırılan günümüz öğrencilerini Dijital Yerli olarak tanımlayan Prensky; bu neslin internet, bilgisayar ve video oyunlarının dilini ana dili gibi bildiklerini ifade etmektedir. Dijital dünyaya doğmamış ancak hayatlarının bir noktasında bu dünyadan etkilenmiş ve yeni teknolojinin birçok yönünü benimsemiş bireyleri ise Dijital Göçmen olarak tanımlamaktadır.³¹ Dijital toplum ise bilgi ağları, bilişim sistemleri ve bilgi bağlantılarıyla örgütlenmiş hâldedir ve ortaya çıkan bu yeni kültür internet kültürü olarak tanımlanmaktadır.³²

İş hayatından eğitime gündelik yaşamın bir parçası olan teknoloji ve sosyal medya, dijital çağın temelini oluşturmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet ve sosyal medya kullanımı her geçen gün artmaktadır. We Are Social ve Meltwater ortaklığında hazırlanan “Digital 2025 Global Overview Report”³³ta Türkiye özelinde verilen istatistiklere göre, 87.6 milyonluk nüfus içerisinde 77.3 milyon internet kullanıcısı bulunmakta, bu sayı nüfusun yüzde 88.3’üne denk gelmektedir. Nüfusun yüzde 66.7’sine denk gelen 58.5 milyon aktif sosyal medya kullanıcısının ise sosyal medyada günlük 2 saat 43 dakika geçirdiği belirlenmiştir.³⁴

Dijital araçların artmasıyla sosyal medya platformlarının kullanımı ve bireyin günlük yaşamının bir parçası olma hâli artmaktadır. 2010 yılında kurulan ve kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımına imkân veren Instagram ise kullanım oranı en yüksek olan sosyal medya platformları arasında önde gelmektedir.³⁵ Ülkemizde Instagram ile beraber YouTube, TikTok, Facebook, LinkedIn, X (eski adıyla Twitter) ve Snapchat kullanım oranı açısından önde gelen diğer platformlardır. Her platformun kullanıcı sayısı ve demografik özellikleri farklılık göstermektedir.³⁶

Sosyal medya platformları, bireylerin kendi kültürel kimliklerini ifade etmeleri ve farklı kültürlerle etkileşim kurmaları için güçlü araçlar sunmaktadır. Türk ve Yunan bireyleri arasındaki tarihî ve kültürel bağlar göz önünde bulundurulduğunda, Instagram gibi sosyal medya platformlarının bu ilişkilerde nasıl bir aracı işlevi gördüğü, araştırılması gereken önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital çağda sosyal medya, iki milletin bireyleri arasında sınırları ortadan kaldırarak hem günlük yaşamın bir parçası olmuş hem de toplumlar arası etkileşimin dinamiklerini yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda kültürler arası iletişimin önemi ortaya çıkmaktadır ki bu iletişimi etkili bir şekilde kullanabilme becerisi, kültürel farklılıklar arasında köprüler kurmaya, sorunları azaltmaya ve daha uyumlu ilişkiler oluşturmaya katkı sağlamaktadır.³⁷

Instagram, özellikle görsel içerik odaklı yapısı nedeniyle, kullanıcıların kültürel unsurları daha kolay paylaşmasını sağlamaktadır. Yemek tariflerinden müzik videolarına, turistik bölgelerin tanıtımından tarihî olaylara kadar geniş bir yelpazede içerik paylaşımı, bireylerin karşı kültürü keşfetmelerine ve anlamalarına olanak tanımaktadır. Örneğin, #TürkYunanDostluğu gibi etiketler; kullanıcıların bu dostane ilişkilere dair düşüncelerini, fotoğraflarını ve hikâyelerini kolaylıkla paylaşabileceği bir ortam yaratmaktadır. Bu tür

³⁰Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants”, *On the Horizon*, MCB University Press, 9/5 (2001): 1-2, erişim 8 Aralık 2024. <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.

³¹Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants”, 1-2.

³²Topçugül Narmamatova ve Hamza Çakır, “Dijital Çağda Kırgızistan’da Radyo Yayıncılığı”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/2 (2020), 1288, erişim 17 Ocak 2025. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724404>.

³³We Are Social, erişim 3 Mayıs 2025, <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>.

³⁴DataReportal, erişim 3 Mayıs 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>.

³⁵Gül Karahan, “Sosyal Medyada Aile: Instagram’da Paylaşılan Aile Fotoğrafları”, *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1/1 (2023), 29, erişim 18 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3085718>.

³⁶Ahmet Ekinler, “Türkiye’de Sosyal Medya (2024)”, *Speedportal*, erişim 2 Şubat 2025, <https://www.speedmedya.com/haber/turkiye-de-sosyal-medya-2024-001731325414140#:~:text=Meta'n%C4%B1n%20reklam%20platformu%20business,1%20milyon%20Instagram%20kullan%C4%B1c%C4%B1s%C4%B1%20bulunmaktad%C4%B1r>.

³⁷Larry A. Samovar, Richard E. Porter ve Edwin R. McDaniel, *Communication Between Cultures*, (Boston: Wadsworth Cengage Learning, (2010):8, https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/F5C2y5_Communication_Between_Cultures.pdf.

paylaşımların yalnızca bireyler arasında değil daha geniş kitleler arasında da pozitif algılar oluşturduğu görülmektedir.

Dijital ortamda; Türk ve Yunan bireylerinin sosyal medya etkileşimleri, kültürel ortaklıkların altını çizerek geçmişte yaşanan gerilimleri hafifletme potansiyeline sahiptir. Türk-Yunan mutfak kültürüne dair paylaşımlar, Ege kıyılarındaki ortak mirasın görsellerle ifade edilmesi ya da iki milletin müzikleri üzerine paylaşılan içerikler, bireylerin ortak bir bağ kurmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, düzenlenen canlı yayınlar ve interaktif etkinlikler, bireylerin gerçek zamanlı olarak bir araya gelmesine ve doğrudan iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. İzmir doğumlu Arkan Çinçin kendisine ait *rebetika.arkanaki*³⁸ hesabında Rebetika müziğinden şarkılar paylaşmakta ve takipçileri için canlı yayın geceleri³⁹ düzenlemektedir. Rembetiko, Rembetika ya da Rebetika gibi farklı şekillerde de telaffuz edilen ve ilk olarak İstanbul ve İzmir’de ortaya çıkan bu müzik türü iki millete ait ortak bir miras taşımaktadır.⁴⁰ Bu tür etkileşimler ise sosyal medyanın yalnızca bireysel ifade alanı değil, aynı zamanda toplumlar arası köprü kurma aracı olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya platformlarının bir diğer önemli işlevi, kullanıcıların birbirlerine dair algılarını doğrudan etkileyebilmesidir. Özellikle Instagram gibi geniş kullanıcı tabanına sahip bir platform, bireylerin zihinlerindeki “öteki” kavramını dönüştürerek daha olumlu ve yapıcı bir algı yaratabilmektedir.⁴¹ Kullanıcıların paylaştığı pozitif mesajlar, görseller ve hikâyeler, Türk ve Yunan bireyleri arasında bir anlayış ve empati zemini oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Böylece sosyal medya, bireyler arasındaki günlük etkileşimleri artırmakla kalmayıp aynı zamanda toplumsal ölçekte kalıcı ve yapısal değişikliklere de öncülük edebilecek bir güç olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak Türk-Yunan ilişkilerinde sosyal medyanın yeri, bireylerin kültürel sınırları aşarak ortak bir diyalog geliştirmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Instagram gibi platformlar, tarihsel olarak karmaşık ve çoğu zaman gerilimli bir geçmişe sahip olan iki milletin bireyleri arasında yeni bir diyalog alanı açmakta, dostluk ve anlayışın güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, sosyal medyanın sunduğu olanakların daha bilinçli ve stratejik bir şekilde kullanılması, Türk-Yunan ilişkilerinin gelecekte daha barışçıl ve işbirlikçi bir zeminde ilerlemesine olanak tanıyacaktır.

3. Instagram Paylaşımlarında İçerik Analizi

Bu bölümde Türk ve Yunanların dijital çağdaki iletişim süreci örneklem olarak belirlenen **#TürkYunanDostluğu**, **#TurkishGreekFriendship**, **#TürkiyeYunanistan** ve **#TurkeyGreece** etiketleri kullanılarak yapılan paylaşımlar üzerinden değerlendirilecektir. 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 arasında ilgili etiketler kullanılarak paylaşılan gönderiler incelenerek paylaşımlarda içerikle beraber görseller de analiz edilecektir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilecek veriler iki milletin birbirini algılama ve birbirlerine yaklaşımlarındaki etkiyi göstermesi açısından önem taşımaktadır.

3.1. Araştırmanın Problemi

Yaşadığımız dijital çağda sosyal medyanın varlığı ve etkileri gündelik hayatımızla beraber siyasi, sosyal ve kültürel ilişkilerimizi de etkilemektedir. Bu kapsamda Osmanlı İmparatorluğu’ndan Türkiye Cumhuriyeti’ne uzanan süreçte Türkiye ve Yunanistan arasında yaşanan siyasi, kültürel ve sosyal ilişkiler sonucunda Türk ve

³⁸“rebetika.arkanaki,” Instagram, erişim 4 Mayıs 2025, <https://www.instagram.com/rebetika.arkanaki/>.

³⁹“rebetika.arkanaki,” Instagram, erişim 4 Mayıs 2025, https://www.instagram.com/p/DIY5Eh_MpQX/.

⁴⁰Esmâ Esra Hamurcu, “Rembetiko: Türk-Yunan Ortak Yapımı Müzik”, The Magger, erişim 4 Mayıs 2025, <https://www.themaggar.com/rembetiko-tarih/>.

⁴¹Elif Şeyda Doğan ve Uğur Gündüz, “Teknoloji Çağında İnternet ve Sosyal Medya Kaynaklı Yeni Nesil Korkulara İlişkin Bir İnceleme”, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (18), (2025): 98, erişim 20 Ocak 2025. <https://doi.org/10.21733/ibad.1627789>.

Yunan halklarının birbirlerini tanıma, tanımlama ve iletişim kurma boyutunun dijital ortamdaki etkileşim ve yansımaları bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranacaktır:

1. İlgili paylaşımları yapan hesap sahiplerinin milliyeti nedir? (Türk, Yunan, diğer).
2. İlgili paylaşımlarda verilen mesaj ne şekildedir? (Olumlu, olumsuz, nötr).
3. İlgili paylaşımlar hangi hesap türlerinden yapılmıştır? (Bireysel hesap, işletme hesabı, içerik üretici hesabı).
4. İlgili paylaşımların içeriklerine göre dağılımı ne şekildedir? (Seyahat, eğlence, bilgi verme, dil eğitimi, haber, kültür, siyaset, reklam, kişisel).
5. İlgili paylaşımlarda kullanılan görsel türleri nelerdir? (Fotoğraf, reels).

3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Dijital dönüşümün yaşandığı ve etkileşimin günlük hayattan siyasete kadar her alanı etkilediği günümüzde iki ülke arasındaki ilişkilerde değişimler yaşanmaktadır. Tüm bu etkenler Türk ve Yunan toplumları arasında yeni bir etkileşime ve iki milletin birbirini farklı açılardan tanımalarına imkân tanımıştır.

Etkileşimin incelenmesi adına Türk-Yunan ilişkileri Instagram üzerinden incelenecektir. Bu kapsamda, milletlerin birbirleri hakkındaki görüşleri, birbirlerine yaklaşımları ve iletişimin dijital hâli **#TürkYunan-Dostluğu**, **#TurkishGreekFriendship**, **#TürkiyeYunanistan** ve **#TurkeyGreece** etiketleri kullanılarak yapılan paylaşımlar üzerinden değerlendirilecektir. Örneklem olarak belirlenen etiketler üzerinden iletişimin analiz edilmesi, dijital çağda kültürel ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Türk-Yunan ilişkilerini temel alan çalışmaların genel olarak Tarih ve Uluslararası İlişkiler alanlarında yapıldığı görülmektedir. Çalışmanın özgünlüğü ise Türk-Yunan ilişkilerinin sosyal ağlarda iletişim odaklı bir yaklaşımla analiz edilmesi noktasında ortaya çıkmaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın veri analiz sürecinde, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılacaktır. Nitel içerik analizi bir metin ya da iletişim unsurundaki anlamları açığa çıkarmaya odaklanmaktadır. Bu analizde sayısal verilere bile anlam üzerinden ulaşılmakta, analiz edilen unsurun altında yatan anlamla ilgilenilmektedir. Bu kapsamda içerik analizi, yalnızca kaynak ya da alıcıyı değil, mesajın kendisini incelemektedir.⁴² İçerik çözümlemesi ya da içerik analizi olarak bilinen bu yöntem, yazılı ya da görsel verilerin sistematik bir şekilde analiz edilmesini temel almaktadır. Bu yöntem ile veriler tespit edilir, özetlenir, standart hâle getirilir ve diğer verilerle karşılaştırılarak yorum yapılabilir.⁴³ Nitel araştırma dünyayı görünür hâle getirmektedir. Bu açıdan bakıldığında nitel araştırma kullanılan bir araştırmada katılımcıların seslerini, problemin kompleks yapısına dair açıklamayı, yorumu ve literatüre katkısı görmek mümkündür.⁴⁴ Nitel araştırma yaklaşımlarında doğrudan gözlem ve görüşme mümkün olmadığında ya da araştırmanın geçerliliği artırılmaya çalışıldığında görüşme ve gözlem yöntemlerinin yanı sıra, üzerinde durulan araştırma problemiyle ilişkili yazılı ve görsel dokümanların da araştırmalara dâhil edilebilmesi çalışmada bu yaklaşımın tercih

⁴²Hacı Hasan Saf, "Meta-Popülizmin Göstergelerinin Saptanması: Yunanistan'daki Çevrim içi Gazetelerde Aylan Kürdi Olayının Dili", *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 11/23 (2023), 107, erişim 25 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isauicder/issue/78136/1265036>.

⁴³Deniz Alanka, "Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve", *Kronotop İletişim Dergisi*, 1/1 (2024), 70-71, erişim 26 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kronotop/issue/82784/1405579>.

⁴⁴John W. Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, çev. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011), 44-46.

edilmesinde başlıca nedenlerdendir.⁴⁵ Bu bağlamda dünya ölçeğinde etkili ve geniş bir kullanıcı kitlesine sahip sosyal medya uygulaması olarak Instagram görsel ve yazılı içerik bakımından önemli bir araştırma örneğine sahiptir.

Araştırma yöntemi olarak içerik analizinin seçilmesinde, araştırma alanımızın sosyal medya platformlarından Instagram’da yapılan paylaşımlar olması etkili olmuştur. İçerik analiziyle iletilerin açık ve net olan içeriğiyle ilgili nesnel ve doğrulanabilir bir açıklamanın yapılabilmesi öngörülmektedir. Bu noktada, paylaşımlar incelenirken içerik ve görsel kullanımları göz önünde bulundurularak verilmek istenen açık mesajlarla beraber alt metinlere de ulaşılabacaktır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Paylaşımlar incelenirken makalenin amacına hizmet edecek şekilde mesajı Türk-Yunan iletişimini temel alan gönderiler değerlendirmeye alınacaktır. İncelenecek gönderilerin tarih aralığı 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 şeklinde sınırlandırılmıştır. İlgili etiketlerin yer aldığı bazı gönderiler sadece etkileşim almak adına kullanıldığı için araştırma evrenimizin dışında tutulmuştur.

4. Bulgular

4.1. #TürkYunanDostluğu Etiketini Kullanılarak Paylaşılan Gönderiler

Instagram’da #TürkYunanDostluğu etiketi ile arama yapıldığında bu etiketle toplamda 925 gönderi paylaşıldığı görülmüştür. Ancak bu gönderilerin 436 adedi herkese açık hesaplarda paylaşıldığı için araştırma bu sayı üzerinden yapılmıştır. 436 gönderi içerisinde 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 tarihleri arasında atılan gönderi sayısı 28, hesap sayısı ise 25’tir.

Tablo 1

İlgili Paylaşımları Yapan Hesap Sahiplerinin Milliyetleri

	Sayı	Yüzde
Türk	21	84
Yunan	3	12
Diğer	1	4
Toplam	25	100

İlgili paylaşımların yapıldığı hesap sahipleri incelendiğinde kullanıcılardan 21’inin Türk, 3’ünün Yunan, 1 kişinin de Türkiye’de yaşayan yabancı uyruklu bir kişi olduğu görülmektedir. Bu hesaplardan estefanioofficial⁴⁶ hesabının sahibi Türkiye’de yaşayan ve sahne alan Yunan bir şarkıcıdır. Bir Türk ile evli de olan Estefani, paylaşımlarında sahne çalışmalarıyla beraber Türkiye’deki yaşamı, Türkçe-Yunanca kelime anlamları ve iki kültüre ait ortak noktalar üzerinden de paylaşımlar yapmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen bir paylaşımında aşağıdaki cümlelere yer vermiştir:

Bugüne kadar yaptığım Yunanca ve Türkçe içeriklerle, iki kültür arasında bir köprü kurmayı başardım. Türk ve Yunan halklarının aslında ne kadar benzer ne kadar aynı duyguları paylaştığını gösterebildiysem ve bu yolda insanların kalplerine dokunabildiysem bundan daha büyük bir mutluluk düşünemem. Bu benim en büyük gururum ve motivasyonum oldu.⁴⁷

⁴⁵Ramazan Sak, vd., “Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi”, *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4/1 (2021): 232, erişim 5 Mayıs 2025. <https://doi.org/10.33400/kuje.843306>.

⁴⁶“estefanioofficial1”, Instagram, erişim 19 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/DD7kgOwClK3/>.

⁴⁷“estefanioofficial1”.

Tablo 2*İlgili Paylaşımlarda Verilen Mesajlar*

	Sayı	Yüzde
Olumlu	22	78,6
Olumsuz	0	0
Nötr	6	21,4
Toplam	28	100

İncelenen 28 paylaşım içerisinde 22'sinin olumlu, 6'sının ise nötr mesajlar içerdiği görülmüştür. Paylaşımlarda olumsuz bir mesaja rastlanılmamasında kullanılan etiketin #TürkYunanDostluğu olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Paylaşımlar içerisinde İzmir'de yayımlanan yerel İz Gazete⁴⁸'nin 19 Temmuz 2024 tarihine ait "Ege Denizi'ne Kardeşlik Yakışır"⁴⁹ manşetli ilk sayfasına yer verilmiştir. Bu haberde yaşanan bir olumsuzluğun yine de barış ve kardeşlikle çözülebileceğine vurgu yapılarak olumlu bir mesaj vermek adına manşette Mustafa Kemal Atatürk'ün "Yurtta barış dünyada barış" sözleri Yunanca "Ειρήνη στο σπίτι, ειρήνη στον κόσμο" çevirisiyle kullanılmıştır. Paylaşımın açıklama kısmında ise aşağıdaki cümlelere yer verilmiştir:

Çeşme'de Türk Eğitim Vakfı'nın (TEV) düzenlediği yardım konserinde bayrak krizi yaşandı. Yunan Sanatçı Despina Vandi, Türk bayrağı ve Atatürk posterinin asılı olduğu sahneye dengeleyici unsur olarak Yunan bayrağı asılmasını, aksi halde konsere çıkmayacağını belirtti. Sanatçının bu isteğini karşılayamayan TEV yetkilileri ve organizatörler krizi çözemedi, konser iptal oldu. Ardından çeşitli açıklamalarla anlamsız bir gündem yaratıldı. İz Gazete olarak hem Türkiye hem Yunanistan için pusulanın Atatürk'ün "Yurtta barış dünyada barış" sözleri olması gerektiğini düşünüyor, yurdumuza ve karşı yakaya dostluk manşetiyle sesleniyoruz.⁵⁰

Resim 1*İzgazete, 18 Temmuz 2024.*

⁴⁸İz Gazete, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.izgazete.net/>.

⁴⁹"İzgazete," Instagram, erişim 19 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/C9ky1wNpha/>.

⁵⁰"İzgazete."

Tablo 3*İlgili Paylaşımların Yapıldığı Hesap Türleri*

	Sayı	Yüzde
Bireysel Hesap	10	40
İşletme Hesabı	5	20
İçerik Üreticisi Hesabı	10	40
Toplam	25	100

Instagram kullanıcılarına Bireysel, İşletme ve İçerik Üreticisi olmak üzere 3 ayrı hesap türü sunmaktadır. Seçilen hesap türlerine göre Instagram'ın kullanıcıya sunduğu özellikler değişmektedir. Bireysel hesaplardan farklı olarak İçerik Üreticisi ve İşletme hesaplarında istatistik bilgileri, reklam verme, iletişim bilgilerinin paylaşıldığı profesyonel pano gibi ekstra özellikler sunulmaktadır.⁵¹ İlgili etiketi kullanan hesapların türleri incelendiğinde ise bu hesaplardan 10 adedinin bireysel, 10 adedinin içerik üreticisi ve 5 adedinin ise işletme hesabı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu hesaplardan içerik üreticisi türünde kullanılan cigdemsabuncuoglu⁵² hesabında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen Tunader Rebetiko Müzik Topluluğu dinletisinin reklamına yer verilmektedir. Müzik topluluğunun fotoğrafı ve konser ayrıntılarının yer aldığı paylaşımın açıklama kısmında “Burdan diğer yakaya, diğer yakadan buraya göç etmeye zorlanan insanların acıları, yaşadıkları şarkılarına yansımış. İşte bu şarkıları tanımak ve tanıtmak adına bu yolda da adım atan TUNADER profesyonel Müzisyen ve Rumca bilen dostlarla karşınızdayız.”⁵³ cümlelerine yer verilmiştir.

Resim 2*cigdemsabuncuoglu, 14 Kasım 2024.*

⁵¹ Isabel Romero, "Instagram Account Types: Personal, Business, and Creator", Metricool, erişim 18 Ocak 2025, <https://metricool.com/types-of-profiles-on-instagram/>.

⁵² "cigdemsabuncuoglu," Instagram, erişim 19 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/DCV11fUK0BX/>.

⁵³ "cigdemsabuncuoglu."

Tablo 4*İlgili Paylaşımların İçeriklerine Göre Dağılımı*

	Sayı	Yüzde
Reklam	7	25
Haber	7	25
Kişisel	5	18
Kültür	4	14
Seyahat	3	11
Bilgi Verme	2	7
Eğlence	0	0
Dil Eğitimi	0	0
Siyaset	0	0
Toplam	28	100

Paylaşımlar içerik türlerine göre incelendiğinde haber içerikli 7, reklam içerikli 7, kişisel görüş içerikli 5, kültür içerikli 4, seyahat içerikli 3, bilgi verme içerikli 2 adet paylaşım yapıldığı; eğlence, dil eğitimi ve siyaset içerikli herhangi bir paylaşımın olmadığı ortaya çıkmaktadır. Haber içeriğinde paylaşılan ve gastronomi.turkey⁵⁴ hesabında paylaşılan “Stelios Digkas ile Yunanistan’ın tadı” başlıklı gönderide Yunanistan gastronomisinin tanınan isimlerinden Executive Chef Stelios Digkas’ın Türk mutfağı ile bağının güçlü olduğuna değinilerek Digkas’ın “Mutfağımız deniz ticaretinden, savaşlardan, göçlerden ve Türk-Yunan halkının birlikte yaşamasından etkilendi.”⁵⁵ sözlerine yer verilmektedir. Ayrıca Yunan Şefin “Dumanın Sırrı” isimli kitabının Türkçe baskısının hazırlandığı ve sunuculuğunu yaptığı televizyon programında Türk ve Yunan mutfaklarının ortak noktalarını anlattığı belirtilmektedir.

Kültür içerikli bir paylaşımda ise, josephontheair⁵⁶ isimli bireysel hesaptan başrolünde Anthony Quinn’in yer aldığı kült sinema filmi *Zorba the Greek* üzerine bir paylaşım yapılmıştır. Yunan yazar Nikos Kazancakis’in kitabının film versiyonunun tanıtıldığı paylaşımda: “Filmde ayrıca Türklerin mertçe savaştığı ve insanları arkalarından vurmadığına dair replikler de mevcut.”⁵⁷ cümlesine de yer verilmiştir.

Resim 3*josephontheair, 21 Mart 2024.*

⁵⁴“gastronomi.turkey,” Instagram, erişim 19 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/gastronomi.turkey/?g=5>.

⁵⁵“gastronomi.turkey,” Instagram, erişim 19 Ocak 2025, https://www.instagram.com/p/C2J4dweKqbK/?img_index=1.

⁵⁶“josephontheair,” Instagram, erişim 19 Ocak 2025, https://www.instagram.com/p/C4xCm97tbxk/?img_index=1.

⁵⁷“josephontheair.”

Tablo 5*İlgili Paylaşımlarda Kullanılan Görsel Türleri*

	Sayı	Yüzde
Fotoğraf	25	89
Reels	3	11
Toplam	28	100

Paylaşımlarda 25 adet fotoğraf, 3 adet reels ile ağırlıklı olarak fotoğraf kullanımı dikkat çekmektedir. Görsel olarak fotoğraf kullanımının ağırlıklı olması reels çekimine kıyasla fotoğraf çekimi ve editlenmesinin daha kolay olmasıyla açıklanabilir.

Yazar Mehmet Yalçın'a ait *gustomehmetyalcin*⁵⁸ hesabında Selanik Belediye Başkanı Yannis Butaris'in ölümünün ardından Butaris ile bir fotoğrafı ve veda yazısına yer verilmiştir. Türk-Yunan dostluğunu geliştirmek adına kurulan Defne Derneği üyesi olan Butaris'in halklar arasındaki dostluğa verdiği öneme değinilmiştir. Paylaşımın açıklama kısmında sekiz yıl Selanik Belediye Başkanlığı yapan Butaris'in "Tarihin en büyük şahsiyetlerinden biri hemşehrimiz. Atatürk'ün Selanikli olmasından gurur duyuyoruz." ve "Yunanlıların ve Türklerin dost olmaktan, iş birliği yapıp birbirlerini desteklemekten başka şansları yok. İki halk etle tırnak gibiyiz. Aynı kültüre, aynı âdetlere sahibiz. Türk yatırımcıları Selanik'e çağırıyor; THY seferlerinin artmasını, deniz yoluyla da hatlar açılmasını arzuluyorum."⁵⁹ cümlelerine de yer verilmiştir.

Resim 4*gustomehmetyalcin, 12 Kasım 2024.*

4.2. #TurkishGreekFriendship Etiketi Kullanılarak Paylaşılan Gönderiler

#TurkishGreekFriendship etiketi ile arama yapıldığında bu etiket kullanılarak toplamda 1.289 gönderi paylaşıldığı ancak bu gönderilerin 1.008 adedi herkese açık hesaplarda paylaşıldığı için araştırma bu sayı üzerinden yapılmıştır. 1.008 gönderi içerisinde 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 tarihleri arasında atılan gönderi sayısı 9, hesap sayısı ise 8'dir.

⁵⁸"gustomehmetyalcin," Instagram, erişim 19 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/DCSEjMNCp/>.

⁵⁹"gustomehmetyalcin."

Tablo 6*İlgili Paylaşımları Yapan Hesap Sahiplerinin Milliyetleri*

	Sayı	Yüzde
Türk	6	75
Yunan	1	12,5
Diğer	1	12,5
Toplam	8	100

Paylaşımları yapan hesap sahipleri incelendiğinde kullanıcılardan 6'sının Türk, 1'inin Yunan, 1 kişinin de yabancı uyruklu bir kişi olduğu görülmektedir. Aegean_rover⁶⁰ isimli kullanıcının çalışma kapsamında incelenen bir paylaşımında Samos adasında sahilten çekilen bir fotoğrafa "The Moon rising above Türkiye"⁶¹ (Ay, Türkiye'nin üzerinde yükseliyor) açıklaması yazılmıştır. Gönderide **#turkishgreekfriendship** ile beraber **#peace** etiketinin de kullanılması iki ülkenin coğrafi yakınlığı üzerinden komşuluk ilişkilerinde istenen barış kavramına da vurgu yapmaktadır.

Resim 5*aegean_rover, 20 Temmuz 2024.***Tablo 7***İlgili Paylaşımlarda Verilen Mesajlar*

	Sayı	Yüzde
Olumlu	8	89
Olumsuz	0	0
Nötr	1	11
Toplam	9	100

⁶⁰"aegean_rover," Instagram, erişim 25 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/C9pHeu4IVEm/>.

⁶¹"aegean_rover."

⁶²"dijitalhayaller," Instagram, erişim 25 Ocak 2025, https://www.instagram.com/p/C2ArdDXN6jK/?img_index=1.

İncelenen 9 paylaşımdan 8'inin olumlu, 1'inin ise nötr mesajlar içerdiği görülmüştür. Dijitalhayaller⁶² isimli kullanıcıya ait olan bir gönderide yapay zekâ ile oluşturulan görseller kullanılarak olumlu bir mesaj verilmeye çalışılmıştır. İstanbul ve Selanik kullanılarak oluşturulan görselde Türk ve Yunanlarla beraber farklı milletlerin de el ele dans ettikleri, Türkiye ve Yunanistan bayraklarının beraber dalgalandığı ve havada barışı temsil eden güvercinlerin yer aldığı gösterilmiştir. Gönderinin açıklamasında "Peace in the world... when Greeks and Turks become friends under the flag of the peace"⁶³ (Dünyada barış... Yunanlar ve Türkler barış bayrağı altında arkadaş olduklarında) açıklamasına yer verilmiştir.

Resim 6

Dijitalhayaller, 12 Ocak 2024.



Resim 7

Dijitalhayaller, 12 Ocak 2024.



⁶³"dijitalhayaller."

Tablo 8*İlgili Paylaşımların Yapıldığı Hesap Türleri*

	Sayı	Yüzde
Bireysel Hesap	5	62,5
İşletme Hesabı	1	12,5
İçerik Üreticisi Hesabı	2	25
Toplam	8	100

Gönderilerin paylaşıldığı hesap türleri incelendiğinde bu hesaplardan 5 adedinin bireysel, 2 adedinin içerik üreticisi ve 1 adedinin ise işletme hesabı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 9*İlgili Paylaşımların İçeriklerine Göre Dağılımı*

	Sayı	Yüzde
Reklam	0	0
Haber	0	0
Kişisel	2	22,2
Kültür	2	22,2
Seyahat	1	11,1
Bilgi Verme	4	44,4
Eğlence	0	0
Dil Eğitimi	0	0
Siyaset	0	0
Toplam	9	100

Paylaşımlar içerik türlerine göre incelendiğinde kişisel içerikli 2, kültür içerikli 2, seyahat içerikli 1 ve bilgi verme içerikli 4 adet paylaşım yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Reklam, haber, eğlence, dil eğitimi ve siyaset içerikli herhangi bir paylaşım yapılmamıştır. Akdenizi_yiyen_cocuk⁶⁴ hesabından yapılan kültür içerikli paylaşımda “Paskalya çöreği almaya gelmişken sakızlı kurabiye bulmanın mutluluğu içindeyim hem de Arnavutköylü bir Yunan’ın elinden çıkma bir tarifle. Aynı kokulara heyecanlanıp aynı tatlarda buluşuyoruz, siyasete rağmen birbirimizi seviyoruz!”⁶⁵ açıklamasına yer verilmiştir. Burada İstanbul Arnavutköylü bir Yunan bilgisiyle ortak tarihle beraber mutfak konusundaki ortak kültüre vurgu yapılmış, “Siyasete rağmen birbirimizi seviyoruz.” cümlesiyle de milletler arasındaki olumlu ilişki belirtilmeye çalışılmıştır.

⁶⁴“Akdenizi_yiyen_cocuk,” Instagram, erişim 25 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/DBjLqRioMmO/>.

⁶⁵“Akdenizi_yiyen_cocuk.”

Resim 8*akdenizi_yiyen_cocuk, 25 Ekim 2024.***Tablo 10***İlgili Paylaşımlarda Kullanılan Görsel Türleri*

	Sayı	Yüzde
Fotoğraf	8	89
Reels	1	11
Toplam	9	100

Paylaşımlarda 8 fotoğraf, 1 reels ile fotoğraf kullanımının fazla olduğu görülmektedir. Danijelgombac⁶⁶ isimli kullanıcının paylaştığı gönderide kullanılan fotoğraf, İstanbul'da seyahat eden bir yabancıнын gözünden İstiklal Caddesi'ni gösterirken karede yer alan Türkiye ve Yunanistan bayraklarının ön plana çıkmasıyla dikkat çekmektedir.

Resim 9*Danijelgombac, 30 Nisan 2024.*

⁶⁶"Danijelgombac," Instagram, erişim 25 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/C6ZDYpZlxtM/>.

4.3. #TürkiyeYunanistan Etiketi Kullanılarak Paylaşılan Gönderiler

#TürkiyeYunanistan etiketi ile yapılan arama sonucunda toplamda bu etiket ile 1.091 gönderi paylaşıldığı ancak bu gönderilerin 521 adedi herkese açık hesaplarda paylaşıldığı için araştırma bu sayı üzerinden yapılmıştır. 521 gönderi içerisinde 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 tarihleri arasında atılan gönderi sayısı 11, hesap sayısı da 11'dir. #TürkiyeYunanistan etiketi ile paylaşılan bir gönderi ise sadece etkileşim almak adına kullanıldığı için çalışma kapsamı dışında tutulmuştur.

Tablo 11

İlgili Paylaşımları Yapan Hesap Sahiplerinin Milliyetleri

	Sayı	Yüzde
Türk	11	100
Yunan	0	0
Diğer	0	0
Toplam	11	100

Paylaşımları yapan hesaplar incelendiğinde kullanıcılardan 11'inin Türk olduğu, Yunan ya da diğer kategorisine giren herhangi bir hesaptan paylaşım yapılmadığı görülmektedir.

Tablo 12

İlgili Paylaşımlarda Verilen Mesajlar

	Sayı	Yüzde
Olumlu	5	45
Olumsuz	3	27,2
Nötr	3	27,2
Toplam	11	100

İncelenen 11 paylaşımdan 5'inin olumlu, 3'ünün olumsuz, 3'ünün ise nötr mesajlar içerdiği görülmüştür. Olumsuz başlığında değerlendirilen ve ittihtakadikoy hesabından yapılan paylaşımda Yunanistan Sağlık Bakanı Georgiadis'in: "F-35'lerle radara görünmeden bir gece ansızın Ankara'da olabiliriz. Yapacağız demi-yorum, yapmak istemiyoruz ama Erdoğan'ın söyledikleri beni güldürüyor."⁶⁷ cümlelerine yer verilmiştir. Bir diğer olumsuz içerikse takvimiegehaber hesabından paylaşılan "Çeşme-Sakız Adası Seferlerine Geçici Durak Kondu; Liman Boş Kaldı"⁶⁸ haberinde seferleri yapan üç Türk ve bir Yunan şirketinin ortak kararıyla seferlere ara verildiğinin, buna sebep olaraksa firma yetkililerinin liman vergilerindeki artışın bilet fiyatlarına yansımaları talep ettikleri paylaşılmıştır. Seferlerin iki gün kapalı kalması sonucu yaklaşık 3 bin kişinin Sakız Adası'na ulaşamadığı belirtilmiştir.

⁶⁷"ittihtakadikoy," Instagram, erişim 9 Şubat 2025, <https://www.instagram.com/p/C9uOJk8uYuM/>.

⁶⁸"takvimiegehaber," Instagram, erişim 9 Şubat 2025, <https://www.instagram.com/p/DBFysPJICAP/>.

Resim 10*ittihatkadikoy, 22 Temmuz 2024.*

Olumlu başlıkta ise Sivil Toplum Örgütü Yanındayız⁶⁹'ın üyelerinden olan selenoakcali⁷⁰ Yunanistan'ın ana muhalefet partisi Syriza'nın lideri Stefanos Kasselakis ile İstanbul'da akşam yemeğinde bir araya geldikleri bir fotoğrafı paylaşmıştır. "Buluşmamızı, iki ülke arasındaki kültürel ve sosyal bağları güçlendirmek ve ortak hedeflerimiz doğrultusunda iş birlikleri geliştirmek amacıyla gerçekleştirdik. Görüş alışverişinde bulunduk, fikirlerimizi paylaştık ve gelecekteki projelerimizin temellerini attık."⁷¹ cümlelerine yer verdiği gönderide olumlu mesajlar vermiştir.

Resim 11*selenoakcali, 7 Ocak 2024.*

⁶⁹"yanindayizdernegi," Instagram, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/yanindayizdernegi/>.

⁷⁰"selenoakcali," Instagram, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/C1zo2HCL1-R/>.

⁷¹"selenoakcali."

Tablo 13*İlgili Paylaşımların Yapıldığı Hesap Türleri*

	Sayı	Yüzde
Bireysel Hesap	7	64
İşletme Hesabı	2	18
İçerik Üreticisi Hesabı	2	18
Toplam	11	100

Gönderilerin paylaşıldığı hesap türleri incelendiğinde bu hesaplardan 7'sinin bireysel, 2'sinin içerik üreticisi ve 2'sinin işletme hesabı olduğu görülmektedir. İşletme hesabı olan *ugurjalelines*⁷² tarafından yapılan paylaşımda Ayvalık'tan Midilli'ye ulaşım için feribot seferleriyle ilgili bilgi paylaşılmıştır.

Resim 12*ugurjalelines, 29 Haziran 2024.***Tablo 14***İlgili Paylaşımların İçeriklerine Göre Dağılımı*

	Sayı	Yüzde
Reklam	2	18,1
Haber	5	45,4
Kişisel	1	9
Kültür	0	0
Seyahat	0	0
Bilgi Verme	3	27,2
Eğlence	0	0
Dil Eğitimi	0	0
Siyaset	0	0
Toplam	11	100

⁷²"ugurjalelines," Instagram, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/C8zcnvcBZRw/>.

Paylaşımlar içerik türlerine göre incelendiğinde reklam içerikli 2, haber içerikli 5, kişisel içerikli 1, bilgi verme içerikli 3 adet paylaşım yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Kültür, seyahat, eğlence, dil eğitimi ve siyaset içerikli paylaşımlara rastlanılmamıştır. Kıbrıs'ta yayın yapan Kıbrıs Genç TV'ye ait kibrisgenctv⁷³ hesabında "Yunanistan'dan Türkiye'ye Tarihi Adım! Lidya Sikkeleri Ait Oldukları Topraklara Döndü"⁷⁴ haberine yer verilmiştir. Haberin detayında Atina'daki törende konuşan Kültür ve Turizm Bakanı Bakan Ersoy'un bu iadenin kültür varlıklarının korunması noktasında Türkiye ve Yunanistan arasındaki iş birliğine dair somut bir gösterge olmasına yaptığı vurgu aktarılmıştır. Ayrıca, Türkiye'nin İngiltere'deki Parthenon Mermerlerinin Yunanistan'a iadesi konusundaki desteği de belirtilmiştir.⁷⁵

Resim 13

kibrisgenctv, 20 Aralık 2024.



Tablo 15

İlgili Paylaşımlarda Kullanılan Görsel Türleri

	Sayı	Yüzde
Fotoğraf	11	100
Reels	0	0
Toplam	11	100

Paylaşımlarda 11 adet fotoğraf kullanımı yapılırken reels kullanımına hiç yer verilmediği dikkat çekmektedir.

4.4. #TurkeyGreece Etiketini Kullanılarak Paylaşılan Gönderiler

#TurkeyGreece etiketi ile yapılan arama sonucunda bu etiket ile toplamda 1.016 gönderinin paylaşıldığı görülmüştür. Bu gönderilerden 392 adedi herkese açık hesaplarda paylaşıldığı için araştırmaya bu sayı üzerinden devam edilmiştir. 392 gönderi içerisinde 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 tarihleri arasında atılan gönderi sayısı 10, hesap sayısı da 10'dur.

⁷³"kibrisgenctv," Instagram, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/kibrisgenctv/?g=5>.

⁷⁴"kibrisgenctv," Instagram, erişim 26 Ocak 2025, <https://www.instagram.com/p/DDyyRYbBX2k/>.

⁷⁵"kibrisgenctv."

Tablo 16*İlgili Paylaşımları Yapan Hesap Sahiplerinin Milliyetleri*

	Sayı	Yüzde
Türk	1	10
Yunan	1	10
Diğer	8	80
Toplam	10	100

Paylaşımları yapan hesaplar incelendiğinde kullanıcılardan 1'inin Türk, 1'inin Yunan ve 8'inin diğer kategorisine girdiği görülmektedir. Diğer kategorisindeki hesap sayısının fazla olmasında incelenen tarih aralığında #TurkeyGreece etiketinin yabancı seyahat acenteleri tarafından daha fazla kullanılmasının etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 17*İlgili Paylaşımlarda Verilen Mesajlar*

	Sayı	Yüzde
Olumlu	6	60
Olumsuz	0	0
Nötr	4	40
Toplam	10	100

İncelenen paylaşımlardan 6'sının olumlu, 4'ünün ise nötr mesajlar içerdiği görülmüştür. Olumsuz mesaj içeren herhangi bir paylaşıma rastlanılmamıştır. Türk ve Yunan bir çiftte ait olan curlyann.berkan⁷⁶ isimli hesapta yer alan ve olumlu bir mesaj içeren paylaşımda: "WE ❤️ Some people enter our lives and instantly make everything brighter. They support us, celebrate us, and bring out the best in us. They are the purest form of happiness."⁷⁷ (BİZ ❤️ Bazı insanlar hayatımıza girer ve her şeyi anında daha parlak hâle getirir. Bizi destekler, kutlar ve içimizdeki en iyiyi ortaya çıkarırlar. Onlar mutluluğun en saf hâlidir.) cümlelerine yer verilmiştir. Bu gönderide Türk-Yunan çiftin mutluluklarına destek veren insanlara dair duygularının paylaşıldığı görülmektedir. Çiftin ortak hesaplarının ilk gönderisindeki bu açıklama iki millet arasında yaşanan evliliklere dair sosyal medya üzerinden verilen somut bir örnek olarak dikkat çekmektedir.

Resim 14*curlyann.berkan, 30 Haziran 2024.*

⁷⁶"curlyann.berkan," Instagram, erişim 1 Şubat 2025, <https://www.instagram.com/curlyann.berkan/?g=5>.

⁷⁷"curlyann.berkan," Instagram, erişim 1 Şubat 2025, <https://www.instagram.com/p/C82RCDjo0OX/>.

Tablo 18*İlgili Paylaşımların Yapıldığı Hesap Türleri*

	Sayı	Yüzde
Bireysel Hesap	5	50
İşletme Hesabı	4	40
İçerik Üreticisi Hesabı	1	10
Toplam	10	100

Gönderilerin paylaşıldığı hesap türleri incelendiğinde bu hesaplardan 5'inin bireysel, 4'ünün işletme ve 1'inin içerik üreticisi hesabı olduğu görülmektedir.

Tablo 19*İlgili Paylaşımların İçeriklerine Göre Dağılımı*

	Sayı	Yüzde
Reklam	4	40
Haber	0	0
Kişisel	2	20
Kültür	1	10
Seyahat	1	10
Bilgi Verme	1	10
Eğlence	0	0
Dil Eğitimi	1	10
Siyaset	0	0
Toplam	10	100

Paylaşımlar içerik türlerine göre incelendiğinde reklam içerikli 4, kişisel içerikli 2, kültür içerikli 1, seyahat içerikli 1, bilgi verme içerikli 1 ve dil eğitimi içerikli 1 adet paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Haber, eğlence ve siyaset içerikli herhangi bir paylaşım rastlanılmamıştır. Dil eğitimi içerikli gönderi kapsamında değerlendirilen dailyturkish⁷⁸'e ait paylaşımda Türkçe, İngilizce ve Yunanca olarak "W E L C O M E Bu sayfada hoş geldiniz! Μαζί καθημερινά θα ταξιδεύουμε στην τουρκική γλώσσα και κουλτούρα, μέσα από αυτή την σελίδα!"⁷⁹ (HOŞ GELDİNİZ Bu sayfada hoş geldiniz! Bu sayfa aracılığıyla Türk dili ve kültüründe her gün birlikte seyahat edeceğiz!) cümlelerine yer verilmiştir. Sayfada yer alan link⁸⁰ üzerinden hesabın Dedeagaç'ta yaşayan, Selanik Üniversitesi mezunu, Türk Dili ve Edebiyatı alanında uzman bir Yunan tarafından çevrim içi Türkçe dersler vermek üzere açıldığı bilgisine ulaşılmaktadır. Bu durum da iki millet arasında birbirinin dilini öğrenmeye yönelik bir ilginin olduğu, dijital çağın sunduğu imkânlar çerçevesinde sosyal medya üzerinden bu talebin karşılanabildiği dikkat çekmektedir.

⁷⁸"dailyturkish__," Instagram, erişim 1 Şubat 2025, https://www.instagram.com/dailyturkish__/?g=5.

⁷⁹"dailyturkish__," Instagram, erişim 1 Şubat 2025, <https://www.instagram.com/p/C1sgCDqNma8/>.

⁸⁰Instateacher, erişim 1 Şubat 2025, https://www.instateacher.gr/teacher/6478cb8b2e994/apostolia-foutsitzi?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaYGsOt34QtZ_bLWIA3qZDQHO_teEm6-YQAN_tBAQu8Ehrjb7SoYdUtgGfK_aem_ysFOIWkDDwc_Gl7PrUJIGw.

Tablo 20*İlgili Paylaşımlarda Kullanılan Görsel Türleri*

	Sayı	Yüzde
Fotoğraf	10	100
Reels	0	0
Toplam	10	100

Hesaplarda yapılan paylaşımlarda 10 adet fotoğrafın kullanıldığı ancak reels kullanımının yapılmadığı görülmektedir.

5. Sınırlılıklar ve Gelecek Perspektifleri

Bu çalışmanın alanında önemli katkılar sağlamakla birlikte belirli sınırlamaları bulunmaktadır. İlk olarak, araştırmanın odak noktası yalnızca Instagram platformunda gerçekleştirilen analizlerle sınırlı kalmıştır. Instagram dışında Facebook, Twitter veya TikTok gibi diğer sosyal medya platformlarının da Türk-Yunan ilişkilerine dair farklı boyutları ortaya koyabileceği düşünülmektedir. Gelecek çalışmalar, farklı platformları da içerecek şekilde daha geniş bir kapsamda ele alınarak dijital etkileşimlerin çok yönlülüğünü daha kapsamlı bir şekilde inceleyebilir.

İkinci olarak bu çalışmada yalnızca nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel analizin derinlemesine içgörüler sunması önemli bir avantaj olmakla birlikte, nicel analiz yöntemleriyle desteklenen çalışmalarda daha kapsamlı ve genellenebilir sonuçlara ulaşılabilir. Örneğin, etiket kullanım sıklıkları ve etkileşim oranlarının istatistiksel olarak analiz edilmesi, sosyal medya paylaşımlarının etki düzeyini daha açık bir şekilde ortaya koyabilir.

Ayrıca, araştırmanın örneklem grubu belirli etiketlerle sınırlı tutulmuştur. Bu durum, daha geniş bir sosyal medya evreni içerisindeki diğer olası trend ve etkileşimlerin göz ardı edilmesine yol açmış olabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, farklı anahtar kelimeleri ve etiketleri içerecek şekilde daha çeşitli bir veri seti kullanarak Türk-Yunan ilişkilerinin daha geniş kapsamlı boyutunu ele alabilir.

Çalışmanın bir diğer sınırlaması, yalnızca kamuya açık hesaplardan alınan verilerle sınırlı olmasıdır. Özel hesaplardan yapılan paylaşımların erişime açık olmaması, sosyal medya kullanıcılarının tam bir temsilini engelleyebilir. Bu nedenle, veri toplama sürecinde daha geniş erişim sağlayacak yöntemlerin araştırılması faydalı olabilir.

Gelecek araştırmalar ayrıca, sosyal medya paylaşımlarının çevrim dışı etkileşimlere olan etkisini de inceleyebilir. Örneğin, sosyal medya üzerinden başlatılan bir kampanyanın Türk ve Yunan bireyleri arasındaki yüz yüze etkileşimlere nasıl bir katkı sağladığı araştırılabilir. Bu tür bir analiz, dijital platformların sadece çevrim içi etkileşimlerde değil, aynı zamanda gerçek dünya ilişkilerinde nasıl bir rol oynadığını anlamak açısından önemlidir.

Son olarak kültürel ve tarihî bağlamın daha derinlemesine incelenmesi, Instagram ve benzeri sosyal medya platformlarında oluşan algıların tarihsel süreç içerisindeki değişimini daha net bir şekilde ortaya koyabilir. Bu bağlamda, Türk-Yunan ilişkilerinin geçmişten günümüze sosyal medya ortamındaki yansımalarını karşılaştırmalı bir yaklaşımla ele almak, bu alandaki bilgi birikimini daha da zenginleştirecektir.

6. Tartışma

Bu çalışmanın bulguları, Türk-Yunan ilişkilerinin dijital çağda yeni bir boyut kazandığını ortaya koymaktadır. Etiket analizleri, bireylerin iki millet arasındaki algılarını olumlu bir perspektiften şekillendirme

potansiyeli taşıdığını göstermiştir. Kullanıcılar tarafından paylaşılan olumlu mesajlar, komşuluk ve dostluk temalarına vurgu yaparken çatışma yerine diyalog ön plana çıkmıştır.

Etiketler aracılığıyla yapılan bu paylaşımlar, bireylerin kültürel ve sosyal algılarının dijital platformlarda şekillenişini yansıtmaktadır. Özellikle #TürkYunanDostluğu gibi pozitif yüklemeli etiketlerin yoğun kullanımı, sosyal medyanın halk diplomasisi aracı olarak önemini vurgulamaktadır. Çalışma bulguları, toplumsal gerilimlerin sosyal medya ortamlarında sönümlenme potansiyelinin altını çizmektedir.

Ayrıca, paylaşımların içerik dağılımı, halklar arasındaki iletişimin çok boyutluluğunu gözler önüne sermiştir. Reklam, kültür, seyahat ve kişisel paylaşımlar gibi çeşitli kategoriler, dijital medyanın bireylerin kültürel farkındalığını artırma potansiyelini işaret etmektedir. Bu bulgular, dijital çağda kültürel diplomasi ve iletişim stratejilerinin yeniden şekillendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, çalışmanın kapsamında ortaya çıkan veri setleri, iki ülke arasındaki algı farklılıklarının sosyal platformların çözümleyici etkisiyle giderilebileceğine işaret etmektedir. Bu şekilde sosyal platformlar, iki tarafın şahısları, kültürleri ve toplumsal dinamikleri daha yakından anlamasına katkı sağlamaktadır. Çalışma çerçevesinde çıkan bu sonuçlar, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda algı yönetimi ve kültürel diyalogu teşvik eden bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Son olarak bu çalışma, Instagram gibi etkili platformlardaki sosyal medya etkileşiminin uzun vadede halklar arasında sürdürülebilir bir dostluk ve anlayış zemini oluşturma potansiyeline sahip olduğunu gözler önüne sermektedir. Dijital çağda bu tarz etkileşimlerin daha yapısal çalışmalarla desteklenmesi, iki millet arasındaki gerilimlerin azaltılmasına ve barışçı bir diyalog ortamının tesis edilmesine olanak sağlayabilir.

Sonuç

Türkiye ve Yunanistan arasındaki ilişkiler ve iletişimin dijital çağda sosyal medyaya yansımalarının incelendiği çalışmada, milletlerin birbirlerine yaklaşımları **#TürkYunanDostluğu**, **#TurkishGreekFriendship**, **#TürkiyeYunanistan** ve **#TurkeyGreece** etiketleri kullanılarak yapılan paylaşımlar üzerinden değerlendirilmiştir. İlgili etiketler kullanılarak yapılan arama sonucunda toplamda 4.321 gönderiye ulaşılmış ancak bu gönderilerden 2.357 adedinin herkese açık hesaplarda paylaşıldığı görülmüştür. Bu sebeple araştırmaya 2.357 sayısı üzerinden devam edilmiş, bu sayı içerisinde 1 Ocak 2024-31 Aralık 2024 tarihleri arasında atılan gönderi sayısı 58, hesap sayısı ise 54 olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen gönderiler için “paylaşımları yapan hesap sahiplerinin milliyeti (Türk, Yunan, diğer), paylaşımlarda verilen mesaj (Olumlu, olumsuz, nötr), hesap türleri (Bireysel hesap, İşletme hesabı, İçerik Üreticisi hesabı), paylaşımların içerikleri (Seyahat, eğlence, bilgi verme, dil eğitimi, haber, kültür, siyaset, reklam, kişisel) ve paylaşımlarda kullanılan görsel türleri (Fotoğraf, reels)” olmak üzere 5 araştırma sorusu hazırlanmıştır.

Elde edilen veriler analiz edildiğinde, 28 sayısı ile en çok gönderinin #TürkYunanDostluğu etiketi ile atıldığı, bu sayıyı 11 gönderi ile #TürkiyeYunanistan, 10 gönderi ile #TurkeyGreece ve son olarak 9 gönderi ile #TurkishGreekFriendship etiketinin takip ettiği ortaya çıkmıştır. Paylaşımların yapıldığı 54 hesap sahibinden 39’unun Türk, 5’inin Yunan, 10’unun da diğer başlığı altında yer alan yabancı uyruklu kişiler olduğu görülmektedir. Örneğin, Yunan hesaplar arasında yer alan 134 bin takipçili estefanioofficial1 hesabının sahibi Türkiye’de yaşayan ve sahne alan Yunan bir şarkıcıdır. Bir Türk ile evli olan Estefani, iş hayatıyla beraber Türkiye ve Yunanistan arasındaki ortak yaşama dair gözlemler, Türkçe-Yunanca kelime anlamları ve Türkiye’deki yaşamına dair paylaşımlar yaparak iki millet arasındaki iletişime katkı sağlamaktadır.

İncelenen 58 paylaşımdan 41’i olumlu, 3’ü olumsuz, 14’ü ise nötr mesajlar içermektedir. Paylaşımlar içerisinde İzmir’de yayımlanan yerel İz Gazetesi’nin 19 Temmuz 2024 tarihli “Ege Denizi’ne Kardeşlik Yakışır”

manşetli ilk sayfasına yer verilmiştir. Bu haberde siyasi bir krize sebep olabilecek olumsuz bir sahne olayının barış ve kardeşlikle çözülebileceğine vurgu yapılmıştır. Olumlu bir mesaj vermek adına ise manşette Mustafa Kemal Atatürk'ün: "Yurtta barış dünyada barış" sözleri Yunanca "Ειρήνη στο σπίτι, ειρήνη στον κόσμο" çevirisiyle kullanılmıştır. Olumsuz başlığında değerlendirilen ve ittihatkadikoy hesabından yapılan paylaşımda Yunanistan Sağlık Bakanı Georgiadis'in "F-35'lerle radara görünmeden bir gece ansızın Ankara'da olabiliriz. Yapacağız demiyorum, yapmak istemiyoruz ama Erdoğan'ın söyledikleri beni güldürüyor" cümlelerine yer verilmiştir. Bir diğer olumsuz içerikse takvimiegehaber hesabından paylaşılan "Çeşme-Sakız Adası Seferlerine Geçici Durak Kondu; Liman Boş Kaldı" haberinde seferleri yapan üç Türk ve bir Yunan şirketinin ortak kararıyla seferlere ara verildiğinin, buna sebep olaraksa firma yetkililerinin liman vergilerindeki artışın bilet fiyatlarına da yansımaları talep ettikleri paylaşılmıştır. Hesap türleri üzerine yapılan araştırmada 54 hesaptan 27'sinin bireysel, 15'inin içerik üreticisi ve 12'sinin işletme hesabı olduğu ortaya çıkmıştır. İşletme hesapları incelendiğinde özellikle Türkiye ve Yunanistan arasında adalar üzerinden feribot hizmeti veren Türk firmaların, iki ülke arasında tatil hizmeti veren Yunan ya da yabancı menşeli seyahat firmalarının yer aldığı görülmektedir. Bu durum iki ülke arasındaki ilişkilerin turizm ve ticaret temelinde aktif şekilde devam ettiğini göstermektedir.

İçerik türlerine göre değerlendirilen paylaşımlar kapsamında reklam içerikli 13, haber içerikli 12, kişisel içerikli 10, kültür içerikli 7, seyahat içerikli 5, bilgi verme içerikli 10 ve dil eğitimi içerikli 1 adet paylaşım yapılmıştır. Eğlence ve siyaset içerikli herhangi bir paylaşımın yapılmadığıysa dikkat çekmektedir. Siyaset konusunu içeren paylaşımların medya şirketlerine bağlı hesaplardan yapılması sebebiyle bu içerikler haber başlığı altında değerlendirilmiştir. Haber içeriğinde incelenen ve gastronomi.turkey hesabında paylaşılan gönderide Yunanistan gastronomisinin tanınan isimlerinden Executive Chef Stelios Digkas'ın röportajı yer almaktadır. Türk mutfağı ile bağının oldukça güçlü olduğuna değinen Digkas'ın: "Mutfağımız deniz ticaretinden, savaşımlardan, göçlerden ve Türk-Yunan halkının birlikte yaşamasından etkilendi." sözlerine yer verilmiştir. Ayrıca Yunan Şefin "Dumanın Sırrı" isimli kitabının Türkçe baskısına hazırlandığı ve sunuculuğunu yaptığı televizyon programında Türk ve Yunan mutfaklarının ortak noktalarına değindiği belirtilmektedir. Tüm bu bilgiler ise iki millet arasındaki ortaklıkların ve olumlu atmosferin vurgulanması noktasında önem taşımaktadır. Akdenizi_yiyen_cocuk hesabından yapılan kültür içerikli paylaşımda, Atina'da yaşayan İstanbul Arnavutköylü bir Yunan ile karşılaşan ve kendisinden aldığı sakızlı kurabiye'nin verdiği hissi: "Aynı kokulara heyecanlanıp aynı tatlarda buluyoruz, siyasete rağmen birbirimizi seviyoruz!" cümlesiyle açıklayan bir gönderi incelenmiştir. Burada ortak tarihle beraber ortak mutfak kültürüne de vurgu yapılmıştır. "Siyasete rağmen birbirimizi seviyoruz" cümlesiyle de milletler arasındaki olumlu ilişki belirtmeye çalışılmıştır.

Son araştırma sorusu kapsamında incelenen fotoğraf-reels kullanımı başlığında, tüm paylaşımlar içerisinde 54 fotoğraf, 4 reels ile fotoğraf kullanımının fazla olduğu görülmektedir. Burada; reels oluşturmanın daha fazla zaman ve emek aldığı, fotoğrafın ise ayrıca bir grafik çalışması gerektirmediği durumlarda paylaşım noktasında daha fazla kolaylık sunduğu düşünülmektedir.

Paylaşımlar arasında Türk ve Yunan bir çiftte ait olan curlyann.berkan isimli hesapta yer alan ve çiftin mutluluklarına destek veren insanlara dair duygularının paylaşıldığı bir gönderi görülmektedir. Çiftin ortak hesaplarının ilk gönderisindeki bu açıklama iki millet arasında yaşanan evliliklere ve bu evliliklere verilen desteğe dair dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır. Dil eğitimi kapsamında değerlendirilen ve dailyturkish__ hesabından yapılan paylaşımda ise Yunanlara Türkçe öğretiminin sosyal medya üzerinden duyurusunun yapıldığı görülmektedir. Dedeagaç'ta yaşayan, Selanik Üniversitesi mezunu, Türk Dili ve Edebiyatı alanında uzman bir Yunan'ın çevrimiçi Türkçe dersler vermesi milletler arasında karşılıklı dil öğrenimine yönelik ilgiyi ve dijital çağın sunduğu imkânların sosyal medya noktasındaki önemini ortaya koymaktadır.

Çalışma özelinde incelenen Instagram paylaşımlarında iki millet arasında teknolojik gelişmelerin etkisiyle farklı bir paylaşım yaşandığı ve bağ kurulduğu görülmektedir. Globalleşen dünyada insanlar doğdukları yerlerden farklı yerlerde yaşamakta, çalışmakta ve bu bağlamda farklı kültürlerden de etkilenmektedir. Günümüz dijital çağında ise insanlar başka bir ülkede yaşamasa da ilgi alanlarına göre birçok kültüre dair bilgi almakta ve bu noktada bu kültürlerden etkilenmektedir. Yabancı dil öğrenme, siyasi, sosyal ve kültürel bilgiler paylaşma ve yeni insanlar tanıma gibi imkânlar sağlayan sosyal medya Türk ve Yunan ilişkilerini de bu bağlamda etkilemektedir.

İncelenen hesaplar özelinde elde edilen verilerde olumlu paylaşımların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Ancak herkesin görüşlerini paylaşabildiği dijital çağda her zaman olumlu paylaşımlara rastlanılmamaktadır. Kullanıcıların her türlü fikrini paylaşabilmesine imkân verilen sosyal medya ortamında linç kültürü, olumsuz ve aşağılayıcı yorumlara da sıklıkla rastlanmaktadır. Elbette bu durum, Türkiye ve Yunanistan arasındaki özellikle siyasi konularda aşırı düşüncelere sahip insanlar tarafından zaman zaman paylaşılmaktadır. Bu noktada takip edilen hesap, izlenilen sayfa bu hesapların ve takipçilerinin profili de büyük önem taşımaktadır. Hesap ve takipçilerinin niteliği nasıl bir ortamla karşı karşıya geleceğiniz hakkında genel bir bilgi vermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Türk-Yunan ilişkilerinin dijital çağdaki dönüşümüne ışık tutarak sosyal medyanın bu ilişkiler üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Çalışma, Instagram platformunda yapılan analizler aracılığıyla bireylerin algı ve yaklaşımlarının dostluk ve diyalog temelli bir biçimde yeniden inşa edilebileceğini göstermiştir. Dijital çağda kültürel diplomasi ve algı yönetimi açısından önemli bir araç olan sosyal medya, iki millet arasında kültürel köprüler kurma ve karşılıklı anlayışı pekiştirme potansiyeline sahiptir.

Instagram gibi etkili sosyal medya platformlarının, halklar arasındaki iletişimde ve algı yönetiminde oynadığı bu rol, gelecekte daha kapsamlı çalışmalar için önemli bir başlangıç noktası oluşturmaktadır. Türk-Yunan ilişkilerinde sosyal medyanın aktif kullanımı, yalnızca bireyler arasında değil; aynı zamanda toplumsal düzeyde de olumlu etkiler yaratabilecek bir alan sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın sonuçları, sosyal medyanın kültürlerarası iletişim ve kültürel etkileşim bağlamında etkili bir güç olduğunu ortaya koymakta ve bu alanda gelecekte yapılacak araştırmalara da ışık tutmaktadır.



Hakem Değerlendirmesi
Çıkar Çatışması
Finansal Destek

Dış bağımsız.
Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer Review
Conflict of Interest
Grant Support

Externally peer-reviewed.
The authors have no conflict of interest to declare.
The authors declared that this study has received no financial support.

Yazar Bilgileri
Author Details

Ayşe Tuğba Kar (Doktora Öğrencisi)

¹ İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, İstanbul, Türkiye
 0000-0003-4185-5868

Uğur Gündüz (Prof. Dr.)

² İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, İstanbul, Türkiye
 0000-0002-6138-6758  ugunduz@gmail.com



Kaynakça | References

- Akgönül, Samim. *Türkiye Rumları Ulus-Devlet Çağından Küreselleşme Çağına Bir Azınlığın Yok Oluş Süreci*, İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2012.
- Alanka, Deniz. "Nitel Bir Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi: Teorik Bir Çerçeve", *Kronotop İletişim Dergisi*, 1/1 (2024): 62-82, erişim 26 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kronotop/issue/82784/1405579>.
- Arı, Kemal. *Suyun İki Yanı: "Mübadele"*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2015.
- Creswell, John W. *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, çev. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.
- Doğan, Elif Şeyda ve Gündüz, Uğur. "Teknoloji Çağında İnternet ve Sosyal Medya Kaynaklı Yeni Nesil Korkulara İlişkin Bir İnceleme". *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (2025):88-116, erişim 20 Ocak 2025. <https://doi.org/10.21733/ibad.1627789>.
- Grigoriadis, Ioannis N. *Kutsal Sentez, Yunan ve Türk Milliyetçiliğine Dini Aşılama*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2014.
- Hacısalihoğlu, Mehmet ve Aksu, Fuat. "A General Introduction to Minority Issues in the Balkans", *Proceedings of the International Conference on Minority Issues in the Balkans and the EU içinde*, Mehmet Hacısalihoğlu and Fuat Aksu (eds.) 3-15. İstanbul: OBİV, 2007.
- Heraklides, Alexis. "The Main Obstacles to Greek-Turkish Rapprochement", *Proceedings of the International Conference on the Turkish-Greek Relations issues, solutions, prospects içinde*, ed. Fuat Aksu, 57-65. İstanbul: 2006.
- Kalelioğlu, Oğuz. "Türk-Yunan İlişkileri ve Megali İdea", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 11/41 (2008): 105-123, erişim 14 Ocak 2025. https://doi.org/10.1501/Tite_00000000260.
- Karahan, Gül. "Sosyal Medyada Aile: Instagram'da Paylaşılan Aile Fotoğrafları", *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1/1 (2023): 27-39, erişim 18 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3085718>.
- Karataş, Pınar. "Elektronik Kültür Ortamında Türk- Yunan Milli Kimlik Mücadeleleri Bağlamında YouTube Videoları Yorumları", *Cyprus International University Folklor/Edebiyat*, 18/72 (2012): 91-111, erişim 15 Ocak 2025. https://www.folkloredebiyat.org/Makaleler/2128949936_fe-72-5.pdf.
- Kaymak, Özgür. "Atina'da Yaşayan İstanbullu Rumların Göç Hafızasıyla Beslenen Kimlik İnşaları", *Contemporary Research in Economics and Social Sciences*, 1/2 (2017): 165-195, erişim 15 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/conress/issue/35835/401622>.
- Loules, Dimitris ve Kaya, Selda. "Fransız Devriminin Yunanistan Üzerindeki Etkisi", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 15/26 (1991): 291-296, erişim 14 Ocak 2025. https://doi.org/10.1501/Tarar_00000000034.
- Narmamatova, Topçugül ve Çakır, Hamza. "Dijital Çağda Kırgızistan'da Radyo Yayıncılığı", *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/2 (2020): 1285-1302, erişim 17 Ocak 2025. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.724404>.
- Özaydın, Ayşe ve Kumral, Orhan. "Dijital Yerlilerin Gözünden Dijital Okuryazarlık", *Eğitimve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8/2 (2021): 362-377. erişim 16 Ocak 2025. <https://doi.org/10.51725/etad.1008850>.
- Özsüer, Esra. *Türkokratia Avrupa'da Türk İmajı*. İstanbul: Kronik Kitap, 2019.
- Prensky, Marc. "Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon*, MCB University Press, 9/5 (2001): 1-6, erişim 8 Aralık 2024. <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.
- Saf, Hacı Hasan. "Meta-Popülizmin Göstergelerinin Saptanması: Yunanistan'daki Çevrim içi Gazetelerde Aylan Kürdi Olayının Dili", *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 11/23 (2023): 101-120, erişim 25 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isaucder/issue/78136/1265036>.
- Sak, Ramazan, Sak, Şahin Tuba İkbal, Şendil, Öneren Çağla & Nas, Eşref. "Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi". *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4/1 (2021): 227-256, erişim 5 Mayıs 2025. <https://doi.org/10.33400/kuje.843306>.
- Samovar, Larry A., Porter, Richard E. ve McDaniel, Edwin R. *Communication between Cultures*, Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2010, https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/F5C2y5_Communication_Between_Cultures.pdf.
- Sediroğlu, Serdar Cem. "Soğuk Savaş Sonrası Dönemde Balkanlarda Türk-Yunan Taraflarının Karşılıklı Güvenlik Algılamaları ve Çıkmazları", *Trends in Business and Economics*, 37/1 (2023): 68-80, erişim 12 Ocak 2025. <https://doi.org/10.5152/TBE.2022.974762>.
- Tekbıyık, Hülya ve Ünal, Mehmet Anıl. "Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Astroloji ve Medya İlişkisi: Instagram Kullanımı Üzerine Etnografik Bir Araştırma", *Intermedia International E-Journal*, 10/18 (2023): 195-215. erişim 16 Ocak 2025. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1260180>.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave*. New York: William Morrow and Company, Incorporated, 1980.
- Usta, Nazlı. "Türk-Yunan Ekonomik İlişkileri (1980-2010)". Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, 2012. Ulusal Tez Merkezi (317769).
- Yüzbaşı, Esin ve Sarıkçıoğlu, Melike. "18. ve 20. Yüzyıllar Arasında Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslimlerin Yaşamları: (İstanbul, İzmir ve Selanik)", *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi*, 4/4 (2021): 48-67, erişim 12 Ocak 2025. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataddergi/issue/64148/950621>.

İnternet Kaynakları

- DataReportal. erişim 3 Mayıs 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>. “<https://www.speedmedya.com/haber/turkiye-de-sosyal-medya-2024-001731325414140#:~:text=Meta'n%C4%B1n%20reklam%20platformu%20business,1%20milyon%20Instagram%20kullan%C4%B1c%C4%B1s%C4%B1%20bulunmaktad%C4%B1r>”, Ekinler, Ahmet. “Türkiye’de Sosyal Medya (2024)”. Speedportal, erişim 2 Şubat 2025.
- Hamurcu, Esma Esra. “Rembetiko: Türk-Yunan Ortak Yapımı Müzik”. The Magger, erişim 4 Mayıs 2025. <https://www.themaggar.com/rembetiko-tarih/>.
- Instagram, “curlyann.berkan.”, erişim 1 Şubat 2025. <https://www.instagram.com/p/C82RCDjo0OX/>.
- Instagram. “aegean_rover.”, erişim 25 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/C9pHeu4IVEm/>.
- Instagram. “akdenizi_yiyen_cocuk.”, erişim 25 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/DBJLqRioMmO/>.
- Instagram. “cigdemsabuncuoglu.”, erişim 19 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/DCV11fUK0BX/>.
- Instagram. “curlyann.berkan.”, erişim 1 Şubat 2025. <https://www.instagram.com/curlyann.berkan/?g=5>.
- Instagram. “dailyturkish__.”, erişim 1 Şubat 2025. https://www.instagram.com/dailyturkish__/?g=5.
- Instagram. “dailyturkish__.”, erişim 1 Şubat 2025. <https://www.instagram.com/p/C1sgCDqNma8/>.
- Instagram. “danijelgombac.”, erişim 25 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/C6ZDYpzlxtM/>.
- Instagram. “dijitalhayaller.”, erişim 25 Ocak 2025. https://www.instagram.com/p/C2ArdDXN6jK/?img_index=1.
- Instagram. “estefaniofficial1.”, erişim 19 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/DD7kgOwClK3/>.
- Instagram. “gastronomi.turkey.”, erişim 19 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/gastronomi.turkey/?g=5>.
- Instagram. “gustomehmetyalcin.”, erişim 19 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/DCSEJjMNkCP/>.
- Instagram. “ittihatkadikoy.”, erişim 9 Şubat 2025. <https://www.instagram.com/p/C9uOJk8uYuM/>.
- Instagram. “izgazete.” Erişim 19 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/C9kyi1wNpha/>.
- Instagram. “josephontheair.”, erişim 19 Ocak 2025. https://www.instagram.com/p/C4xCm97tbxk/?img_index=1.
- Instagram. “kibrisgenc tv.”, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/DDyyRYbBX2k/>.
- Instagram. “kibrisgenc tv.”, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/kibrisgenc tv/?g=5>.
- Instagram. “rebetika.arkanaki.”, erişim 4 Mayıs 2025. https://www.instagram.com/p/DIY5Eh_MpQX/.
- Instagram. “rebetika.arkanaki.”, erişim 4 Mayıs 2025. <https://www.instagram.com/rebetika.arkanaki/>.
- Instagram. “selenoakcali.”, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/C1zo2HCL1-R/>.
- Instagram. “takvimiegehaber.”, erişim 9 Şubat 2025. <https://www.instagram.com/p/DBFysPJICAP/>.
- Instagram. “ugurjalelines.”, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/p/C8zcnvcBZRw/>.
- Instagram. “yanindayizdernegi.”, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.instagram.com/yanindayizdernegi/>.
- Instateacher, erişim 1 Şubat 2025. https://www.instateacher.gr/teacher/6478cb8b2e994/apostolia-foutsitzi?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAyYGsOt34QtZ_bLWIA3qZDQHO_teEm6-YQAN_tBAQu8Ehrjb7SoYdUjtjGfK_aem_ysFOIWKDDwc_GI7PrUJIGw.
- İz Gazete, erişim 26 Ocak 2025. <https://www.izgazete.net/>.
- Romero, Isabel. “Instagram Account Types: Personal, Business, and Creator”. Metricool, erişim 18 Ocak 2025. <https://metricool.com/types-of-profiles-on-instagram/>.
- We Are Social, erişim 3 Mayıs 2025. <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>.
- We Are Social, erişim 3 Mayıs 2025. <https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>.

