

# SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI ÜZERİNDEN KRİPTO PARA İNCELEMESİ: GLOBAL BİR DİJİTAL KANAAT ÖNDERİ OLARAK ELON MUSK ÖRNEĞİ

An Analysis of Social Media Posts on Cryptocurrency: The Case of Elon Musk as a Global Digital Opinion Leader

Dr. Öğr. Üyesi. Bengü BAŞBUĞ

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6393-0884>

Dr. Öğr. Üyesi. Ensar LOKMANOĞLU

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Sakarya/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1597-3433>

## ÖZET

Uzay teknolojileri şirketi SpaceX ve elektrikli araç üreticisi Tesla'nın kurucusu iş adamı Elon Musk, yaratıcı kimliği ile 21. yüzyılda teknolojik bir vizyoner olarak kabul edilmektedir. Son dönemlerde popüler sosyal medya platformlarından biri olan Twitter üzerinden kripto para odaklı paylaşımlarda bulunan Musk çok fazla dikkat çekmektedir. Twitter her kullanıcının kendini ifade etmesine olanak veren yeni bir medya oluşturmasıyla tartışmaların yapıldığı, gündemin belirlendiği ve yeni nesil kanaat önderlerin boy gösterebildiği bir mecraya dönüşmüştür. Bu bağlamda günümüzde en çok konuşulan ve haberlerde devamlı gündeme gelen Elon Musk, kitleleri peşinden sürükleyebilen iddialı bir kanaat önderi pozisyonuna gelmiştir. Global çapta paylaşımları yoğun etkileşim gören Musk, kripto para tweetleri ile özellikle Bitcoin (BTC) ve Dogecoin (DOGE) gibi para birimlerinin fiyatlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Böylelikle Musk, tweetleri ile kripto para piyasasının dinamiklerini değiştirip domine etmeye başarmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Elon Musk'ın global çapta bir kanaat önderi olarak değerlendirilebilip, Twitter üzerinden kripto para ile ilgili yapmış olduğu paylaşımları ile kitleleri nasıl etkilediğini incelemektir. Bu araştırma, 1 Ocak – 1 Temmuz 2021 tarihleriyle sınırlanmıştır; bu kapsamda 397 tweet incelenmiş ve 63 paylaşımın kripto para ile ilgili bir içeriğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Rastgele örnekleme yöntemi ile her ayı temsil edecek şekilde 6 tarih seçilmiş ve kripto para piyasalara olan etkileri araştırılıp söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda Elon Musk'un çoğu zaman basit tweetlerden oluşan ve tek bir söz, görsel veya sadece bir emoji ile kripto para piyasalarını derinden etkileyip yön verebilmekte olduğunu, milyonlarca yatırımcının kararını bir anda değiştirebildiği gösterilmektedir. Kripto para olgusu insanların hayatlarında merkezinde değilken, COVID-19 pandemisinin etkisi ile de dünya genelinde ekonomilerin zorlanması özellikle alt ve orta gelir gruplarında yeni maddi arayışları zorunlu kılmış ve böyle bir dönemde Elon Musk'ın tweetleri de kripto para piyasasının değer kazanmasında önemli rol oynamıştır. Araştırmanın konuya ilişkin akademik literatürün kanaat önderliği, sosyal medya ve kripto para ilişkisi alanındaki kaynaklara bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kitle İletişimi, Kanaat Önderi, Twitter, Kripto Para, Elon Musk

## ABSTRACT

Elon Musk, the founder of space technologies company SpaceX and electric vehicle manufacturer Tesla, is considered a technological visionary entrepreneur with his creative identity in the 21st century. Recently, Musk's posts about cryptocurrency on Twitter, which is one of the popular social media platforms, attracts a lot of attention. With the creation of a new media that allows users to express themselves, Twitter has turned into a place where discussions are made, the agenda is determined and new generation opinion leaders can show up. In this context, Elon Musk, who is the most talked about and constantly on the agenda in the news, has become an assertive opinion leader having the ability to mobilize the masses. Musk, whose social media shares are heavily interacted globally, can directly affect the prices of cryptocurrencies such as Bitcoin (BTC) and Dogecoin (DOGE) with his tweets. Thus, Musk is able to change and dominate the dynamics of the cryptocurrency market through tweets. The purpose of this research is to examine how Elon Musk, who can be evaluated as a global opinion leader, affects the masses with his posts about cryptocurrency on Twitter. This research is limited to January 1 – July 1 2021. In this context, 397 tweets were examined and it was determined that 63 posts had a content related to cryptocurrency. With the random sampling method, 6 dates were selected to

represent each month, and their effects on the cryptocurrency markets were investigated and analyzed using discourse analysis. As a result of the research, it is shown that Elon Musk can deeply affect and direct the cryptocurrency markets, mostly through simple tweets consisting of a single word, image or just an emoji, with the effect that millions of investors can change their decision in an instant. While the phenomenon of cryptocurrency was not at the centre of people's lives so far, the economic strain around the world also due to the impact of the COVID-19 pandemic has made it necessary to seek for new financial pursuits, especially in the lower and middle income groups, and in such a period, Elon Musk's tweets also played an important role in the appreciation of the cryptocurrency market. It is thought that the research will contribute to the academic literature on the subject of the relation between opinion leadership, social media and cryptocurrency.

**Keywords:** Mass Communication, Opinion Leader, Twitter, Cryptocurrency, Elon Musk

## 1. GİRİŞ

Dijital iletişim çağının atar damarı olan internetin beraberinde getirdiği teknolojik yeniliklerin başında sosyal medya yer almaktadır. Gelişen web teknolojileri sayesinde sosyal medya, dünya insanının haberleşme, sosyalleşme ve paylaşma bağlamındaki iletişim gereksinimlerini değiştirmiş, zaman ve mekâna bağımlı olmaksızın sanal bir ortama taşınmıştır. 2006 yılından bu yana popüler bir sosyal medya platformuna dönüşen Twitter, bireyin kitle iletişime katılmasını ve kendi içeriğini de üretmesini sağlayan ve İngilizcede "personal media" diye adlandırılan kişisel bir yeni medya mecrasıdır (Lüders, 2008; Wu ve diğerleri, 2011). Twitter, aynı zamanda kullanıcıya kendi kitlelerini belirleme imkânı vermekte ve istediği konular hakkındaki düşüncelerini anlık bir akış içerisinde paylaşabileceği bir kamusal mekân sunmaktadır (Maireder ve Ausserhofer, 2014: 305; Dagoula, 2019: 228). Diğer yandan, Twitter ana akım medyada söylenmeyen veya söylenemeyen düşüncelerin beyan edilebileceği bir ortamdır. Hatta bu düşüncelerin daha sonra ana akım haberlerinde manşet olduğu da görülmektedir. Böylece Twitter, her kullanıcının kendini ifade etmesine olanak veren yeni bir medya oluşturmasıyla hararetli tartışmaların yapıldığı, gündemin belirlendiği ve kanaat önderlerin de boy gösterebileceği bir mecraya dönüşmüştür.

İki Aşamalı Akış Kuramı çerçevesinde önemli bir referans grubu olarak beliren kanaat önderleri, medya içeriklerini süzgeçten geçirip kendi düşünce ve yorumları doğrultusunda topluma yaydıklarından ötürü çevrelerini "etkileyen kişiler" (influencer) olarak tanımlanmaktadır (Baran, 2009: 418; Yaylagül, 2019: 58). Bu sebeple, kamuyoyunun oluşmasında önemli bir rol oynadıkları söylenebilir (Güngör, 2018: 380). Günümüzde çeşitli sosyal medya platformları sayesinde popüleritesini arttırmış ve ikonlaşmış ünlü karakterlerin ürettiği içerikler, kendilerine has etkileyici tarzları ve geniş takipçi kitleleri ile dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra para piyasaları ve son dönemlerde özellikle kripto para konusundaki tutumları da şekillendiren hatta değiştirebilen ve kişiler arasında bir irtibat noktası sağlayan sosyal medya platformlarının, kripto paranın popüler olmasında ve ticaretinin yaygınlaşmasında önemli bir yerinin bulunduğunu söylemek mümkündür (Sütçü ve Aytakin, 2018). Sanal bir para biriminin ortaya çıkması ve bunun sanal ortam üzerinden alınıp satılmasına yönelik teşviğin özellikle dünya çapındaki ünlüler tarafından yapıldığı gözlemlenebilir. Sosyal medya, kanaat önderlerine yeni bir mecra açmış ve bu bağlamda bir kanaat önderi vasfıyla öne çıkan Elon Musk, kulvarında tek ve en güncel örneği teşkil etmektedir.

Dünyada en çok konuşulan ve haberlerde sürekli gündeme gelen başarılı iş adamı Elon Musk, akli hayali zorlayan projeleriyle dünya insanını heyecanlandıran ve rahatlıkla kitleleri peşinden sürükleyebilen iddialı bir vizyoner ve lider olarak görülmektedir (Vance, 2015; Khan, 2021). Son dönemlerde sosyal medya üzerinden göstermiş olduğu performansını değerlendirecek olursak, Twitter'de paylaştığı tek bir söz veya bir görselle bile özellikle kripto para piyasalara ciddi anlamda yön verebilmekte ve milyonlarca yatırımcının kararını bir anda değiştirebilmektedir. Birçok kişinin kripto para satın alma hevesinin hızlı para kazanma hayallerinden kaynaklanması ve böylece 2020 yılından itibaren Bitcoin ve Dogecoin gibi kripto para birimlerinin yoğun ilgi görmesi sonucunda astronomik bir yükselişe geçmesinde Elon Musk'ın birçok tweetinin etkisi olduğu belirtilmektedir (Roberts, 2020; Constanty, 2021; Helms, 2021). Öte yandan diğer önemli olan bir husus, Musk'ın söylemleri manipülatif bir karakterde olup kripto para piyasalardaki fiyatlamalar üzerinde uzun zamandır ciddi anlamda etkili olduğu gerçeğidir.

Bu araştırmada, Elon Musk'ın global çapta bir kanaat önderi olarak değerlendirilebilip, Twitter üzerinden kripto para ile ilgili yapmış olduğu paylaşımları ile kitleleri nasıl ve ne şekilde etkilediği incelenmektedir. Dijital ortamın dışında da etkili olmasının yanısıra, bu çalışmada spesifik olarak "dijital ortamdaki Elon Musk" merceğe altına alınacaktır. Dijital bir kanaat önderi olarak Elon Musk, kripto para ile ilgili söylemlerin etkili olmasındaki nedenleri tweetlerin içeriğini ve sunuş biçimlerini çözümleyip ortaya çıkartmak bu araştırmanın amacını teşkil etmektedir. Bu gaye ile çalışma kapsamında, Elon Musk'ın 1

Ocak – 1 Temmuz 2021 tarihleri arasında kripto para ile ilgili atılmış olduğu ve etkileşimi yüksek olan tweetler arasından rastgele örnekleme yöntemi ile her ayı temsil edecek şekilde 6 tarih seçilmiş olup söylem çözümlemesine tabi tutulmuş ve kripto para piyasalara olan etkileri araştırılmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. İki Aşamalı Akış Kuramı Çerçevesinde 21. Yüzyıl Kanaat Önderliği

#### 2.1.1. İletişimde Etki Araştırmaları ve İki Aşamalı Akış Kuramı

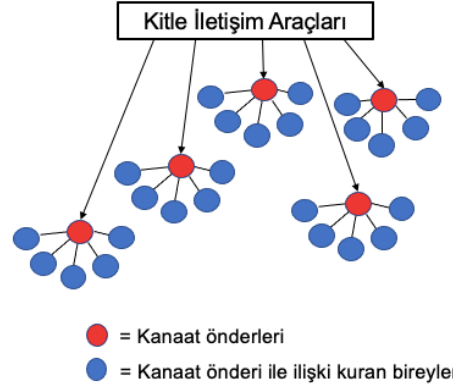
Geçmişten bugüne iletişim çalışmaları büyük ölçüde kitle iletişimin etkileri üzerine odaklanmıştır. Bu sebeple, iletişim biliminin bir disiplin olarak gelişmesinin temelinde de “etki sorunsalı” yatmaktadır (Güngör, 2018: 85). Etki üzerine yürütülen çalışmalar, medyanın kitlelerin üzerindeki gücü ve tesirini incelemeyi hedeflemekte olup, iletişim bilimlerinde en çok önem verilen ve dikkat çeken araştırmalar olarak gösterilmektedir. İletişim biliminin temellerini atan bu araştırmaların tarihini Amerika Birleşik Devletleri’nde 1920’lerde yapılan çalışmalara kadar dayandırmak mümkündür. Bu araştırmaların amacı, kitle iletişim araçları vasıtasıyla sunulan içeriklerin kişilerin düşünce dünyalarını nasıl şekillendirdiği, dikkatlerini hangi konulara çektikleri ve bu içeriklerin kişileri ne tür tutum ve davranış sergilemeye yönlendirdiğini ortaya çıkartmaktır (Yaylagül, 2019).

Bu çerçevede, etki unsuru ön planda olmasından dolayı iletişim araştırmaları “etki araştırmalarının tarihi” olarak değerlendirilebilir, bu etki ise 1920-1940 döneminde “Güçlü Etkiler”, 1940-1960 aralığında “Sınırlı Etkiler” ve 1960 sonrası süreçte ise “Güçlü Etkilere Geri Dönüş” olmak üzere üç dönemde sınıflandırılmaktadır (McQuail ve Windahl, 2005). Özellikle Elihu Katz, Bernard Berelson ve Paul F. Lazarsfeld’in önderliğinde 1950’lerin ortalarına kadar Colombia Üniversitesi’nde yapılan etki araştırmaların neticesinde iletişim sürecinde mesajın aktarılması ve tutumların değişmesinde kişilerarası ilişkilerden doğan etkinin geniş bir rol oynadığı ve kitle iletişim araçlarının doğrudan rolünün sınırlı olduğu saptanmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2019: 94-95). Bu araştırmaların sonuçlarından iletişim biliminde önemli bir yere sahip olan İki Aşamalı Akış Kuramı (*Two-step flow theory*) ve Kanaat veya Fikir Önderliği (*Opinion leadership*) kavramı ortaya çıkmıştır (Baran, 2009: 418).

İletişim çalışmalarında paradigma değişikliğine sebep olan ve Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet gibi dönemin üç önemli iletişim bilim adamı tarafından yapılan *People’s Choice (Halkın Tercihi)* başlığı altındaki araştırmada, 1940 yılındaki ABD başkanlık seçimleri merceğe altına alınmış ve bu esnada toplumları etkileme konusunda kanaat önderliğinin önemine vurgu yaparak bir kavram olarak öne çıkarılmıştır (Güngör, 2018: 107-108). Lazarsfeld ve arkadaşlarının araştırma ile keşfetmiş oldukları durum, kitle iletişim araçlarının halkın oy verme davranışlarında aslında fazla etkili olmadığı, bunun yerine araya kanaat önderleri gibi bir değişkenin girdiğinin anlaşılması olmuştur (Yaylagül, 2019: 58). Başka bir ifadeyle, kitlelerin buldukları tercihlerde medyadan aldıkları mesajlardan ziyade içinde buldukları toplumun etkisi altında kaldıkları tespit edilmiştir (Özçetin, 2020: 107-108). Bu bağlamda, toplum içindeki bazı kişilerin diğerlerine nazaran öne çıktığı ve birçok sebepten ötürü etkili olduğu ortadadır. Örneğin bu kişilerin bilgi birikimi, ekonomik konum, eğitim ve entelektüel düzeyi gibi özellikler bakımından daha çok önemsendikleri ve dolayısıyla çevrelerindeki insanlar için rehberlik etme ve referans kişiler olarak işlev görmektedirler (Güngör, 2018: 380). Toplum tarafından bu kişiler güvenilir ve saygıdeğer olarak görüldükçe etki değeri de yükselmektedir (Yaylagül, 2019: 58). Sonuç olarak bu bireyler, çevrelerindeki insanlar için kanaat önderi görevi üstlenmektedirler (Güngör, 2018: 107-112).

Bu çerçevede İki Aşamalı Akış Kuramına göre iletişimin sanıldığı gibi tek kademeli ve doğrusal bir süreç olarak işlemediği, aksine “iki aşamalı akış” biçiminde gerçekleşmekte olduğu savunulmaktadır (Baran, 2009: 418; Yaylagül, 2019: 58). Bu kurama göre, medya üzerinden aktarılan bilgi iki aşamada kitlelere yayılmaktadır. İlk aşamada, kitle iletişim araçlarından gelen mesajlar bir toplumda kitle iletişime daha fazla katılan ve daha bilgili bireylere yani kanaat önderlerine ulaşmaktadır. Söz konusu kanaat önderleri medyadan gelen bu mesajları filtrelemekte ve sahip oldukları bilgileri, entelektüel düzeyleri ve ekonomik durumları doğrultusunda harmanlayarak kendilerine göre yeniden biçimlendirmektedir. İkinci aşamada ise bilgi, kanaat önderlerinden aynı topluluğun üyeleri olan diğer kişilere yani kitlelere aktarılmaktadır (Tekinalp ve Uzun, 2019: 95). Bu kişiler iletişim araçlarını daha dolaylı kullanmakta, kendilerinden daha bilgili ve tecrübeli olduğuna zannettikleri kişilerin verdiği mesajlara inanarak kendi düşünsel dünyalarını inşa etmektedirler ve bu doğrultuda karar almaktadırlar. Böylece bu kuramı önemli kılan husus, etkileşim ağındaki kanaat önderi güçlü bir aracı olarak hareket etmesine işaret etmesidir. Kanaat önderleri, medyadan

gelen mesajları almaktadır ve kitlelere ilemeden önce kendi düşünce filtrelerinden geçirerek yorumladıktan sonra yaymaktadır. Kitleler de bu yorumlara göre hareket etmektedirler.



Şekil 1. İletişimde İki Aşamalı Akış Modelinde Kanaat Önderleri

### 2.1.2. Kanaat Önderliği Kavramı ve Dijital Kanaat Önderleri

Kanaat önderleri, hedef kitle üzerinde hem referans hem de rehber olabilecek nitelikte etkileme ve yönlendirme gücüne sahip bireylerdir (Örs, 2018: 193-194; Güngör, 2018: 380). Toplumun içinde söz sahibi olan bu bireylerin bir konu hakkında kitle iletişim araçlarından edindikleri bilgilere kendi yorumlarını ekleyerek çevrelerine anlatmaları ve çevrelerindeki insanların bu lider vasfı taşıyan bireylerin fikirlerine katılmaları sonucu kanaat önderliği olgusu gelişmektedir. Bu bakımdan kanaat önderlerinin, belirli bir alanda (pazarlama, moda, eğitim, bilim, sağlık vs.) uzman olarak kabul edilen, daha çeşitli sosyal faaliyetlere katılan ve siyasi konulara daha fazla ilgi gösteren kişiler oldukları ortaya konulmuştur (Güngör, 2018: 380). Öne çıkan diğer bir husus, kanaat önderlerinin gerek gerçekçi gerekse manipülatif müdahaleleri daha çok dolaylı bir şekilde gerçekleşiyor olmasıdır (Ulutaş, 2015: 27-28).

İletişimde etki araştırmalarına yönelik çalışmalar 20. yüzyılın ilk kısmında geleneksel kitle iletişim araçları ile başlamış olsa da, 21. yüzyılda iletişim teknolojileri gelişmesiyle beraber yeni medyayı da kapsamına almıştır. Geleneksel anlamda kanaat önderleri toplumun diğer üyeleri ile yüz yüze iletişim yolunu seçebilmekte veya geleneksel kitle iletişim araçları vasıtasıyla fikirlerini diğer kişilere aktarabilmekteydi. Ancak günümüzde kanaat önderlerinin faaliyetlerini daha çok internet üzerinden gerçekleştirmekte oldukları görülmektedir (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2014: 4). Bu sebeple artık kanaat önderlerinin egemen oldukları geleneksel mecralar değişime uğradığı bir zamanda yeni medya bağlamında değerlendirmenin gerekliliği doğmuştur. Özellikle sosyal medya platformlarının önem kazanmasıyla bu platformlarda boy gösteren kanaat önderleri tarafından oluşturulan içeriklerin kitleleri ciddi anlamda etkilemekte ve yönlendirmekte olduğu aşikârdır.

İnternetin sunduğu sanal fırsatlar ile kanaat önderleri artık dijitalleşmektedir. Bir haberleşme ve sosyalleşme mecrası olarak kabul edilen sosyal medya platformları bir anlamda artık vazgeçilmez bir hayat unsuruna dönüşmektedir (Alıklıç ve Özkan, 2018: 49). İçinde bulunduğumuz dijital çağda olmaz diyebileceğimiz kitle iletişim araçlarından biri haline gelen ve insanların zamanlarının büyük bir kısmını geçirdikleri sosyal medya, “yeni kanaat önderleri” (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2014: 4) ve dolayısıyla daha net bir ifadeyle “dijital kanaat önderleri” kavramının gelişmesine neden olmuştur. Söz konusu kanaat önderleri dijital mecraların önde gelen aktörleri arasında sayılabilmektedir. Bu paralelde, gündemde olup bitenleri veya kendi belirledikleri gündemleri sosyal medya takipçileriyle paylaşan kanaat önderleri sunmuş oldukları içerikleri kısa sürede hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaştırabilmekte ve kendinden bahsettirebilmektedirler (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018: 297).

Sosyal medya, dijital kanaat önderlerine ağ tabanlı kitlelerle direkt bir şekilde bağlantı kurmaları yolunda yeni bir olanak tanımıştır. Dijital kanaat önderinin ne kadar çok “kanaat takipçi”si olur ise düşüncelerinin önemi de o kadar artmakta ve yayılma potansiyeline sahip olmaktadır (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2014: 5). İlgi çeken ve güvenilen bir kaynaktan aktarılan mesajların, takipçilerin tutum ve davranışları üzerinde etkili olabileceğini iddia eden etki çalışmaları, dijital kanaat önderleri için de geçerli olabilmektedir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018: 285-288). Böylelikle bu yaklaşım, global bir kanaat önderi olarak değerlendirilebileceğimiz



Elon Musk'ın rolünü ve etkisini açıklama konusunda bu çerçevede ele almak mümkündür. Dijital mecralarda kanaat önderi olarak nitelik kazandığı söylenebilen ve Temmuz 2021 itibarıyla 58,3 milyon Twitter takipçisi bulunan Elon Musk'ın paylaşımları ve mesajlarının etkisini anlamak bakımından mercek altına almak yerinde olacaktır. Bu doğrultuda Elon Musk, farklı konular ile ilgili içerik oluşturabildiği gibi spesifik bir konu üzerine de eğilerek takipçilerinin seçimleri üzerinde son derece etkili olduğu söylenebilir.

## 2.2. Dijital İletişim Çağında Sosyal Medya

Çağımızın en önemli iletişim aracı olan internet, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran herkesin kolayca erişebileceği bir teknolojiye sahiptir. Sosyal medya günümüzde internetin en gözde uygulamaları arasındadır (Kırık, 2012: 88). Dijital iletişim çağında bilgi sistemleri içinde en tesirlisi olarak yer alan sosyal medya, “profil oluşturma, açık ve çapraz ilişkiler kurma platformu” olarak bilinmesinin yanında; podcastler, fotoğraflar, videolar, internet forumları, mikrobloglar, bloglar vs. ile etkileşim ve paylaşım imkân tanıyan, kullanıcıları aktif durumda tutan birçok formdan oluşmaktadır. Web tabanlı teknolojilerin kullanıldığı sosyal medya, insanlar arasındaki iletişimi etkileşimli bir diyaloga dönüştürmektedir (Duman, 2019: 70-71).

Yeni medya olarak da isimlendirilen bu sanal ortamda insanlar gün geçtikçe daha fazla zaman harcamakta, sosyalleşme, haberleşme, gündemi takip etme, oyun oynama, alış-veriş yapmaya kadar birçok ihtiyacı karşılar hale gelmektedir (Hazar, 2011: 153). Dolayısıyla aradığı hemen her şeyi sosyal medyada bulan bireylerin bu sanal ortamdan etkilenmemeleri mümkün değildir. Sosyal medyadaki paylaşımlar, insanların düşüncelerine, davranışlarına, duygularına, bakış açılarına tesir etmektedir. Çünkü dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olay, sorun, fikir, sosyal medya tarafından bir anda tüm dünyaya duyurulmakta ve sosyal medya platformlarında tartışılmaktadır. Bu şekilde sosyal medya kısa sürede kitleleri etkileyebilmektedir. Bu sebeple günümüzde bu sanal ortamın sosyal ve psikolojik düzeyde birçok etkisinin olduğu söylenebilir. Nitekim Arap Baharı sürecinde, halkın organize olmasında, siyasi isyanların başlamasında ve sonuca ulaşmasında Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının kayda değer bir işlevi olduğu ifade edilmektedir (Çakmak, 2018: 83).

En popüler ve ilk sosyal medya platformlarına Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal paylaşım ağları örnek olarak verilebilir. Bu sosyal medya ağlarının günümüzde milyonlarca takipçileri bulunmaktadır. Akıllı telefonların ve bilgisayar tabletlerinin kullanımının yaygınlaşması da bu uygulamaların ulaşılabilirliğini arttırmış ve daha popüler hale gelmesinde etkili olmuştur. Nitekim araştırmamıza konu olan Twitter uygulaması da 2006 yılından beri varlığını sürdürmektedir. Bağlantısallık özelliği güçlü bir sosyal medya uygulaması olan Twitter, bireylerin kitle iletişime katılmasına ve kendi içeriğini de üretmesini sağlamaktadır (Ünal, 2020: 12; Lüders, 2008; Wu ve diğerleri, 2011). Twitter, 280 karakter sınırlaması ile paylaşım imkân tanıyan kısa mesajlardan oluşan, kullanıcıların anlık paylaşım yaparak birbirleriyle iletişim kurabildikleri dijital iletişim ortamıdır. Ancak zaman içerisinde kendini diğer uygulamalara da adapte etmiş fotoğraf, video, hareketli resim gibi pek çok görsel özelliğe ve link paylaşımına imkân tanımıştır. Bu sayede etki alanına genişleten Twitter'da günde yaklaşık olarak 500 milyon tweet atılmaktadır (Anbarlı, 2017: 76; Ünal, 2020: 7). Bireyler, herhangi bir konuyla ilgili araştırma yaparken Google'ı kullanırken, bir konu hakkında şu an ne söyleniyor bilgisini Twitter ile takip etmektedir (Tamdoğan, 2019: 54). Bu anlamda Twitter'ın da etki gücünün yüksek olduğu söylenebilir. İnsanlar bir taraftan Twitter'da gündemi takip ederken bir taraftan da yaptıkları paylaşımlarla gündemi oluşturmaktadır. Nitekim trend topic olan konular ana akım medyada da kendisine yer bulabilmekte siyasetten hukuksal alana ekonomiye kadar kamuoyu baskısı oluşturabilmektedir.

Twitter'in etki alanlarından birisi de ekonomiye, iş dünyasına, finansal çevrelere ilişkin gündemler oluşturmaktadır. Örneğin, hisse senetlerine ilişkin “alırken aldım, satarken sattım, şimdi gidecek, az kaldı” gibi paylaşımlar bu platformdan takip edilmektedir. Bu durum manipülasyonların oluşmasına da zemin hazırlayabilmektedir. Mesela, manipülasyon yaparak birçok mağdurun oluşmasına sebep olduğu bilinen şahısların, dikkat çekici bir şekilde, Twitter'da her açtığı hesabın yine de binlerce kişi tarafından takip edebildiği ve takipçilerin bu manipülatörlerin önerileri bağlamında hareket ettikleri tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar, yatırımcılar tarafından en fazla takip edilen sosyal medya aracının Twitter olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda araştırmamıza konu olan dijital bir para birimi olan kripto para birimlerine ilişkin finansal piyasalar, büyük küçük her türlü yatırımcı tarafından Twitter üzerinden incelenmektedir (Tamdoğan, 2019: 55-59; Polat ve Akbıyık, 2019: 446). Yine bu anlamda birçok kişi kanaat önderleri olarak değerlendirilebilecek Elon Musk gibi iş adamlarının görüşlerinin de tesiri altında kalabilmektedir.

Nitekim yapılan paylaşımlar kripto paralarının değerlerini yükseltmekte ya da düşürebilmektedir. Dolayısıyla bir sosyal medya aracı olan Twitter hisse senetlerinden kripto para birimlerine kadar finansal piyasalar üzerinde etkiye sahiptir denilebilir.

### 2.3. Paranın Dijital Dönüşümü: Kripto Para

M.Ö. 7. yüzyılda Lidyalılar tarafından ticarete kullanılmak üzere icat edildiği kabul edilen para, yüzyıllardır bir mal ya da hizmeti satın almak için kullanılan, bir otorite tarafından piyasaya sokulan, maddi bir değer ifade eden bir ödeme aracı olarak tanımlanmaktadır (Kahraman, 2019; Türe, 2002). Para bireyin yaşamını sürdürebilmesi ve ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için üzerinde değerleri yazılı olan, metal veya kâğıt bir nesne olarak karşımıza çıkmaktadır (Kesebir ve Günceler, 2019: 607; Çevik, 2019). Aslında ilk olarak trampa yani mal değişimi ile başlayan ticaret, yerini herkesin kolay ulaşabileceği paraya bırakmıştır. Bu anlamda para en temel alıcı satıcı ilişkilerinden en karmaşık olanlara kadar kullanılan bir değişim aracı olmuştur. Tarihsel süreç içerisinde madeni paradan kâğıt paraya kadar insanlığın icat ettiği her şey gibi değişime ve gelişime uğrayan para, günümüz dijital çağında dijital bir forma bürünmüştür (Kesebir ve Günceler, 2019: 607; Türe, 2002).

Bu durumda ticaretin tarih boyunca farklı suretlere bürünmesinin, teknoloji ve çağın durumuna göre şekil almasının da etkisi vardır. Yine gelişen bilişim sistemleri ve teknoloji, finansal yeniliklerin ortaya çıkmasını, ATM, EFT sistemleri, mobil ödemeler, akıllı kartlar ve kredi kartları gibi yeni hizmet alanlarının oluşmasını sağlamıştır. Bilgisayar ve internet kullanımının artması, mal ve hizmet harcamalarındaki fiziksel sınırları ortadan kaldırmakta, online yani internet üzerinden 7/24 işlem yapılmasına olanak sağlamaktadır (Özbaş, 2019: 87; Özdemir, 2021: 1). Bütün bu gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan dijital paralar, elektronik olarak saklanabilen ve transfer edilebilen paraları ifade eder. Dijital para, bir perakendecinin müşterilerinin banka hesaplarından doğrudan ödeme yapabilmeleri için bankalara talepte bulunması ve bunun sonucunda POS (Point of Sale) cihazlarının kullanıma sunulmasıyla ortaya çıkmıştır. Dijital para elektronik ve sanal paraların tümünü kapsamaktadır. Elektronik paranın bir çeşidini oluşturan sanal para, hiçbir devlete veya otoriteye bağlı olmayan ve değer olma niteliğini bizzat kendisinden alan bir para birimidir (Çevik, 2019; Durmuş ve Polat, 2018; Çarkacıoğlu, 2016: 6).

Son dönemde dijital bir para birimi olarak değerlendirilen kripto paralar oldukça gündemi meşgul etmekte, hatta ülkeler bu konuda nasıl yasal düzenlemeler yapılabileceğini tartışmaktadır. Şifreli para anlamına gelen kripto paralar, belli bir derecede gizliliğe sahip, açık kaynak kodu olan, karışık bir şifreleme yöntemi ile oluşturulan bir sanal para birimidir. Kripto paralar, herhangi bir merkezi otorite ya da kuruma bağlı değildir, dijital ortamda yaratılır ve yine dijital ortamda işlem görür, değeri piyasa tarafından belirlenir (Özbaş, 2019: 91-92).

İlk kripto para örneği olan Bitcoin, 2008 yılında ortaya çıkmış, Bitcoin ile yapılan ilk transfer işlemi de 2009 yılında gerçekleşmiştir (Özsoy, 2021: 36). Bu sanal para adını dijital veri boyutu 1 byte'ı ifade eden *bit* ve madeni para anlamına gelen *coin* kelimelerinin birleşiminden almıştır (Alpago, 2018: 414). Yatırımcıların ilgi odağı haline gelen Bitcoin'in popüler olması ile Dogecoin, Ethereum gibi yüzlerce kripto para piyasaya sürülmüştür (Şahin, 2020: 171). Finansal anlamda bir devrim olarak nitelendirilen blok zinciri (blockchain) teknolojisi, bitcoin sisteminin ve diğer kripto para birimlerinin yapı taşı oluşturmaktadır. Blok zinciri teknolojisi para transferini banka veya devlet kanallarına ihtiyaç duymadan gerçekleştirmeye olanak sağlamaktadır. Kripto paraya dair tüm işlemler kamuya açık bir muhasebe sistemi olarak düşünülebilecek blok zinciri teknolojisiyle bir veri dosyası olarak kaydedilir. Teknolojik açıdan kripto paralar, ağa katılan herkesin görebildiği yeni bir veri tabanı türü olarak değerlendirilebilir. Geleneksel veri tabanından en önemli farkı, kimsenin bir işlemi değiştirememesi ve güncelleyememesidir (Seçilmiş ve Kızıltaş, 2020: 46-47; Özbaş, 2019: 93).

Kullanıcı sayısı ve kullanım alanı sürekli artan kripto para piyasası birçok insan için Dolar ve Euro fiyatları gibi günlük olarak takip edilmektedir. Bunun için bireyler veya kurumlar artık TV, dergi ve gazete gibi geleneksel medya yerine sosyal medyayı takip etmeyi tercih edebilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya büyük, küçük her türlü yatırımcı için kripto para birimlerinin gelecek değerlerini tahmin etme ve buna bağlı olarak yatırım kararlarını belirleme adına önemli bir bilgi kaynağı durumundadır (Polat ve Akbıyık, 2019: 446). Sosyal medya içerisinde özellikle bu anlamda Twitter'ın ön plana çıktığını ifade edebiliriz.



## 2.4. Global Bir Dijital Kanaat Önderi Olarak Elon Musk

Dijital iletişim alanında sosyal medya platformlarının çok kısa zamanda çoğalması ve milyarları aşan kullanıcı sayıları ile son yıllarda damgasını vurmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının arasında öne çıkanlar ise halk tarafından beğenilen ünlü kişilerdir. Ünlü kişiler, toplumun diğer bireylerinden çekicilikleri, özel yetenekleri, normalin üzerindeki hayat tarzları ve edindikleri başarılarından dolayı ayrılırken, büyük halk grupları tarafından bilinen ve tanınan, isim yapmış aktör, sporcu, politikacı, komedyen vb. olan bireylerdir (Paek, 2005: 135). Bu bağlamda sosyal medya, ünlü kişilerin kendilerini gösterebilecekleri, daha doğrusu kendilerini daha da görünür kılabilmeleri için sıklıkla kullandıkları önemli bir platform olarak işlev görmektedir. Sıradan sosyal medya kullanıcısının temel amacı ise fikir ve görüşlerine değer verdiği kişileri takip altında tutmaktır ki günümüzde bunların başında Elon Musk gelmektedir.

2021 yılında dünyanın en zengin insanlar listesinde ilk sıraya yükselen Elon Musk, yaratıcı ve vizyoner kimliğiyle tüm dünya kamuoyunun dikkatini çekmeye başaran bir liderdir. Bundan dolayı da tüm projeleri yakından takip edilmektedir (Khan, 2021: 5). Elon Musk'un, "normal" girişimcilerden alışık olduğumuzdan daha büyük, daha kozmik bir ölçekte düşündüğü ve hareket ettiği görülmektedir. Hemen hemen her sektörde ve kulvarda bir girişimde bulunması sebebiyle Elon Musk ciddi anlamda önemsenen bir kişi haline gelmiştir. Şekil 2'de görüldüğü gibi Musk, farklı sektörlerde farklı şirketlerle faaliyet göstermekte ve sıradışı fikir ve projeleri ile dünya kamuoyunun çok fazla ilgisini çekmektedir. Örneğin Tesla'nın elektrikli otomobilleri, SpaceX'in uzay çalışmaları ve Neuralink projesi kapsamında geliştirilen çipin insan beynine takılma planları şu an dünyada adından en fazla söz ettiren projelerinden birkaç tanesidir. Bu bilgiler ışığında anlaşılacağı üzere şirketlerin CEO'su olan Elon Musk'ın açıklamalarına ilgi duyulması ve etkili olması son derece doğaldır.



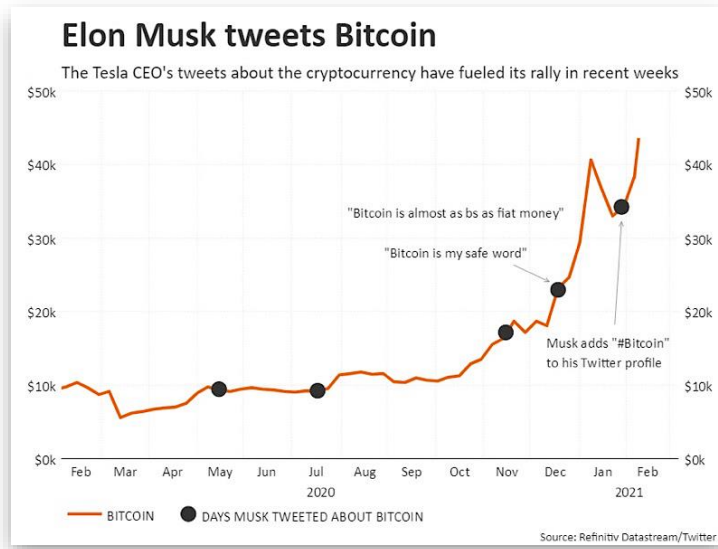
Şekil 2. Elon Musk'ın Sektöre Göre Şirketleri ve Girişimleri (2021)

Kaynak: <https://www.cbinsights.com/research/report/elon-musk-companies-disruption/>

Sosyal medyayı etkin kullanan Musk, bu sayede kendisine kat ve kat popülerlik kazandırmış ve peşinden giden kitleler oluşturmuştur. Kitleler için rehberlik eden ve referans kişi işlevi gören Musk, takipçilerin kripto para satın alma davranışlarına etki etmektedir. İki Aşamalı Akış Kuramına göre bireyler buldukları toplumun kanaat önderlerinden etkilenmektedir. Bu bakımdan toplumun gözü önünde bulunan Elon Musk gibi ünlü kişilerin de bireylerin düşünce ve davranışlarını etkileme gücüne sahip olduğu söylenebilir. Twitter’da paylaşımda bulunan kanaat önderleri “elit” kesimi temsil eden kullanıcılar olarak kabul edilmekte ve bu elit kullanıcılar sınıflandırıldığında; CNN ve New York Times gibi medya şirketleri, Amnesty International ve Yahoo! Inc. gibi büyük kuruluşlar ve FamousBloggers gibi blog’ların yanında Barack Obama ve Lady Gaga gibi ünlülerden oluşmakta olduğu görülmektedir (Wu ve diğerleri, 2011: 706-707; Dagoula, 2019: 227-228). Günümüzde en ünlü insanlar arasında yer alan Elon Musk’ın, özellikle Twitter üzerinden kripto para hakkında yapmış olduğu paylaşımlarının tüm dünyayı etkilemesi, yön vermesi, hatta manipüle etmesi söz konusudur. 6 ve 8 Şubat 2021 tarihleri arasında ABD’de 30.400 kişi üzerinde yapılan bir çalışmada bu gerçeği doğrular niteliktedir. Çalışmada katılımcıların %37’sinin Elon Musk’ın tweetlerine dayanarak en az bir kez kişisel yatırım yaptıkları, %16’sının ise Musk’ın tweetlerine göre birden fazla yatırım yaptığı belirtilmiştir (Lee, 2021). Bu veriler ışığında, Elon Musk’ın tweet içerikleri bir şekilde takipçilerin zihinlerine mesaj aktarımında bulunarak, onların kripto para satın alma alışkanlıklarını şekillendirmekte ve tüketime teşvik etmekte olduğunu söylemek mümkündür.

### 3. METODOLOJİ

Söylem, özellikle Fransız filozof Michel Foucault’nun çalışmalarıyla, iletişim ve kültür araştırmalarında önemli bir kavram haline gelmiştir. Foucault’a göre söylem, “tüm dünyayı ve insanları şekillendiren ve karşı sözler söylendiğinde dahi dışına çıkılamayan, ancak sınırları belirlenebilecek ve temeli sarsılabilecek olan düşünceler, inanışlar, yargılar, değerler, semboller, kelimeler, harfler, kurumlar, normlar ve geleneklerden oluşan ve içerisinde birçok güç ilişkilerini bulunduran devasa ve yaşayan bir organizmadır” (Akt. Baş ve Akturan, 2008: 25). Bu sebeple, özellikle etkisi büyük olan ve kanaat önderi olarak görülen kişilerin söylemlerini dijital medyadaki kullanımlarını anlamak ve incelemek önemli bir araştırma alanı haline gelmektedir (Schwartz ve Ungar, 2015: 78-79; Umunç, 2019: 45). Elon Musk’ın manipülatif bir karaktere sahip olan söylemleri kripto para piyasalarındaki fiyatlamalar üzerinde uzun zamandır ciddi anlamda etkili olmaktadır. Bu özellikle Bitcoin ve Dogecoin fiyatlarının dalgalanmalarından anlaşılmaktadır ve ne tesadüftür ki, Musk, bu iki kripto para birimi ile ilgili devamlı paylaşım yapmaktadır. Şekil 3’de gösterildiği gibi, Musk’ın Bitcoin ile ilgili tweetlerin paylaşılmasıyla özellikle 2020 yılından itibaren etkinin yükselmeye başladığı, 2021 yılında ise zirveye geldiği gözlemlenmiştir.

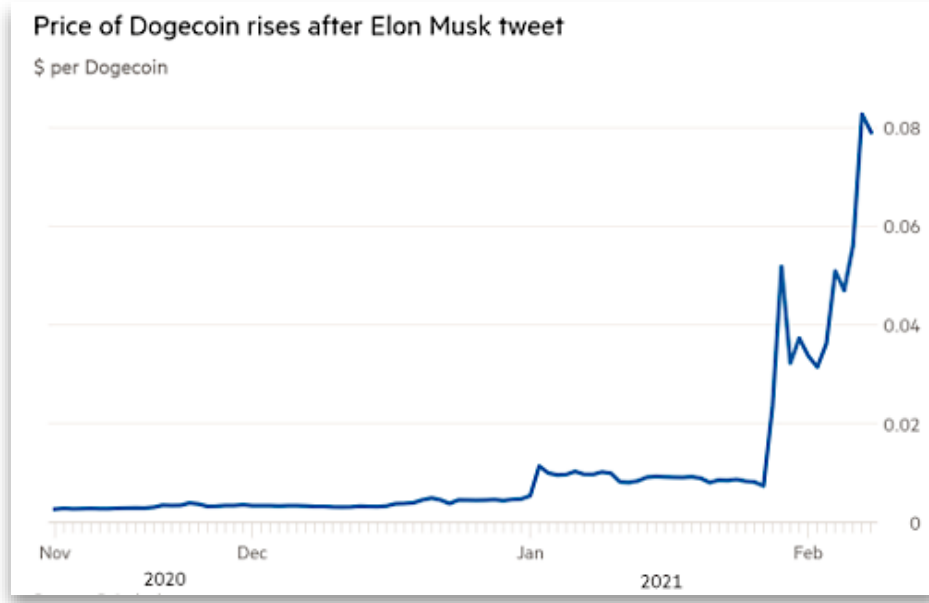


Şekil 3. Elon Musk’un tweetleri ile Bitcoin piyasalarını etkilemesi (Mayıs 2020 – Şubat 2021)

Kaynak: <https://www.reuters.com/article/us-crypto-currency-tesla-tweets-idUSKBN2A82F0>

Benzer biçimde Şekil 4’de görüldüğü gibi Dogecoin ile ilgili Twitter paylaşımlar sonrası fiyatlarda bir yükseliş yaşanmıştır. Bu sebeple, Musk’ın tweetleri kripto para piyasalarını etkilemesinden dolayı “Musk Etkisi” (“Musk Effect”) terimi geliştirilmiştir (Constanty, 2021).





Şekil 4. Elon Musk'un Twitter ile Dogecoin piyasalarını etkilemesi (Kasım 2020 – Şubat 2021)

Kaynak: <https://www.ft.com/content/92ab487d-1990-42b9-b7d3-ba9d54d9bd22>

“Musk Etkisi” kendisini özellikle 2021 yılında göstermeye başlamış olmasından dolayı bu çalışmada bu etkinin araştırılması hedeflenmiş, araştırma kapsamında 2021 yılının ilk 6 ayında atılmış olan tweetler mercek altına alınmıştır. Bu bağlamda, Elon Musk'ın kripto para ile ilgili tweetlerinin içeriklerinin ve sunum biçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu noktadan hareketle, çalışmanın örneklemini Elon Musk'ın 1 Ocak – 1 Temmuz 2021 tarihleri arasında kripto para ile ilgili yapmış olduğu Twitter paylaşımlarından oluşmaktadır. Elon Musk'ın resmi Twitter hesabı ([twitter.com/elonmusk](https://twitter.com/elonmusk)) yukarıda belirtilen tarihler arasında altı aylık süre zarfında takip edilmiştir. İlk aşamada Ocak ve Temmuz 2021 ayları arasında atılmış olan toplam 397 tweet içerik analizi ile incelenmiş ve 63 paylaşımın kripto para ile ilgili bir içeriği sahip olduğu tespit edilmiştir. İkinci aşamada ise, Elon Musk'un kripto para ile ilgili söylemlerin inşasında Twitter'ın oynadığı potansiyel rolü analiz etmek amacıyla popüler ve etkileşimi yüksek olan tweetler (beğeni, retweet, yorum) gözden geçirilmiştir. Tüm tweet içeriklerine yer vermek mümkün olmadığından arasından rastgele örnekleme yöntemi ile her ayı temsil edecek şekilde 6 tarih seçilmiş ve bu tarihte paylaşılan örnek tweetler üzerinden analiz yapılmıştır. Öte yandan bu tweetlerin kripto para piyasalara olan etkileri de araştırılmıştır.

Söylem analizin temelini Teun van Dijk'in haberleri çözümlmek için kullandığı söylem analizi şeması oluşturmaktır. Söylem analizi şeması, makro yapı ve mikro yapı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır (Van Dijk, 1988: 67-187). Van Dijk'in söylem çözümleninin haberler dışında farklı metin türlerine uygulanabilir olması özellikle yeni medyada yapılan araştırmalarda bu yöntemin tercih edilmesinin en önemli sebeplerinden birisidir (Çomu ve Halaiqa, 2015: 51). Van Dijk'in şemasından hareketle Umunç (2019), *Twitter ve Eleştirel Söylem Analizi* isimli makalesinde tweetleri çözümlmek üzere bir söylem analiz modeli önermiştir. Bu çalışmada, Twitter'e uyarlanmış söylem analizi şemasını merkeze alarak Elon Musk'ın tweetlerine uygulanmıştır. Aşağıdaki tabloda, bu çalışmanın söylem çözümlenme şablonu yer almaktadır.

Tablo 1: Twitter Söylem Analizi Uygulama Modeli

#### A) Makro Yapı

##### 1. Tematik Yapı

- Paylaşılan gönderinin metni (atılan tweet)
- Gönderinin görseli (eğer varsa tweet ile paylaşılan görsel)
- Etiket/ler (tweetler taranırken kullanılan anahtar kelimeler)

##### 2. Şematik Yapı

- Durum Tanımı
  - Tweet İçeriğinin Anlatım Dili
  - Ardalan Bilgisi (tweet içeriğinin ardındaki ideolojik, toplumsal ve sosyal kodlar)
  - Bağlam Bilgisi (tweet içerisindeki söylemin oluşmasına etken olan olay veya konu)

**B) Mikro Yapı****1. Sentaktik Çözümleme**

- a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması:  
(Sözcüklerin bir yan tümce ya da tümceciğin sonuna yerleştirilmesiyle sözcüğünün öneminin azaltılması, failin örtük hale getirilmesi. Örneğin ‘Polis göstericileri tutukladı.’ yerine ‘Göstericiler polis tarafından tutuklandı.’ denilmesi.

- b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması.

**2. Bölgesel Uyum** (Ard arda gelen cümlelerin ve cümlelerin bölümlerinin birbiri ile olan ilişkileri)

- a. Nedensel İlişki (Cümle içerisindeki nedensel bağlar)  
b. İşlevsel İlişki (Genel ifadeli bir cümlelerin açılımının bir sonraki cümlede yer alıp almadığı)  
c. Referanssal İlişki (Bir cümlede yer alan kavramla, sonraki cümle arasındaki kayıp bağların kurulması)

**3. Kelime Seçimleri**

Tweet içeriğindeki metafor, metonim, yan anlam, düz değişmece vb. unsurlar.

**4. Haber Retoriği**

- a. Fotoğraf: Fotoğraf, söylemi pekiştiren, güçlendirip destekleyen bir göreve sahiptir.  
b. İnandırıcı bilgiler  
c. Görgü tanklarının ifadeleri

Kaynak: (Umunç, 2019: 60-61)

Bu çalışmada, çözümlenmeler cümle üzerinden değil, tweetler üzerinden yapılmıştır. Çözümlemede tweetlerde Elon Musk’ın kullandığı sözcükler, emojiler ve bunun görseller ile desteklenmesi uyumuna bakılıp bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Analiz kapsamında seçilmiş altı örnek tweetin dışında öncesinde ve sonrasında atılan tweetleri de inceleyip anlam bütünlüğünün sağlanabilmesi için “büyük resme” bakılmaya odaklanılmış, 6 ay boyunca kronolojik olarak sürekli devam eden mesajlarda hakim olan söylemin ne üzerine kurulduğu irdelenmiştir.

**4. BULGULAR****4.1. Elon Musk’ın Resmi Twitter Hesap Verileri**

İncelemeye tabi tutulan Elon Musk’ın hesabı verilerin kaydedildiği güne kadar toplam atılan tweet sayısı, takipçi ve takip edilen kişi sayısı ile 1 Ocak - 1 Temmuz 2021 tarihleri arasında kripto para ile ilgili atılan tweetlerin yanıtlanma, retweet ve beğeni sayısı karşılaştırma yapılarak çalışmada analiz edilmiştir. 1 Ocak 2021 tarihinde Elon Musk’ın 41 milyonun üzerinde Twitter takipçisi bulunurken, 1 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla 57,6 milyonun üzerine takipçi sayısına yükselmiştir. Musk’ın takip ettiği kişi sayısı ise 107 kişi olarak kaydedilmiştir. Musk, verilerin toplandığı güne kadar resmi Twitter hesabından 2009 yılından bu yana 14.638 adet paylaşımda bulunmuştur. 1 Ocak ve 1 Temmuz 2021 ayları arasında atılmış olan toplam 397 tweet içerik analizi ile incelenmiş ve 63 paylaşımın kripto para ile ilgili bir içeriği sahip olduğu tespit edilmiştir. Elon Musk’ın Ocak – Temmuz 2021 tweetleri içerik analizine tabi tutularak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- ✓ Ocak ayında toplam 52 paylaşımdan kripto para ile ilgili 2 tweet paylaşılmıştır.
- ✓ Şubat ayında toplam 77 paylaşımdan kripto para ile ilgili 23 tweet paylaşılmıştır.
- ✓ Mart ayında toplam 71 paylaşımdan kripto para ile ilgili 12 tweet paylaşılmıştır.
- ✓ Nisan ayında toplam 74 paylaşımdan kripto para ile ilgili 7 tweet paylaşılmıştır.
- ✓ Mayıs ayında toplam 61 paylaşımdan kripto para ile ilgili 13 tweet paylaşılmıştır.
- ✓ Haziran ayında toplam 62 paylaşımdan kripto para ile ilgili 6 tweet paylaşılmıştır.

Yukarıdaki veriler ışığında Elon Musk’un kripto para ile ilgili söylemlerin inşasında Twitter’ın oynadığı potansiyel rolü analiz etmek amacıyla popüler ve etkileşimi yüksek olan tweetler (beğeni, retweet, yorum) arasından rastgele örnekleme yöntemi ile her ayı temsil edecek şekilde 6 tarih seçilmiş ve kripto para piyasalara olan etkileri araştırılıp söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Seçilmiş tarihlerin dışında anlam bütünlüğü bozulmaması adına diğer önemli ilgili tweetler de gerek duyulduğunda analiz kapsamına dahil edilmiştir.

**4.2.1. Elon Musk’ın 29 Ocak 2021 Tarihli Tweetin Analizi**

Elon Musk, Ocak ayında toplam 52 paylaşımdan kripto para ile ilgili sadece 2 paylaşım yapmış olmasına rağmen, bu 2 tweetin etkisi çok büyük olmuştur. Örnek olarak seçilen 29 Ocak 2021 tarihinde Elon Musk, Twitter profil açıklamasına kripto birimi Bitcoin’in etiketini (#Bitcoin) ve Bitcoin’in turuncu renkli emojisini eklemiş, aynı gün bunu neden yaptığına dair “In retrospect, it was inevitable” (Geriye dönüp

baktığımda, bu kaçınılmazdı) şeklinde bir paylaşım yapmıştır. Bu paylaşım 598.200 beğeni almış, 56.700 retweet ve 7.400 yorum yapılmıştır.



Şekil 5. Elon Musk'ın Twitter Profili ve 20 Ocak 2021 Tarihli Tweetin Ekran Görüntüsü

Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1355068728128516101>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** 29 Ocak tarihinde Elon Musk'ın Twitter biyografisine “Bitcoin” etiketi ve emojisi eklemesi 2021 yılının başında kripto para piyasasında büyük yankı uyandırmıştır. Musk'ın bu Twitter profil güncellemesiyle paylaştığı üstü kapalı tweetin ardından Bitcoin'in fiyatı kısa bir sürede %15'lik bir artışla 32.000 dolardan 38.000 doların üzerine çıkmıştır.

**Tweetin Söylem Analizi:** Elon Musk'ın “In retrospect, it was inevitable” (Geriye dönüp baktığımda, bu kaçınılmazdı) tweeti basit bir cümleden oluşmaktadır fakat cümle tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Ancak profiline sabitlemiş olduğu tek bir kelimedenden oluşan “Bitcoin” etiketi bağlamında okunduğunda farklı bir anlam kazanmaktadır. Burada bir atıf söz konusudur. Musk, bu tweetle Bitcoin'i desteklediğini ilan etmektedir. Başka bir deyişle, dünyada lider kripto para birimi olan Bitcoin'a ilgi duymak, Bitcoin'a yatırım yapmak “kaçınılmazdı” mesajı verilmektedir. Böylece Bitcoin ile ilgili daha önce yaptığı paylaşımlardan sonra sürpriz bir hamle ile devamını getirmiştir. Çünkü Twitter biyografisine Elon Musk gibi bir vizyoner sadece bir kelime ve emoji bile etiketliyorsa, bu dünya genelinde önem arz etmektedir ki Musk bunu ilk kez de yapmamaktadır. Musk daha önce 2020 yılında profiline “Dogecoin” ve şaka amaçlı “Dogecoin CEO'su” ifadelerini sabitlemiş ve dikkatleri üzerine çekmişti (Roberts, 2020). Fakat Bitcoin için daha önce böyle bir sinyal vermemiş olan Musk, bu sürpriz sayılabilecek hareketle son yıllarda sıkça tartışılan Bitcoin'i desteklediğini duyurmuş ve böylece kripto para bağlamında ciddi bir hareketi başlatmış olduğu daha sonraki aylarda da tescillenmiştir. Musk'ın Twitter profiline “Bitcoin” eklemesi ile beraber Tesla şirketinin Bitcoin satın alıp almayacağı veya kripto para birimini şirketin bilançosuna ekleyip eklemeyeceği konusunda yapılan birçok spekülasyon ardından gelmiştir. Aslında Musk'ın kripto para satın almaya teşvik eden net cümleler kurmamasına rağmen bir yerde söylemin gücü, emoji ile desteklenmiş tek kelimelik profil güncellemesi sonrası atılan tweetin kısalığında yoruma açık olmasından dolayı gizemli bir aura oluşmasına sebebiyet vermekte olup, spekülasyonlara da yol açacak şekilde bir algı oluşturmasıdır. Sonuç olarak “#bitcoin” etiketi eklemesi, Elon Musk'ın Bitcoin'a olan desteği şeklinde algılanmıştır.

#### 4.2.2. Elon Musk'ın 4 Şubat 2021 Tarihli Tweetlerinin Analizi

Elon Musk, Şubat ayında toplam 77 paylaşımından kripto para ile ilgili 23 tweet paylaşmıştır. Çalışma kapsamında 1 Ocak – 1 Temmuz 2021 tarihleri arasında atılan tweetlere bakılacak olursa, kripto para ile ilgili en çok Şubat ayında paylaşım yapmış, yoğunluklu olarak Dogecoin ile ilgili tweetler atmıştır. Musk, özellikle 4 Şubat 2021 tarihinde kripto para birimlerinden Dogecoin ile ilgili bir seri tweet paylaşmıştır. Dikkat çeken paylaşımlarından bir tanesi “ur welcome” sözcüklerinden oluşan bir tweet ve beraberinde paylaştığı görseldir. Bu paylaşım 992.800 beğeni almış, 146.800 retweet ve 19.800 yorum yapılmıştır.



Şekil 6. Elon Musk'ın 4 Şubat 2021 Tarihli Tweetin Ekran Görüntüsü  
Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1357236825589432322>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** 4 Şubat 2021 tarihli tweetlerin ardından, Musk'un desteklediği Dogecoin'in fiyatı bir saat içinde %40 oranında yükselmiş, günlük bazdaki yükseliş oranı ise %75'i aşmıştır. Böylece Musk'ın 4 Şubat'ta arka arkaya yaptığı bu paylaşımlarla Dogecoin'in değerinde ani artışlar yaşanmıştır.

**Tweetin Söylem Analizi:** Elon Musk paylaştığı görselde Disney'in kült *Aslan Kral* filminden en ikonik sahnelerinden biri gösterilmektedir. Musk, bu görseli paylaşırken "ur welcome" (bir şey değil / rica ederim) notunu eklemiştir. Musk, "You are welcome" ifadesinin kısaltmasını "ur welcome" şeklinde kullanmaktadır. Cümle ve görsel birbirinden ayrı incelendiğinde anlam vermemektedir. Beraber ele alındığında bile konuyu bilmeyen tweeti doğru anlamlandıramayabilir. Görselde 1994 yapımı *Aslan Kral* çizgi filmin en ünlü karelerinden bir tanesinde krallığın yaşlı büyücüsü maymun Rafiki, küçük aslan yavrusu Simba'yı gurur kayasının üzerinde havaya kaldırarak hayvan topluluğuna göstererek tanıtır, aşağıdaki hayvanlar sevinç içinde olurlar. Bu film sahnesi Musk tarafından fotomontajla yeniden düzenlenmiş, kendi yüzünün fotoğrafını maymunun yüzüne ve Dogecoin'in maskotu olan Shiba Inu cinsi köpeğin imgesini de aslan yavrunun yüzüne yerleştirmiştir. Böylece görselde maymunun aslanı kaldırdığı sahneye ithafen, Dogecoin'in simgesi olan Shiba Inu köpeğin Elon Musk tarafından havaya kaldırıldığı görülmektedir. Musk burada resmin retorik gücünden faydalanmaktadır. Bu görsel, söylemi pekiştiren, güçlendirip destekleyen bir göreve sahiptir. Filmdeki gurur kayası gökyüzüne doğru yükselen bir kaya olup, yüksekte konumlanmış bir tür taht işlevi görmektedir ve tüm kutsal toprakların gözetlenebilen en yüksek noktasıdır. Bu metaforu ödünç alarak Musk, Dogecoin'ü yeni doğan ve kral adayları olan bir yavru gibi dünya kamuoyu önünde havaya kaldırarak yüceltmektedir. Musk, kelimenin tam anlamıyla bunu yapmaktadır – tweetleriyle Dogecoin'ü dünya halkına tanıtır ve göklere çıkarmaktadır. Bu tweet, Musk'ın öncesinde ve sonrasında attığı tweetler bağlamında da incelemek gerekmektedir. Aynı gün Musk, bu tweetten önce aya giden bir roket fotoğrafının ardından "Doge" yazmış, (<https://twitter.com/elonmusk/status/1357229691824922633>) ve Dogecoin'in yükselişine atıfta bulunmuştur. Musk, bu tweetten sonra da Dogecoin'in "halkın kripto parası" gibi espirili ama bir o kadar da anlamlı bir söylemle Dogecoin'i gündemde tutmaya devam etmiştir (<https://twitter.com/elonmusk/status/1357241340313141249>). Bu tweetten sonra Musk, 20 Ocak 2021'de eklemiş olduğu Bitcoin etiketini profilinden silmiştir. Yaptığı bu paylaşımlar sonrasında yatırımcıları sevindiren Musk teşekkür yağmuruna tutulmuş, bu durum sonrasına kayıtsız kalmayarak "rica ederim" şeklindeki paylaşımda bulunmuştur. 6 Şubat 2021'de ise Musk'ın Twitter'da yaptığı, "Dogecoin" ve "diğer kripto para birimleri" olarak iki seçeneğe yer verdiği "Dünya'da geleceğin para birimi" anketin %71,3 ile Dogecoin ilk sırada yer almıştır (<https://twitter.com/elonmusk/status/1357914696645414913>). Bu tweetlerde Musk, Dogecoin'ü yoğun bir biçimde desteklediği ve takipçilerini bu kripto para birimini



almaya teşvik ettiği ortadadır. Genel anlamda, tweetler birbirini takip etmekte olup Şubat ayı boyunca Musk Dogecoin'a yönelik olumlu bir söylem geliştirmiştir.

#### 4.2.3. Elon Musk'ın 24 Mart 2021 Tarihli Tweetlerinin Analizi

Elon Musk, Mart ayında toplam 71 paylaşımından kripto para ile ilgili 12 paylaşım yapmıştır. 24 Mart 2021 tarihindeki tweette “You can now buy a Tesla with Bitcoin” (Artık Bitcoin ile bir Tesla satın alabilirsiniz) yazmıştır. Bu paylaşım 893.500 beğeni almış, 136.900 retweet ve 36.100 yorum yapılmıştır.



Şekil 7. Elon Musk'ın 24 Mart 2021 Tarihli Tweetlerin Ekran Görüntüsü  
Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1374617643446063105>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** Ocak 2021'de yapmış olduğu Bitcoin yatırımı ile uzun süre gündemde yer alan Musk, 24 Mart tarihli tweeti ile Bitcoin kullanılarak Tesla marka araçların satın alınabileceğini açıklaması yapmış ve bunun sonucunda Bitcoin'in fiyat yükselişini yeniden hızlandırmıştır. Tweetin paylaşımından kısa bir süre sonra Bitcoin % 3'lik bir artışla 55.000 dolar seviyesinin üstüne çıkmıştır.

**Tweetin Söylem Analizi:** Elon Musk, 24 Mart 2021 tarihli tweetinde artık Tesla şirketinin ürettiği otomobillerin ABD'de kripto para birimi Bitcoin ile satın alınabileceğini açıklamaktadır. Basit bir cümleden oluşan bu tweet, bilgi amaçlı paylaşılmıştır. Bu doğrultuda sadece Tesla ürünleri almaya yönelik değil, aynı zamanda kripto para satın almaya yönelik bir teşvik söz konusudur. Bu tweetten sonra Musk iki tweet daha paylaşmıştır. Musk, ABD dışındaki ülkelerde bu yılın sonlarında Bitcoin ile ödeme kabul edeceklerini duyurmuştur (<https://twitter.com/elonmusk/status/1374619672973221892>). Bunu takip eden son bir tweette Musk, ödemeleri kabul edebilmek için “dahili ve açık kaynaklı yazılım kullandıklarını” belirtmiştir (<https://twitter.com/elonmusk/status/1374619379929772034>). Ayrıca Tesla ödemelerinde kullanılan Bitcoin başka bir para birimine dönüştürülmeyeceğini, Bitcoin olarak kullanılacağını altını çizmiştir. Daha öncesinde Ocak ayında Tesla, 1,5 milyar dolarlık Bitcoin satın aldığını ve yakında bu kripto parayla ödeme kabul etmeye başlayabileceğini açıklamıştı. Tweetler kısa ve basit kurulmuş, emoji veya görsel paylaşılmamıştır. Netice itibarıyla son derece sade ve net bir mesaj verilmektedir ve bu mesajın gücü, Tesla ve Bitcoin'in birbiriyle ilişkilendirilmesinden kaynaklanmaktadır: Tesla otomobili gibi güçlü bir aracı artık Bitcoin gibi güçlü bir para birimi ile de satın alınabilmektedir.

#### 4.2.4. Elon Musk'ın 15 Nisan 2021 Tarihli Tweetlerinin Analizi

Nisan ayında toplam 74 paylaşımından kripto para ile ilgili 7 tweet paylaşıldığı tespit edilmiştir. 15 Nisan 2021 tarihinde Musk, “Doge Barking at the Moon” (Ay'a Havlayan Doge) sözleri ile beraber bir görsel paylaşmıştır. Bu paylaşım 334.200 beğeni almış, 49.900 retweet ve 5.178 yorum yapılmıştır.



Şekil 8. Elon Musk'ın 15 Nisan 2021 Tarihli Tweetin Ekran Görüntüsü  
Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1382552587099062272>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** Musk'ın 15 Nisan tarihli bu paylaşımı başta Dogecoin yatırımcıları olmak üzere kripto para topluluğunu heyecanlandırmış ve kripto para piyasasına ciddi anlamda etki yapmıştır. Dogecoin, Musk'ın tweetinden önce 0.16 dolar seviyesinde işlem görür iken, paylaşımından sonra 0.298 dolar seviyesine kadar çıkmış ve kripto para piyasasındaki değeri bakımından onuncu sıraya yükselmiştir. Dogecoin'un değeri böylece 15 Nisan 2021 tarih itibariyle 24 saat içinde %18, son bir haftada %130, son bir ayda %141 ve son bir senede %6888 oranında artmış ve hızlı biçimde değer kazanmıştır.

**Tweetin Söylem Analizi:** Musk, 15 Nisan 2021 tarihinde İspanyol ressam ve heykeltıraş Joan Miró'nun bir eserini paylaşarak "Doge Barking at the Moon" cümlesini kurmuştur. Musk, tweetinde orijinal ismi "Dog Barking at the Moon" (Ay'a Havlayan Köpek) olan tablonun adını Dogecoin'a gönderme yaparak "Doge" kelimesini kullanıp "Doge ay'a havlıyor" mesajını söz konusu sanat eser ile birlikte vermiştir. Sürrealist akımın öncü sanatçılarından biri olan Joan Miró, 1926 tarihli tablonun sağ üst tarafında gökyüzünde bir Ay motifi ve yerde ona bakan bir köpek figürü soyut bir biçimde resmetmiştir. Tablonun sol tarafında ise, havada kalmış izlenimi veren bir merdiven dikkat çekmektedir. Sembolik anlamda ümidi temsil eden merdiven, metaforik olarak yükselmek ve aydınlanmak anlamına gelmektedir. Bu bağlamda "ay'a çıkma" tabiri, kripto para biriminin fiyatının artacağına ve değer kazanmasına yönelik tahminleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bunun öncesinde 1 Nisan 2021 tarihinde Musk, "SpaceX, Dogecoin'i kelimenin tam anlamıyla Ay'a götürecektir" (<https://twitter.com/elonmusk/status/1377567762919292938>) şeklinde bir tweet paylaşmıştır. 15 Nisan 2021 tarihinde ise söz konusu tweetin dışında diğer iki tweette bu söylemi devam ettirmektedir. Musk, ilk tweette bir hilal, teleskop, insan ve kalp emojilerini yan yana dizip paylaşmış (<https://twitter.com/elonmusk/status/1382539825421582339>), daha sonraki tweet ise küçük bir gezegende yaşayan ve bir masal kahramanı olan "Le Petit Prince" (Küçük Prenses) yazmıştır (<https://twitter.com/elonmusk/status/1382540937700671488>). Dogecoin'in kurucu ortağı Billy Markus, "Elon Musk gibi bir müttefikinizin olması gerçekten inanılmaz. Bence Ay'a roketlerinden biriyle Dogecoin gönderse gerçekten harika olur" şeklinde bir açıklamada bulunmuştur (Murdock, 2021). Bu uzay söylemi doğrultusunda Musk, Dogecoin ve Ay arasında bir ilişki kurmakta ve böylece çitayı yükselterek hedefin dünya ötesine bir boyuta geçmek olduğunu vurgulamaktadır.

#### 4.2.5. Elon Musk'ın 12 Mayıs 2021 Tarihli Tweetin Analizi

Mayıs ayında toplam 61 paylaşımından kripto para ile ilgili 13 tweet paylaşmıştır. 12 Mayıs 2021 tarihinde Elon Musk, "Tesla & Bitcoin" sözüklerinden oluşan bir tweet paylaşmış ve altına üç paragraftan oluşan bir açıklama yapmıştır. Bu paylaşım 507.000 beğeni almış, 77.500 retweet ve 50.200 yorum yapılmıştır.



Şekil 9. Elon Musk'ın 12 Mayıs 2021 Tarihli Tweetin Ekran Görüntüsü

Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1392602041025843203>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** Elon Musk'ın Tesla'nın ödeme aracı olarak Bitcoin'i kabul etmekten vazgeçtiğini açıklaması kripto para piyasasında düşüşe neden olmuştur. Musk'ın bu tweetinden sonra daha ilk dakikalarda Bitcoin'de %5'lik bir gerileme yaşanmıştır. Böylece Bitcoin fiyatı 58.000 dolar seviyesinden 46.000 dolar kadar gerilerken, günün sonunda %12'lik bir azalışla 50.000 dolar bandına gelmiştir.

**Tweetin Söylem Analizi:** İncelenen tweet içeriği "Tesla & Bitcoin" sözcüklerinden oluşmakta olup, altında gelen uzun sayılabilecek ve üç paragraftan oluşan açıklama okunduktan sonra anlam kazanmaktadır. Musk açıklamasında Bitcoin madenciliği için fosil yakıtların ve özellikle en kötü emisyonu sahip olan kömürün hızla kullanılmasından ötürü endişe duyduğunu belirtmiş, Tesla'nın Bitcoin kullanarak araç alımlarını askıya aldığına deklare etmiştir. Bu argümanı öne sürerken kripto paranın birçok düzeyde gelecek vaat eden bir fikir olduğunu ifade etmiş, ancak bunun çevre için büyük bir bedeli de olmaması gerektiğini altını çizmiştir. Musk açıklamasını şu cümlelerle bitirmektedir: "Tesla herhangi bir Bitcoin'ini satmayacak ve Bitcoin madenciliği daha sürdürülebilir bir enerji kaynağına geçtiği anda ödemeler için tekrar Bitcoin'lerimizi kullanmaya niyetliyiz." Tweetin ardalan bilgisi çevreci bir söylem içermektedir. Dünya genelinde toplumsal bir hasasiyete dönüşen çevre sorunları Elon Musk'ın da tweetinde işaret ettiği mevzudur. Musk, şirketin ürettiği araçların Bitcoin ile satın alınabileceğini 24 Mart 2021 tarihli tweetinde duyurmuştur. Diğer yandan Musk, 12 Mayıs tarihli tweetinden bir gün önce Twitter'da bir anket yaparak Tesla'nın Dogecoin ile ödeme alıp almamasını takipçilerine sormuştur. Ankete katılanların %78.2'si evet yanıtı vermiş (<https://twitter.com/elonmusk/status/1392030108274159619>), Musk'tan anketin sona ermesinin ardından hiç beklenmeyen bu tweet paylaşımı gelmiştir. Musk, Tesla'nın Bitcoin ile ödeme almayı durdurduğunu duyurmuş, şirketin ödemelerde Bitcoin kabul etmeyi sonlandıracağı açıklamasının ardından ise başka bir kripto para birimin mi artık tercih edileceği de sorgulanmıştır. Ancak daha sonra 24 Mayıs 2021 tarihli tweetinde Musk, Bitcoin madencileriyle görüşüğünü ve yenilenebilir enerji kullanımlarını yaygınlaştırmayı taahhüt ettikleri söylemiş, bu gelişmenin ise "potansiyel olarak ümit verici" olduğunu dile getirmiştir (<https://twitter.com/elonmusk/status/1396914548167233537>). Tweetin bağlam bilgisine bakıldığında daha önce Bitcoin'u destekleyen Musk şimdi ise ortada net bir sebep veya gelişme yok iken birden çevreci nedenleri bahane edip endişe duyduğunu dile getirdiği bu açıklamasıyla şaşırtmıştır. Musk, Bitcoin madenciliği büyük miktarda elektrik enerjisi kullandığı ve bu elektriğin bir kısmı kömür gibi kirli kaynaklardan gelmekte olduğundan ötürü eleştirmektedir. Ancak bu bilgi yeni ortaya çıkmamış, aksine uzun zamandır bilinen bir gerçektir. Unutulmaması gerekir ki , Mart ayında Tesla'nın 1,5 milyar dolar değerinde Bitcoin satın aldığı da ortadadır. Uzun zamandır Musk'ın Bitcoin üzerinde pozitif etki yapan paylaşımları olduktan sonra çevrecilik söylemi bağlamındaki bu hamle oldukça dikkat çekmiştir. Bu sebeple, bu paylaşımlar kafa karıştırıcı olduğu gibi kripto para piyasalarını olumsuz yönde etkilemiştir.

#### 4.2.6. Elon Musk'ın 4 Haziran 2021 Tarihli Tweetin Analizi

Haziran ayında toplam 62 paylaşımından kripto para ile ilgili 6 tweet paylaşılmıştır. 4 Haziran 2021 tarihinde Elon Musk Bitcoin etiketi, Bitcoin emoji ve kırık kalp emojilerinden oluşan bir tweet paylaşımı yapmıştır. Bununla beraber kavga etmiş ve ayrı ayrı oturan bir çiftin görseli paylaşılmıştır. Bu paylaşım 217.600 beğeni almış, 32.500 retweet ve 58.900 yorum yapılmıştır.



**Şekil 10.** Elon Musk'ın 4 Haziran 2021 Tarihli Tweetin Ekran Görüntüsü  
Kaynak: <https://twitter.com/elonmusk/status/1400620080090730501?s=20>

**Tweetin Kripto Para Piyasasına Olan Etkisi:** Elon Musk, Bitcoin sembolüyle birlikte kırık kalp emoji paylaşmasının ardından Bitcoin fiyatında % 6'yı aşan değer kaybı yaşanmıştır. Başka bir ifadeyle, 39.000 dolara kadar yükselen Bitcoin Musk'ın bu tweeti ile 36.000 dolara kadar gerilemiştir. Musk'ın sebep olduğu bu düşüş, daha önce Bitcoin'de yarattığı düşüşlere kıyasla daha sınırlı kalmıştır.

**Tweetin Söylem Analizi:** Elon Musk, Twitter üzerinden Bitcoin etiketinin yanına kırık kalp emoji eklemiş ve bununla beraber bir fotoğraf paylaşmıştır. Fotoğrafta muhtemelen bir kavga sonrası suratları düşmüş ve koltukta ayrı oturan bir çift gösterilmektedir. Musk, fotoğrafın üstüne çiftin arasında geçen bir diyalog şeklinde oluşan bir yazıyı eklemiştir. Kadın, “Başka bir Linkin Park şarkısından alıntı yaparsan ilişkimiz biter dediğimi biliyorum ancak ben başka birini buldum” (Her: I know I said it would be over between us if you quoted another Linkin Park song but I have found someone else). Bunun üzerine erkek, “Yani sonunda önemli bile değil, öyle mi?” (Him: So, in the end it doesn't even matter?), şeklinde bir cümle kurmaktadır. Diyaloga uzaktan bakıldığında, ayrılmış olan bir çiftin arasında geçen bir konuşma gibi gözükabilir hatta tam olarak bir anlam vermeyebilir. Ancak Musk, burada Amerikalı bir rock grubu olan Linkin Park'ın meşhur “In the End” şarkısında yer alan bir cümlesine (“In the end it doesn't even matter”) atıfta bulunarak Bitcoin ile ilgili üstü kapalı bir mesaj vermektedir. Bir bütün olarak tweete bakıldığında Musk, ayrılmış bir çiftin fotoğrafının üzerine bu diyalogu, Bitcoin etiketi ve yanına kırık kalp emoji eklemesiyle Bitcoin kripto para birimini desteklemekten vazgeçtiği şeklinde yorumlanabilmektedir. Öncesinde Bitcoin'a büyük bir ilgiyle yaklaşan ancak Mayıs ayından itibaren Bitcoin'a sergilediği negatif tavrı ile duygusal gel-gitler yaşayan bir sevgiliyi temsil edercesine Musk, Bitcoin'a olan hislerini aşk ve ayrılık söylemiyle betimlemektedir. Musk, aynı fotoğraftaki çift gibi yaşanan aşk sonrası gelen ayrılık teması üzerine tweeti kurgulayarak Bitcoin'a olan aşkı sona ermesi ile ilişkisini keseceğini ima etmekte ve bu durumun sonuç olarak “önemli” olmadığını vurgulamaktadır. “Başka birini buldum” demesi de Dogecoin'a işaret etmektedir; Bitcoin'ı bırakıp, artık Dogecoin ile aşk yaşadığını ima etmektedir. Böylece Musk, Dogecoin'e karşı tutumu destekleyici nitelikte olmaya devam ederken Bitcoin'e karşı olumsuz tavrını Haziran ayında sürdürmüştür.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Elon Musk'ın sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımlarla kitleleri nasıl harekete geçirdiği ve kripto para piyasasını nasıl etkilediğini tweet örnekleri üzerinden bu çalışmada gösterilmiştir. Çalışmada ele alınan konu, dijital kanaat önderliği bağlamında Elon Musk'un Twitter üzerinden kripto para piyasasını yönlendirmesindeki rolü ve etkisi olmuştur.

Elon Musk'ın sosyal medyada yaptığı paylaşımlar, kendi şirketinin hisseleri dahil finans piyasasındaki birçok üründe sert dalgalanmalara neden olmaktadır. Elon Musk'ın tweetleri kripto para piyasasını bu denli etkilemesinden dolayı bu durumu ifade eden “*Musk Etkisi*” terimi kullanılmaktadır. Bu etki kendisini özellikle 2021 yılında göstermeye başlamış olduğundan araştırma kapsamında Ocak – Temmuz 2021 ayları arasındaki kripto para tweetleri mercek altına alınmış, içerik analizi ve söylem çözümlemesi ile iki aşamalı olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, Elon Musk'ın kripto para tweetlerinin içeriği ve sunum biçimi oldukça ilgi çekicidir. Daha çok minimalist paylaşımlar yaparak dikkatleri üzerine çekmeye başaran Musk, çoğu zaman tek kelimelik veya birkaç sözlük, bazen sadece bir emoji veya bir görselden oluşan paylaşımları ile kitleleri harekete geçirebilmektedir. Musk attığı tweetlerin zaman zaman şaka amaçlı olduğunu belirtse de takipçileri tarafından gayet ciddiye alındığını kripto para piyasalarındaki dalgalanmalarla ölçülebilmektedir.

Mesajlarıyla özellikle kripto para fiyatlaması üzerinde büyük bir etkisi olan Elon Musk'ın tweetlerinde kripto paralara olan sevdasını 2021 yılın ilk çeyreğinde Bitcoin öncülüğünde dile getirirken, ikinci çeyreğinde ise başka bir favorisi olan Dogecoin ile ilgili paylaşımları artmış olduğu araştırma kapsamında gözlemlenmiştir. Elon Musk, fiyat hareketinden tamamen sorumlu olmasa da her söyleminin kripto para piyasası üzerinde kısmi olarak etkili olmasında katkıda bulunduğu söylemek mümkündür. Sonuç itibarıyla çalışmada, Musk'ın paylaştığı herhangi bir kripto para birimini içeren veya ima eden tweetleri 2021 yılın ilk yarısında Bitcoin ve Dogecoin fiyatlarını ciddi bir farkla artırmak ve düşürmek için yeterli olduğu ve dolayısıyla kripto para fiyatlaması büyük ölçüde Musk'ın paylaşımları etrafında şekillendiği tespit edilmiştir. Örneğin Ocak 2021'de Elon Musk Twitter profil açıklamasına “#bitcoin” ekledikten kısa bir süre sonra piyasada ciddi anlamda bir hareketlilik olmuş, Bitcoin fiyatı 58.000 dolara ulaşmıştır. Ancak aynı zamanda Musk, paylaşımları sebebiyle Mayıs 2021'de Bitcoin'daki başlayan ve 30.000 dolara kadar varan düşüşün de baş mimarı olarak gösterilmiştir. Elon Musk'ın ayrıca son aylarda özellikle Dogecoin'i



beklenmedik bir şekilde destekledikten sonra Dogecoin'daki yaşanan yükseliş ise kripto para fiyatlarını ciddi anlamda etkileyebildiğine dair önemli örneklerdir.

Elon Musk, Bitcoin ve Dogecoin'ın değerini pozitif ve negatif yönde etkileyen paylaşımlarda bulduğukça güçlü bir mecra olarak sosyal medyanın birbirine zıt olan iki yönü de gözler önüne serilmektedir. Elon Musk, Twitter üzerinden bir kripto para birimine destek verdiğini ilan ederse bu fiyatları yükseltebilir. Ancak eğer bir yorum ile bir para birimini negatif bir şekilde lanse ederse, kripto para fiyatlarının düşmesine sebep de olabilir. Kripto paranın son yıllarda popülarite kazanması ve Twitter gibi sosyal medya platformlarının yüksek kullanım seviyesini dikkate aldığımızda, kanaat önderi gibi bir etkenin devreye girmesiyle sosyal medyanın nasıl önemli bir rol oynayabileceği açıkça ortadadır. Bir tweet ne kadar "iyi" veya "kötü" olursa olsun kripto para piyasasını etkileme gücüne sahiptir – hele o tweeti atan Elon Musk ise. Öte yandan, pozitif ya da negatif etkilerin bu kadar fazla olması kripto para piyasasının oldukça yeni olduğundan ötürü, kendi dengesini henüz bulmamış olmasına da bağlanabilir.

Ancak Elon Musk'ın etkisi hep bu ölçüde devam eder mi işte bu tartışmaya açık bir konudur. Bu yaşanan gelişmeler doğrultusunda, dijital kanaat önderleri hangi koşullar altında kripto para birimleri hakkında yorum yapması gerektiği sorusuna da yol açmaktadır. Tek bir tweet, kripto para piyasalarında milyon dolarlık bir artışa yol açabiliyorsa, farklı içeriği olan bir tweet de benzer bir değeri veya çok daha fazlasını bir anda silebilir ki bu da düşündürücüdür. Kanaat önderlerinin kendilerini özgürce ifade etmeleri hakları olduğu gibi aynı zamanda sınırların nerede olması gerektiği tartışmasını da beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte kripto para piyasaları benzer zorlukların olduğu geleneksel borsalara kıyasla hala nispeten hukuki açıdan düzensiz olduğu için ve mevcut sorunları çözmeye yönelik çalışmalar başlatılmış olsa da yakın gelecekte basit veya hızlı bir çözüm öngörülemediği bir gerçektir. Önümüzdeki süreçlerde kripto para piyasalarının yönünü kalıcı olarak belirleyecek yegane etken hükümetlerin, devletlerin ve siyasi otoritelerin atacağı adımlar olacağı ortadadır. Bu sebeple uzun vadede Elon Musk gibi şahsiyetlerinin tweetleri kripto para piyasa üzerindeki etkisinin sınırlı olabileceği düşünülebileceği gibi, diğer yandan da kripto para ile ilgili paylaşımlar yapıldıkça fiyatlarda yeniden yükselişlerin ve düşüşlerin olabileceği ve kripto paraya olan ilginin azalmayacağı yönünde yorum da yapılabilir.

#### KAYNAKÇA

Alpago, H. (2018). Bitcoin'den Selfcoin'e Kripto Para. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 411-428.

Alikılıç, İ & Özkan, B. (2018). Bir Sosyal Medya Pazarlama Trendi, Hatırlı Pazarlama ve Etkileyiciler: Instagram Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 49.

Anbarlı, Z. Ö. (2017). Dijital Uzamda Yaşamak: Twitter'da Gündelik Hayat. Yayınlanmamış Doktora Çalışması. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarım ve Yönetim Anabilim Dalı.

Baran, S. (2009). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. 5. Baskı. New York: McGraw-Hill.

Baş, T. & Akturan, U. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Bozkurt Yüksel, A. (2016). Elektronik Para, Sanal Para, Bitcoin ve Linden Doları'na Hukuki Bir Bakış. *Journal of Istanbul University Law Faculty*, 73 (2), 173-220.

Çakmak, V. (2018). *İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Çarkacıoğlu, A. (2016). *Kripto Para Bitcoin*. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi.

CBInsights (26 Nisan, 2021). From Energy to Transport to Healthcare, Here are 8 Industries Being Disrupted by Elon Musk And His Companies. <https://www.cbinsights.com/research/report/elon-musk-companies-disruption/>.

Çevik, M. N. (2019). Kripto Paraların Devlet Kavramına Etkileri: Güvenlik ve Hukuk Boyutu. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Milli Savunma Üniversitesi Alparslan Savunma Bilimleri Enstitüsü.

Choi, S. (2015). The Two-step Flow of Communication in Twitter-based Public Forums. *Social Science Computer Review*, 33 (6), 696-711.



- Çomu, T. & İ. Halaiqa (2014). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. M. Binark (Der.) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde (26-87). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Constanty, B. (25 Şubat, 2021). The Elon Musk Effect: The Timeless Power of Disruption and Brand Authority. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/02/25/the-elon-musk-effect-the-timeless-power-of-disruption-and-brand-authority/?sh=4f389e87ee59>.
- Dagoula, C. (2019). Mapping Political Discussions on Twitter: Where the Elites Remain Elites. *Media and Communication*, 7, 225-234.
- Duman, Ö. D. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığı: Erzurum İli Üzerine Bir İnceleme. *Yayınlanmamış Doktora Çalışması*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Durmuş, S. & Polat, M. Ş. (2018). Sanal Para Bitcoin. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (18), 659-673.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Helms, K. (29 Ocak, 2021). Elon Musk Changes Twitter Profile to Bitcoin, Tweets “It Was Inevitable” – BTC Price Skyrockets. *Bitcoin*. <https://news.bitcoin.com/elon-musk-twitter-profile-bitcoin-tweet-btc-price-skyrockets/>.
- Kahraman, A. (2019). *Türk ve Avrupa Birliği Düzenlemeleri Işığında Elektronik Para*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Kesebir, M., & Günceler, B. (2019, 1 17). Kripto Para Birimlerinin Parlak Geleceği . *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 605-625.
- Khan, M.R. (2021). A critical analysis of Elon Musk’s leadership in Tesla motors. *Journal of Global Entrepreneur Research*.
- Kırık, A. M. (2014). Arap Baharı Bağlamı’nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (3), 87-98.
- Lee, I. (9 Mart, 2021). 37% of Americans in a Recent Online Survey Say They've Made Trades Based on an Elon Musk Tweet. *Markets Insider*. <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/37-in-a-recent-survey-say-theyve-made-trades-based-on-an-elon-musk-tweet-2021-3>
- Lüders, M. (2008). Conceptualizing Personal Media. *New Media & Society*, 10 (5), 683-702. DOI: 10.1177/1461444808094352.
- Maireder, A. & Ausserhofer, J. (2014). Political Discourse on Twitter: Networking Topics, Objects and People. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (Ed.) *Twitter and Society* içinde (s. 305-318). New York: Peter Lang.
- Murdock, J. (4 Mart, 2021). Dogecoin Creator Billy Markus Wants Elon Musk to 'Literally' Send His Crypto to the Moon. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/dogecoin-creator-billy-markus-elon-musk-literally-send-cryptocurrency-moon-interview-1573815>
- Örs, M. (2018). İnternet Fenomenlerini Neden Takip Ediyoruz? Tüketici-Fenomen İlişkisini Güçlendiren Nedenlerin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi . *İşletme Araştırma Dergisi* , s. 193-194.
- Özbaş, M. Y. (2019). Elektronik Para ve Sanal Para: Bitcoin Geleceğin Para Birimi Olabilir Mi?. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 85-104. DOI: 10.33416/baybem.434712.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Özdemir, G. (2021). Kripto Paraların Eşya Niteliği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 289-306.
- Özsoy, İ. M. (2021). *Kripto Para Haczi*. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar.

- Paek, H.-J. (2005). Understanding Celebrity Endorsers in Cross-cultural Contexts: A Content Analysis of South Korean and US Newspaper Advertising. *Asian Journal of Communication*, 15 (2), 133–153. <http://doi.org/10.1080/01292980500118292>.
- Peltekoğlu, F. B. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 297.
- Polat, M. & Akbıyık, A. (2019). Sosyal Medya ve Yatırım Araçlarının Değeri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bitcoin Örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14 (1), 443-462. DOI: 10.17550/akademikincelemeler.543486.
- Roberts, J. J. (21 Aralık, 2020). Elon Musk Trolls Bitcoin, Causes Novelty Dogecoin to Soar. *Fortune*. <https://fortune.com/2020/12/21/elon-musk-bitcoin-dogecoin-tweets/>.
- Şahin, E. E. (2020). Bitcoin Fiyatına Etki Eden Faktörlerin Mars Metodu ile Belirlenmesi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 171-184.
- Schwartz, H. A. & Ungar, L. H. (2015). Data-driven Content Analysis of Social Media: A Systematic overview of Automated Methods. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 659 (1), 78-94.
- Seçilmiş, C. & Kızıltaş, M. Ç. (2020). Turizm İşletmelerinde Ödeme Yöntemi Olarak Kripto Para Kullanımının Tüketici Tercihlerine Etkisi. *KOCATEPEİİBF Dergisi*, 22 (1), 45-56.
- Sütçü, C. & Aytakin, Ç. (2018). Bitcoin ve Kripto Para ile İlgili Sosyal Medya Kullanıcılarının Girişimcilik Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8 (3), 466-488.
- Tamdoğan, F. (2019). Sosyal Medyadaki Hisse Paylaşımının Yatırımcının Alım Satım Kararları Üzerindeki Etkisi Twitter Uygulaması. *Yayımlanmamış Doktora Çalışması*. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Genel İşletme Doktora Programı.
- Türe, Altan. (2002). *Anadolu Antik Takıları*. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Ulutaş, E. (2015). Toplumsal Bir Tip: Kanaat Önderi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı, 27-28.
- Umunç, C. (2019). Twitter ve Eleştirel Söylem Analizi. H. Hülür, & C. Yaşın (Ed.). *Twitter Araştırmaları* içinde (s. 43-73). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Ünal, A. T. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (2), 49-80.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates Publication.
- Vance, A. (2015). *Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future*. New York: Harper Collins.
- Wu, S., Hofman, J. M., Winter A. M. & Watts, D. J. (2011). "Who Says What to Whom on Twitter", Proceedings of the 20th International Conference on World Wide Web, New York, s. 705-714.