

Hakikat Sonrası Çağda İdeoloji ve Söylem İlişkisi Bağlamında Kişilerarası İletişim: Twitter Örneği¹

Interpersonal Communication in the Context of the Relationship Between Ideology and Discourse in the Post-Truth Age: The Example of Twitter

Araştırma Makalesi / Research Article



**Sorumlu yazar/
Corresponding author:**
Zehra Nilgün Arkan

ORCID:
0000-0001-8991-2193

Geliş tarihi/Received:
01.06.2022

**Son revizyon teslimi/Last
revision received:**
15.11.2022

Kabul tarihi/Accepted:
16.11.2022

Yayın tarihi/Published:
10.12.2022

Atıf/Citation:
Arkan, Z. N. (2022). Hakikat sonrası çağda ideoloji ve söylem ilişkisi bağlamında kişilerarası iletişim: Twitter örneği. *İletişim ve Diplomasi*, 9, 25-48.

doi: 10.54722/
iletisimvediplomasi.1124537

Zehra Nilgün ARKAN²

ÖZ

Toplumsal ve siyasi alanda popüler bir kavram olan “hakikat sonrası”, hakikatin önemini yitirdiğini, bireylerin karar verirken ya da bir konu üzerinde kanaat getirirken doğrunun, nesnel gerçeklikler yerine duygularla, inançlarla belirlenmesidir. Bireyin iyi hissetmesi onun önceliğidir. Dolayısıyla gerçekliğin önemini yitirmesi kadar bireyin çıkarına uygun bir gerçeklik, doğruluk arayışına yönelmesi de söz konusudur. 2019 Yerel Seçimlerinde Yüksek Seçim Kurulu, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimini iptal ederek yeniden yapılmasına karar vermiştir. Seçimin iptal olmasıyla beraber toplum genelinde bir belirsizlik durumu meydana gelmiştir. Hakikat sonrası çağın koşulları altında, bir konu hakkında belirsizlik yaşandığında gerçek dışı haberlerin dolaşımı için elverişli bir ortam meydana gelmektedir. Seçimlerin iptal olduğu günden itibaren yeniden yapılan seçimlere kadar sosyal medyada çok sayıda dezenformasyon dolaşımına girmiştir. Bu çalışmada 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen yerel seçimlerin ardından tekrarlanan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimi döneminde dolaşıma giren, medya kuruluşlarının ve kullanıcıların Twitter hesaplarında paylaşılan tweetler seçilmiştir. Tweetler iki kategoride incelenecektir. Birinci kategoride Cumhuriyet Gazetesi, Tele 1 ve Halk TV haber kanalları bulunurken ikinci kategoride kullanıcıların attığı tweetler bulunmaktadır. Söz konusu tweetlerin, eleştirel söylem analizi ile çözümlenmesi yapılacaktır.

¹ Bu makale, Marmara Üniversitesi'nde Prof. Dr. Serhat Ulağlı'nın danışmanlığındaki “Hakikat Sonrası Çağda Yalan Haber Üzerinden Söylem Analizi: Twitter Örneği” adlı savunulmamış doktora tezinden üretilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kişilerarası İletişim Bilim Dalı, İstanbul, Türkiye, zehranilgunarkan@gmail.com

Dolayısıyla araştırma, ideolojilerin etkisinde kalan medya kuruluşları tarafından yapılan haberlerin tweetlerinden hareketle yerel seçim döneminde yaşanan toplumsal gerilim ortamını göstermeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hakikat sonrası, ideoloji, söylem, eleştirel söylem analizi, sosyal medya

ABSTRACT

Post-truth, which is a popular concept in the social and political field, is the determination of the truth by feelings and beliefs instead of objective realities when deciding or forming an opinion on a subject. The individual's feeling of well-being is his priority, so the reality is not only losing its significance but also tending to the search for reality and truth that is in the interest of the individual. The Supreme Election Board canceled the Istanbul elections. With the cancellation, a situation of uncertainty occurred throughout the society. Under the conditions of the post-truth era, a favorable environment for the circulation of false news arises when there is uncertainty about an issue. From the day of the cancellation, a lot of disinformation circulated on social media. In this research, tweets, which were shared on the Twitter accounts of media organizations and users were selected. In the first category, there are Cumhuriyet Newspaper, Tele 1 and Halk TV channels. In the second category, there are users' accounts. These tweets will be analyzed with critical discourse analysis. Therefore, the research aims to demonstrate the social tension atmosphere during the local election period by analyzing the tweets of the news produced by media organizations under the influence of ideologies.

Keywords: Post-truth, ideology, discourse, critical discourse analysis, social media

EXTENDED ABSTRACT

In the social media environment, information and news regarding events that concern the general public (elections, protests, natural disasters, cultural and economic problems, etc.), are distorted. In extraordinary situations like these in the post-truth era, individuals often want to be the first to report. For this reason, news is often shared without confirmation. The problem of fake news and disinformation arises at this point. Moreover, in such a period, it is possible to say that the truth loses its importance and is determined by feelings and beliefs instead of objective realities when deciding or forming an opinion on a subject. In addition, the relations between the ideology of the dominant powers and the discourse will also affect interpersonal communication.

While classical discourse analysis is based on grammatical features, critical discourse analysis analyzes discourses from an ideological, political, and cultural perspective. In van Dijk's critical discourse analysis method, news analyses are especially discussed.

In the studies of critical news analysis, it is possible to come across many news analyses made by using van Dijk's Critical discourse analysis method in general. In this research, van Dijk's Critical discourse analysis will be applied. This method regards news as a discourse rather than a genre. Along with the ideological foundations of this discourse, it also explores phenomena such as power relations, class differences, hegemony, social structure, and race. In doing so, he suggests examining discourses in the context of macro and microstructure. The microstructure consists of syntactic analysis (active or passive sentence patterns, simple or complicated), regional cohesion (local or global consistency), word choices, and news rhetoric. Elements such as headlines, news entries, main event, news sources, background and context information, comments of the parties of the event, photographs are handled within the macrostructure.

In response to the objections of the Justice and Development Party (AK Party) and the Nationalist Movement Party (MHP) to the Istanbul Metropolitan Municipality election following the 31 March 2019 Local Elections, the Supreme Election Board cancelled the Istanbul elections by a vote of 4 to 7 on the grounds that "the chairperson and members of the ballot box committee, who are not public officials, are assigned in the election". It was decided that the Istanbul Metropolitan Municipality mayoral election would be rerun on 23 June 2019. The decision was taken on 6 May 2019. After this decision, much news and fabricated information were circulated on Twitter. Taking these events into account, the dates between 6 May and 23 June 2019 were selected for the research. When literature research is undertaken, it is distinguished from other studies by the fact that, studies have been conducted on topics such as the analysis of the news published during the election period, the analysis of the news conveying the election results, the analysis of the posts shared by the candidates on Twitter, and the relationship between the media and politics. In the research, tweets shared on the Twitter accounts of the newspapers, news channels and users' accounts were selected. The research therefore had two categories. The first category consists of Cumhuriyet Newspaper, Tele 1 and Halk TV channels. The second category consists of users' accounts. Previously, disinformation had spread from parody accounts, fake accounts, or profiles owned by fake users. Later, however, official institutions and organizations also started to take part in the spread of disinformation. For this reason, disinformation spread by media organizations by selecting their Twitter accounts will be examined. These tweets will be analyzed with critical discourse analysis. Therefore, the research aims to demonstrate the social tension environment experienced during the local election period in Türkiye.

Giriş

Yeni medya, bireylerin yaşamında oldukça geniş bir yer tutmaktadır. Gündelik iletişimin akıllı kitle iletişim araçlarıyla sağlandığı günümüzde, kişilerarası iletişim yolları da buna istinaden değişiklik göstermektedir. Yüz yüze iletişimin yerini internet ve çeşitli uygulamalar (mesajlaşma, görüntülü arama veya sosyal medya platformları vb.) aracılığıyla gerçekleşen biçimlerin aldığı düşünülmektedir. Türkiye’de ve dünyada popüler sosyal medya platformlarından birisi olan Twitter da çeşitli akademik araştırmaların odak noktası olmuştur.

Bireyler, karar alma süreçlerinde rasyonel davrandıkları kadar biyolojik etkenler, geçmiş yaşantılar, çevresel uyarılar, medya, kişisel arzular çerçevesinde duygularıyla da hareket etmektedirler. Bu bağlamda algı yönetiminde duygular üzerinden bireylere mesajlar iletilerek insanların hassas oldukları konularda duygusal manipülasyona zemin hazırlanmaktadır (Göksu, 2021, s. 27). Dolayısıyla bireylerin, gerçekleri akıl yolundan ziyade duygular yoluyla algılaması ve karşısına çıkan bilgileri/haberleri doğrulamadan kendi ideolojisine göre yeniden şekillendirmesi, hatta yeniden üretmesi, hakikat sonrası dönemde karşılaşılan sonuçlardan biridir. Öte yandan bu tarzdaki tutum ve davranışlar, bireylerin arasındaki düşünce farklılığı uçurumunu da derinleştirmektedir. Toplumsal gerilim ise bu olguların etkisiyle ortaya çıkan bir başka sorundur.

Araştırmada sosyal medya platformları kategorisini Twitter ile sınırlandırarak bu mecrada karşı karşıya gelen bireylerin, hakikat sonrası çağın da etkisiyle, kişilerarası iletişimlerinin nasıl etkilendiğinin araştırılması amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmada, Twitter üzerinde dolaşıma giren yalan haberlerin eleştirel söylem analizi yöntemiyle çözümlenerek, toplumsal gerilimin boyutu ortaya konulmaya çalışılacaktır.

“Hakikat Sonrası” ve “Çıkarıcı Doğruluk” Kavramları Üzerine Tartışma

Teyit.org (2016) sitesinin Teyitpedia sayfasından alıntılanmak gerekirse post-truth kelimesinin bir sıfat olduğu ve belli bir konu üzerinde kamuoyu belirlemede nesnel gerçekliklerden daha çok duygu ve kişisel kanaatlerin ön planda olduğunu ifade ettiği görülmektedir. Bu tanımlama, “nesnel gerçeklik” ve “akıl” kavramının karşısına “duygu” kavramını getirmektedir. Post-truth kavramında da olduğu gibi, sıklıkla sosyal bilimlerde kullanılan “öteki” kavramı, bir olgunun karşısındaki ters olgu, zıddı anlamına gelmektedir. Erdoğan ve Uyan-Semerci’ye (2020, s. 86) göre, post-truth tanımı, akıl ve duygu kavramlarını karşı karşıya getirmekle beraber zıt ikilik olarak aktarmaktadır. Bu bağlamda kamuoyunun herhangi bir konuyu akılla değil duygularıyla değerlendirmesi, hakikat sonrası desteklemektedir.

Bir örnekle desteklemek gerekirse, Amerika Birleşik Devletleri’nin 45. Başkanı Donald Trump’ın, 2016 yılındaki başkanlık seçimlerinde, post-truth çağın temel olgularını



kullanarak sosyal medya ve geleneksel medyanın da yardımıyla kamuoyunu manipüle ettiği iddia edilmiştir. Dezenformasyon çalışmaları politikanın birincil gündem maddeleri arasında yer almaktadır. Seçim dönemlerinde siyasi rakipler ve hatta siyaseten rekabet içinde olan ülkeler, dijital platformları kullanarak negatif anlamda algı yönetimi çalışmaları gerçekleştirebilmektedir (Göksu, 2021, s. 28). Trump, Twitter'da paylaştığı tweetlerle rakibi olan Hillary Clinton hakkında dezenformasyon ortamı yaratmak amacıyla, kendisine zarar verebilecek her tür bilgiyi çürütmeye çalışıp, yine kendi çıkarına olmayan haberleri "fake news" (yalan haber) olarak adlandırarak basın toplantılarında ilgi çekici çıkışlar sergilemiştir. Open Democracy (2018) sitesinde Sugden'in aktardığına göre, ideolojinin yerine duygular geçmiştir. Önceden liberal dönemdeki teknokratik hükûmetler, toplumları duygulara yer vermeden yönetmeyi başarmışken Trump'ın başkanlık dönemi, gerçeğin yerini duyguların aldığı bir dönem olarak tanımlanmaktadır.

Bir diğer nokta ise Trump'ın "mainstream" (ana akım) kelimesi yerine "lamestream" kavramını kullanmasıdır. Aksak / topal anlamına gelebilen olumsuz çağrışımları nedeniyle, "Lamestream" kelimesi ana akım medya kuruluşlarına atıfta bulunurken geleneksel medyayı küçümseme rolünü üstlenmektedir. Örneğin, Minneapolis'te polis tarafından gözaltına alınırken hayatını kaybeden George Floyd vakasında, ırksal adaletsizliğe ve polis vahşetine karşı ülke çapında protestolar yapılmıştır. Bu sırada Trump, 8 Haziran 2020 tarihinde, "Lamestream Media, BÜYÜKLÜĞÜ ve benzerini gösteren, Ülkemizin rekor kıran istihdam oranları hakkında konuşmayı reddediyor." şeklinde tweet atarak medya kuruluşlarına işsizlik oranında bir düşüş olduğunu gösteren Çalışma Bakanlığı raporuna odaklanmadıkları yönünde ithamda bulunmuştur (Ryland, 2020). Ancak Trump'ın işsizlik oranındaki düşüşü ön plana çıkararak medyaya seslenmesi, zamanlama açısından adeta bu olayın üzerini örtme çabasında olduğunu düşündürmektedir. Trump, genellikle gündem hakkındaki bazı haberler itibarını zedeleyecekse derhal medyayı yalan haber yapmakla suçlamakta ve medyayı küçümsemektedir. Bu tutum, 2016 yılındaki başkanlık seçimlerinde ve daha sonrasında 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 pandemisi esnasında da gözlemlenmektedir.

2016 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık Seçimleri alevlendikçe yaşanan gerginliklere paralel olarak sosyal medyadaki içerikler de mevcut duruma ayak uydurmuştur. Partizanlık eğilimi gereği seçmenler, ana akım medyadaki haber içerikleri yerine, duymak istediklerini anlatıp iyi hissettiren içeriklere yönelmiştir. Hatta seçmenler, sosyal medyadaki kendi ideolojilerine yakın bilgi kaynakları arasından doğru veya yanlış olduğuna bakmadan istediği bilgiyi seçebilmiştir. Dolayısıyla sadece kendi görüşünden olduğu için doğru kabul ettiği bilgileri yankı fanusu içerisinde paylaşarak kendi siyasal görüşünü pekiştirmiştir. Ancak sosyal medya ortamında paylaşılan bilgilerin herhangi bir editöryal denetimden geçmeden herkese sunulması nedeniyle, partizan eğilimlerle paylaşılan bu haberlerin ne kadar güvenilir olduğu tartışmaya açıktır. Geleceklerine yön verecek kritik bir anda, seçmenlerin tam da bu kutuplaşmış ortamda oy kullanmaları dikkat çekicidir (Keyes, 2019, s. 95).

Post-truth kavramının Türkçe'ye çevirilmesinde yaşanan bazı sorunlardan söz etmek gerekirse, Oxford Learners Dictionaries'e göre, "post" kelimesi "sonra" anlamına gelen bir ön ek olup, "truth" kelimesinin Türkçe karşılığı ise "hakikat" olarak verilmektedir. Türkçe çevirisi "hakikat sonrası" olarak söylenmekle beraber, anlatmak istediği anlamı tam olarak karşılamamaktadır. Örneğin, post-modern kelimesiyle modern dönemin sonrası kastedilirken, post-truth kelimesi ile hakikatten sonraki bir dönemden bahsedilmemektedir. Bu kavram ile günümüzdeki gerçeklerin ne kadar silikleştiğinden, önemsizleşmesinden ayrıca hakikatin varlığının eskiye nazaran çok daha bulanıklaşarak ağırlığını yitirdiğinden söz edilmektedir. Mehmet Sebih Oruç'a (2020, s. 143) göre, truth kavramını Türkçe'de metafizik ve felsefi çağrışımlara sahip "hakikat" kavramıyla çevirmek de yanlıştır. "Post" ön ekini sonra olarak çevirmek sözlük anlamıyla doğru olsa da ilettiği anlam bakımından "post-truth"u bir bütün olarak anlamayı zor kılmaktadır. Zira post-truth dönemde yaşanan problem, esasında doğrulama ile ilgilidir.

Öte yandan "truth" kelimesiyle "reality" kelimesinin karıştırılmasına bağlı olarak, "gerçeklik" ile "hakikat" kavramlarının aynı anlama geliyormuş gibi kullanılması da hatalıdır. Aralarında nüanslar barındıran bu iki kavram, eş anlamlı kelimeler gibi birbirinin yerine kullanılmamalıdır.

Öncelikle gerçeklik kavramına bakılırsa, gerçekliğin bir varoluş olduğu söylenebilir. Yani gerçeklik zaten vardır; var olma durumudur; her hâlde ve her şartta var olur. Gerçekliğin bir mevcudiyeti vardır (Köktürk, 2020, s. 36). Alpay'a (2017, s. 27) göre, gerçeklik var olanın bir niteliğidir; dolayısıyla bilinçten bağımsız olarak var olan şeylere ilişkin bir niteliktir. Gerçeklik, bilgi felsefesinin, yani epistemolojinin konusu değil; varlık felsefesinin, yani ontolojinin, konusudur. Gerçekliği aramaya, araştırmaya gerek yoktur. Çünkü o zaten var olmuştur. Sonuç olarak gerçeklik bir varlıktır; varlığa işaret etmektedir.

Hakikat ise var olan konumunda olan gerçekliğin arka planını, en alt tabakadaki mevcudiyetini anlatmaktadır. Dolayısıyla hakikat, en temeldeki gerçekliktir ayrıca gerçekliğin ta kendisi ve kendinden daha geriye gidilemeyen en temel varoluş durumudur (Köktürk, 2020, s. 37). Alpay'a (2017, s. 27) göre, hakikat, doğru; hakikat olmayan ise yanlıştır. Var olan şeyler üzerinde saptamada bulunurken düşünen bir akıl olmalıdır. Eğer akıl olmazsa bir bilgiden, önermeden, kuramdan hatta herhangi bir hakikatten söz edilemez. Bu bağlamda hakikate ulaşan ya da yanlışla yolu kesişen aslında insan aklından başka bir şey değildir. Gerçeklik var olmak için insan aklına gereksinim duymazken, hakikat ortaya çıkmak için insan aklına muhtaç durumdadır. Buna istinaden insanın, gerçeklikten -var olan bir olgudan- yola çıkarak araştırma, teyit ya da sorgulama gibi yöntemler aracılığıyla aklını kullanarak ulaştığı bilgi hakikattir. Burada nesnel bilgi olan gerçeklikten ilerleyerek, aklımızla hakikate ulaşmak esastır. Doğrulanmış ya da teyit edilmiş bilgi olan hakikat hayati bir öneme sahiptir. Post-truth kavramına Türkçe karşılık önerirken araştırma kadar doğrulamanın öneminin çok büyük olduğu tekrar anlaşılmaktadır.



Post-truth, daha çok hakikati çıkarlarına göre istediği gibi eğip bükebilen birilerinin kontrolündeki ortamlarda varlığını sürdürebilir. Ortak çıkarlar doğrultusunda hareket eden grup, genellikle yeni medya kavramı olan yankı odasında, kendi görüşlerinden olmayan “öteki” hakkındaki gerçekleri “değiştirerek” yalan haber, söylenti, dedikodu, aldatmaca, manipülasyon, dezenformasyon, sahte içerik gibi sağlıklı olmayan iletişim biçimleriyle aktarma eğiliminde olur. Bu değiştirilmiş haberler sosyal medya ortamında paylaşıldığında saniyeler içinde binlerce kullanıcıya ulaşmış olur. Sosyal medya platformlarının düzeni, çalışma şekli post-truth kavramının gelişimine ve yayılmasına daha fazla olanak tanımaktadır. Sosyal medya post-truth’u, post-truth ise sosyal medyayı desteklemektedir. Şen ve Taşdelen’e (2020) göre post-truth, taraflı bir filtre balonunda ve yankı odasında, yanlış bilgi, söylenti, komplo, manipülasyon, siyasal yalanlar, uydurmalar gibi iletişim şekilleriyle beslenerek; güven eksikliği, etik dışı davranışlar, ötekileştirme, kutuplaştırma gibi bazı olumsuz kavramları ortaya çıkarabilir.

Aslında post-truth, karşıdakini manipüle etmek için veya yalan söyleyen kişinin kendi çıkarı için yalanı kullanması, doğrunun önemsiz hâle getirilmesidir ve bu çıkarlar için ortaya atılan söylemlerin -eğer duygusal olarak iyi hissettiriyorsa- teyit edilmeden, araştırılmadan doğru kabul edilmesidir. Bu bağlamda post-truth kavramına Türkçe karşılık olarak anlamını ve hatta amacını daha net bir biçimde yansıtan “Çıkarıcı Doğruluk Çağı” önerilebilir.

Foucault (1994, s. 131), “doğru”nun, bilimsel söylem biçimine ve onu üreten kurumlara odaklandığını söyler. Doğru, her zaman ekonomik ve politik kışkırtmaya tabidir. Yani doğruluk talebi, siyasi iktidarda olduğu kadar, ekonomik üretim için de gereklidir. Çeşitli biçimler altında muazzam bir yayılma gösterir ve tüketimin nesnesidir; birkaç büyük politik ve ekonomik aygıtın (üniversite, ordu, yazı, medya gibi) kontrolü altında üretilir ve aktarılır; dışlayıcı olmasa da baskındır ve son olarak bu büyük bir siyasi tartışma ve sosyal yüzleşme (ideolojik mücadeleler) meselesidir.

Burada kastedilen, yanlış bilginin çıkar için kullanılarak nesnel doğrunun önemsiz hâle gelmesi ve çıkar için bu söylemlerin doğru kabul edilmesidir. İktidara ya da bilginin akışına yön verme yetisine sahip olanlar, bilgiyi manipüle etme yetisine de sahip olur; ellerindeki siyasal ve ekonomik güçle medyayı ele geçirir. Günümüzde yeni medyanın daha popüler olmasından ötürü bu duruma özellikle sosyal medya alanında sıkça rastlanmaktadır. İktidar sahiplerinin hedefi, oluşturdukları sosyal medya düzeninde bazı sosyal medya kullanıcılarına, bot ve trol hesaplara hazırlattıkları yanlış bilgileri ve yalan haberleri paylaşmak ve sayıca fazla kullanıcı tarafından dolaşıma sokmaktır. Dolayısıyla kitlelerin doğrulanmamış bu bilgilere sosyal medya aracılığıyla doğrudan, rahatça, hızlıca ulaşmaları, kendi politik düşüncelerine yakın olan bilgilerin doğruluğunu sorgulamadan inanmalarına sebep olmaktadır. İktidar çıkarı uğruna yaydığı yanlış bilgiyi, yalan haberi kullanmaktadır. Bu bağlamda da post-truth kelimesinin Türkçe karşılığı “Çıkarıcı Doğruluk Çağı” olarak çevrilebilir.

Çıkarıcı Doğruluk Ekseninde İdeoloji ve Söylem İlişkisine Bakmak

Bireyler sosyal etkileşime girdiği ortamlarda diğer bireylerle yazılı veya sözlü kültürün oluşmasında katkıda bulunur ve bu katkıyı dil aracılığıyla yapar. Dolayısıyla dil, bir kültürün oluşmasında etkili olmasının yanı sıra bireylerin dünya görüşlerinin oluşmasında, yaşanan/deneyimlenen olayları yorumlamasında ve bunları aktarırken belli bir ideolojik perspektif kazandırmasında etkili olmaktadır. Sözcükler, aktarılan fikir ve görüşleri “temsil eden işaretlerdir ve kullanımları sırasında bir varlık/değer kazanırlar”. Bunun neticesinde toplum içinde bir yer edinmek isteyen birey, dil içinde yer alan ideolojiyi paylaşmaktadır (Talimciler, 2007, s. 486; Karaduman, 2017, ss. 34-35).

Öncelikle ideoloji kavramı, kendi çıkarlarını koruyan hegemonik iktidarların, toplum üzerindeki egemenliklerini yeniden üretebilmeleri adına hayati önemi olan meseleler üzerinde çalıştığı söylemsel alan olarak görülmektedir. Bu tanımlamadan yola çıkarak ideoloji kavramı, var olan gerçekliğin ötesinde iktidarın siyasi amaçları doğrultusunda kamuoyunu ikna etmek için yaptığı retorik bir konuşma eylemi gibi görünmektedir. Bununla birlikte söylem ve ideoloji, aynı kapsamda aynı olguyu işaret eden iki farklı kavram olarak değerlendirilebilir. Toplumun iktidar ile ilişkilerini açıklayan bir kavram olarak ideolojinin inanç ve düşünce sistemine yönelik vurgusunun iktidar sorununa göndermede bulunmaktadır. Bu bakımdan egemen sınıfın iktidarını meşrulaştırmasının ideolojik olduğu ve toplumsal bir fonksiyonu olduğu fikri oldukça yaygındır (Demircan, 2020).

van Dijk (2020), ideolojiye açıklama getirirken kavramın gerçek yapısını ve toplumsal pratikler ve söylem yönünden ilişkisini açıklayabilmek için öncelikle ideolojilerin bilişsel diğer bir deyişle zihinsel boyutuna inmek gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede inanç türleri arasındaki ayrıma bakmakta fayda vardır. İnançlar genellikle kendimizle veya başkalarıyla fiziksel veya toplumsal dünyayla ilgili olarak sınıflandırılır: toplumsal-kişisel, genel-özel, soyut-somut, karışık-basit gibi sınıflandırmalardan bahsedilmektedir. Yine benzer biçimde, inançların değerlendirici bir unsura sahip olup olmadıklarına dayanarak bilgi ve düşünceler veya bilgi ve tutumlar arasında da bir ayrım yapılmaktadır. Tutum ve fikirlerdeki bu tür değerlendirmelerin temeli olan kavramlar ve değerler gibi inançlarımız da olabilir. İdeolojiler genellikle bu türden değerlendirici bir boyuta sahiptir. Bunun dışında dil özelinde bakılırsa birey, nasıl ki toplum içinde toplumsal yani genel bir dil kullanıyorsa aynı şey ideolojiler için söylenebilmektedir. Neticede bireysel ideoloji diye bir şey yoktur. Bu bağlamda ideolojiler kişisel düşüncelerden değil toplumsal inançlardan oluşmaktadır.

Bu bağlamda ideolojiler toplumsal ve politik konularla ilgilenmektedir. Yani bir topluluğu, bir grubu ve onların varlığını ilgilendiren konular üstünde tartışılmaktadır. Örneğin çevrebilimsel ideolojilerde insan ve doğa ilişkisi, insan sağlığı, çevrenin korunması gibi önemli konular tartışılır. Sosyalist ya da komünist ideolojilerde de zengin

ile fakirlerin durumu, iktidara sahip olma, emek, servet ve kaynakların yeniden dağıtımı gibi konular tartışılır.

Sonuç olarak ideolojilerin bir grubun kimliği, toplumdaki yeri, eğilimleri ve hedefleri, başka gruplarla kurduğu ilişkiler, tartıştığı konuları yeniden üretmesi gibi bu kavrama özgü özellikleri ile ilişkili olan ve toplumsal olarak paylaşılan inançlardan oluşmaktadır (van Dijk, 2020, ss. 21-22).

Söylemi Çözümlemek: van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi

Söylem analizi; “kim nasıl konuşuyor, kim nasıl dinliyor, kim nasıl yazıyor, kim nasıl okuyor?” gibi belirsizlikleri ortaya çıkarmak isteyen sorularla araştırmaya başlamaktadır. Bunlara ek olarak, söylem analizini üç farklı boyutta tanımlamak mümkündür. İlk olarak, dilin kullanımı ile ilgilenmektedir. Dilin kullanımı, dilsel bir davranıştır. Bundan ötürü dil, bir eylemdir ve bir etkileşim formudur. İkinci olarak dilin anlama, açıklama ve anlamlandırma özellikleriyle ilgilenmektedir. Üçüncü önemli noktası ise söylem analizinin pragmatik olmasıdır. Diğer bir deyişle dili kullanan bireylerin, dille ne yaptıkları sorgulanmaktadır (Sözen, 2017).

Bu çerçevede söylem analizi yönteminde belirli bir metin türünün incelemesi veya belirli bir analiz yöntemi/pratiği yoktur denilebilir. Metnin türüne göre söz konusu metnin incelemesi hangi analiz pratiği ile nitelikli bir biçimde yapılıyorsa o yönde devam edilebilir. Bunun nedeni söylem analizinin disiplinler arası bir yöntem olmasıdır. Bu farklı bakış açılarına, farklı yöntemlere rağmen söylem analizi temelde üç ilkeye dayanmaktadır (Punch, 2011, s. 215; Güngör, 2020, s. 4):

1. Söylemin bir kuralı vardır. Bu kurala göre yönetilmektedir ve söylemin yapısı kurgulanmıştır.
2. Konuşmacılar tarafından üretilen söylemler, daha çok siyasal, kültürel, bireysel, ekonomik veya sosyal gerçeklikleri içeren söylemlerdir.
3. Bireylerin tecrübelerini söylemler yansıtır. Söylemler, bireylerin tecrübelerinden etkilenen olgular olduğundan söylem analizinin birer parçasıdır.

Eleştirel söylem analizi yaklaşımı ise bir söylemi olduğu gibi kabul etmekten ziyade söylemin içerdiği dilin ve bu dilin kullanım şeklinin ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca söylemin sahip olduğu gizli veya açık ifadelerin incelenmesidir. Bu nedenle bu söylem analizi çeşidine eleştirel denmiştir çünkü bu analizde söylem sorgulanmaktadır. Analiz yapılırken de metnin gramer ve dil bilimsel analizinin yanı sıra metnin kendi bünyesinde barındırdığı problemi ve sorunları analiz yöntemine dâhil etmektedir (Çakmak & Bilişli, 2019, s. 107; Güngör, 2020, s. 7). Karşılaşılan söylemin alt metnini okumak, eleştirel söylem analizinde önemli bir yer tutmaktadır.

Güç, egemenlik, iktidar; gündem belirlemek, bazı kurallar koymak, ortaya çıkan problemlerin değişkenlerini tanımlamak adına kullanılabilir. Eleştirel söylem analizi burada devreye girerek egemenliğin, gücün, iktidarın bu amaçlarla nasıl kullanıldığını, stratejilerin nasıl uygulamaya konduğunu ve egemen ideolojileri araştırmak için ideal bir yöntemdir (Howarth & Griggs, 2016, s. 400; Güngör, 2020, s. 6).

Eleştirel söylem analizinin diğer söylem analizlerinden ayrılan tarafı, dil bilimsel özelliklerden yola çıkarak toplumsal, sosyal, kültürel olguları aydınlatmaya çalışmasıdır. Diğer söylem analizi yöntemleri yalnızca dil bilimsel bir pratik temelinde ilerlerken; eleştirel söylem analizi, dil bilimsel analiz pratiğini de kullanarak söylemleri toplumsal, politik alan içinde incelemektir. Eleştirel söylem analizi, söylemleri “tarihsel ve toplumsal bağlamdan soyutlanmış biçimde ele alamaz” (Büyükkantarcıoğlu, 2012, ss. 166-169; Karaduman, 2017, s. 38).

Son olarak van Dijk’ın, eleştirel söylem analizi araştırma yöntemiyle haber söylemini incelerken makro ve mikro yapılar arasında analitik bir ayırımın önemine dikkat çektiğini söyleyebiliriz. van Dijk’a (2001, s. 354) göre dil kullanımı, söylem, sözlü etkileşim ve iletişim, sosyal düzenin mikro düzeyine aittir. Sosyal gruplar arasındaki güç, tahakküm ve eşitsizlik tipik olarak makro düzeyde bir analize ait terimlerdir. Bu, eleştirel söylem analizinin elbette başlı başına sosyolojik bir yapı olan mikro ve makro yaklaşımlar arasındaki iyi bilinen “boşluğu” teorik olarak kapatması gerektiği anlamına gelir (Alexander vd.,1987; Knorr-Cetina & Cicourel, 1981; van Dijk, 2001, s. 354).

Araştırmanın Amacı

Söylem, bir dil pratiği olması sebebiyle ideoloji, diyalog, anlatım, görüş, tartışma, gündelik konuşma, güç gibi eylemlerin sonucunda bu eylemlerin kurallarıyla oluşan ve dönüşen süreçtir (Sözen, 2017, ss. 18-21). Klasik söylem çözümlemesi dil bilimsel özellikler baz alınarak yapılırken eleştirel söylem analizi ise söylemleri ideolojik, siyasal, kültürel perspektifle çözümlemektedir. van Dijk’ın eleştirel söylem analizi yönteminde özellikle haber çözümlemeleri ele alınmaktadır. Bu analiz yönteminin bir parçası olan mikro analizde bölgesel uyum kısmında yer alan bilgiler doğrultusunda incelenen tweetlerin yalan haber olduğu saptanmıştır. Yalan haberlerin yapılma nedenleri arasında seçmenin dikkatini dağıtma ve seçime katılan rakipleri yıpratma amacı görülmektedir. Ayrıca incelenen tweetler iki kategoriye ayrılmıştır. Birinci kategoride Cumhuriyet Gazetesi, Tele 1 ve Halk TV haber kanalları bulunurken ikinci kategoride ise Twitter kullanıcılarının paylaştığı tweetler bulunmaktadır. Her iki kategorideki tweetler, rakip aday olarak görülen Cumhur İttifakı adayı Binali Yıldırım’ı yıpratma amacıyla dolaşıma sokulmuştur. Söz konusu tweetlerin seçilmesindeki amaç, sosyal medya ortamındaki bilgi kirliliğini gözler önüne sererken seçim dönemlerinde yaşanan toplumsal gerilime dikkat çekmektir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Google Akademik'e "31 Mart Yerel Seçimler Eleştirel Söylem Analizi" yazıldıktan sonra ortaya çıkan arama sonuçlarına göre van Dijk'ın bu metodolojisi genel olarak haber araştırmalarında, adayların Twitter kullanımını araştırmada, haber metnlerinin çözümlemesinde kullanıldığı görülmüştür. Bunlardan bazıları, Şen ve Altın (2020) tarafından yürütülen "Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi" başlıklı çalışma, Golcü ve Dağ (2021) tarafından yürütülen "Medya ve Siyaset İlişkisinin Tarihsel Bağlamında Siyasal Söylem: 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri" adlı çalışma, Cihan (2019) tarafından yürütülen "Postmodern Sansür: Haberin Çerçeveselenmesi ve 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçlarına Gazetelerin Yaklaşımı" başlıklı çalışma, Toy (2021) tarafından yürütülen "Sosyal Medyada Siyasal İletişim: 31 Mart 2019 Yerel Seçimlerinde AK Parti ve CHP'nin Twitter Kullanımı" adlı çalışma şeklinde sıralanabilir. Yapılacak olan araştırmada çalışma evreni Twitter ile sınırlandırılmıştır. Örneklem olarak 24 Mayıs 2019 tarihinde Tele 1, 11 Haziran 2019'da Halk TV, 16 Haziran 2019'da Cumhuriyet Gazetesi, 24 Mayıs 2019'da Kullanıcı 1, 11 Haziran 2019'da Kullanıcı 2 ve 16 Haziran 2019 tarihinde Kullanıcı 3 tarafından paylaşılan tweetler incelenecektir. Bu üç medya kuruluşunun ve üç kullanıcının üçer tweeti, 6 Mayıs - 23 Haziran 2019 tarihleri arasında yalan haber olduğu tescillenen ve kamuoyu tarafından yakından takip edilen bir konu olduğu için seçilmiştir. Öncelikle üç medya kuruluşunun paylaştığı tweette yer alan haberlerin çürütülmüş olduğu saptanmıştır. Ardından aynı haber başlıkları Twitter'ın gelişmiş arama özelliği kullanılarak kullanıcıların da bu haberlere inanarak haberleri paylaşıp paylaşmadığı sorgulanmıştır. Çıkan sonuçlar doğrultusunda medya kuruluşlarının paylaşımlarına söylem ve görsel kullanımı açısından en çok benzeyen kullanıcıların tweetleri seçilmiştir. Buradaki amaç kullanıcıların, medya kuruluşlarını taklit ederek haberi aynı görsel ve haber söylemiyle paylaşmış olmalarını ve en önemlisi de karşılıklarına çıkan bilgiyi teyit etmeden sosyal medyada dolaşıma sokma eylemini göstermektir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Önemi

31 Mart 2019 Yerel Seçimlerinin ardından Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)'nin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı oylaması hakkındaki itirazlarını değerlendiren Yüksek Seçim Kurulu "kamu görevlisi olmayan sandık kurulu başkan ve üyelerinin seçimde görevlendirilmesi" gerekçesiyle 4'e karşı 7 oyla İstanbul seçimlerini iptal etmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminin 23 Haziran 2019 tarihinde yeniden yapılmasına karar verilmiştir (Sözcü Gazetesi, 2019). Karar 6 Mayıs 2019 tarihinde alınmıştır. Bu kararın ardından Twitter'da birçok haber ve uydurma bilgi dolaşımı gerçekleşmiştir. Yaşanan bu olaylar dikkate alınarak araştırmada 6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri seçilmiştir.

Literatür araştırması yapıldığında seçim döneminde yayınlanan haberlerin analizi, seçim sonuçlarını aktaran haberlerin analizi, adayların Twitter'da paylaştıkları gönderilerin analizi, medya ve siyaset ilişkisi gibi konular hakkında çalışmalar yapıldığı gözlemlenmiştir. Çalışmanın diğer çalışmalardan ayrılan yönü ise gazetelerin ve haber kanallarının Twitter hesaplarında paylaşılan yalan haberlerden seçilerek incelenecek olmasıdır. Medya kuruluşlarından seçilmesi araştırmanın yeni bir perspektif kazandırması amacıyla önemlidir çünkü dezenformasyon parodi hesaplar, sahte hesaplar ya da sahte kullanıcıların sahip olduğu profillerden yayılmaktaydı. Ancak medya kuruluşları da dezenformasyonun yayılmasında yer almaya başladı. Bu nedenle medya kuruluşlarının Twitter hesapları seçilerek yaydıkları dezenformasyonlar incelenecektir.

Bulgular

6 Mayıs-23 Haziran 2019 tarihleri arasında Twitter'da dolaşıma giren haberler, eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenecektir. Cumhuriyet Gazetesi, Tele 1 televizyon kanalı ile Halk TV televizyon kanalı birinci kategoride yer alırken Kullanıcı 1, Kullanıcı 2 ve Kullanıcı 3 ise ikinci kategoride yer almaktadır.

Görsel 1: 24 Mayıs 2019 Tarihinde Tele 1 Tarafından Paylaşılan Tweet



ÖÖ 7:57 · 24 May 2019

Görsel 2: 11 Haziran 2019 Tarihinde Halk TV Tarafından Paylaşılan Tweet



Halk TV
@halktvcomtr

...

Son dakika... İmamoğlu: Bana çay getirdi diye İBB personelinin Sultanbeyli'ye sürdüler

halktv.com.tr/yerel-secim-20...



ÖS 9:21 · 11 Haz 2019 · Hootsuite Inc.

Görsel 3: 16 Haziran 2019 Tarihinde Cumhuriyet Gazetesi Tarafından Paylaşılan Tweet



Cumhuriyet
@cumhuriyetgzt

...

Yıldırım'dan büyük gaf
cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/...



ÖS 10:30 · 16 Haz 2019

Tablo 1: Birinci Kategoriye Ait Tele 1, Halk TV ve Cumhuriyet Gazetesi Tarafından Paylaşılan Tweetlerin Makro Yapısal Söylem Analizi

	Tele 1	Halk TV	Cumhuriyet Gazetesi
Başlık	CNN Türk İmamoğlu'nu yakından çeken kameramanların işine son verdi.	Son dakika... İmamoğlu: Bana çay getirdi diye İBB personelini Sultanbeyli'ye sürdüler.	Yıldırım'dan Büyük Gaf
Fotoğraf	Görselde İmamoğlu'nun elindeki pankartla yakından görüntüsü yer almaktadır.	Haber görseli olarak büyük harflerle "son dakika" yazısı kullanılmıştır.	Haberin görseli ise Binali Yıldırım'ın soruya yanıt verirken kullandığı pankarttır ve pankartın üzerinde "İzmir'de kanalizasyon..." yazısının olduğu, Binali Yıldırım'ın eliyle işaret etmesinden ötürü tam cümlelerin gözükmeyeceği ve bu yazının sadece gözükken kısmının yuvarlak içine alındığı görülmektedir.
Olayın Sunumu	Haberin başlığı ile görsel arasında uyum sağlamak açısından canlı yayın konusunun yakından görüntüsüyle haber aktarılmıştır.	Haberin sunumu sadedir. Tweette yalnızca başlık kullanılmıştır.	Haberin başlığında geçen "gaf" kelimesini desteklemesi açısından cümlelerin sadece "İzmir'de kanalizasyon..." kısmına dikkat çekilmiştir.
Ardalan/ Bağlam Bilgisi	Ekrem İmamoğlu'nun 20 Mayıs 2019 tarihinde Ahmet Hakan'ın sunduğu Tarafsız Bölge programına katılmıştır. Program esnasında sunucunun sorduğu soruya istinaden İmamoğlu'nun elinde tuttuğu pankarta yakın çekim yapılmıştır.	11 Haziran 2019 tarihinde Ekrem İmamoğlu, canlı yayında açıklamalarda bulunmuştur.	Ortak canlı yayında İsmail Küçükkaya'nın "AK Parti 25 yıldır İstanbul'u, 17 yıldır merkezi iktidarı yönetiyor; neden bu zamana kadar vaatleriniz yerine getirilmedi?" sorusu üzerine Binali Yıldırım: "25 yıldır biz İstanbul'a çok hizmet yaptık. 1994'te 14 litre su veriliyordu. Şimdi 101 litre su veriliyor kişi başı" demiştir ve görselde yer alan pankartı kullanmıştır.

Tablo 2: Birinci Kategoriye Ait Tele 1, Halk TV ve Cumhuriyet Gazetesi Tarafından Paylaşılan Tweetlerin Mikro Yapısal Söylem Analizi

	Tele 1	Halk TV	Cumhuriyet Gazetesi
Sentaktik Çözümleme	Haberin başlığı cümle formunda aktarılmıştır.	İmamoğlu'nun söylediği cümle direkt olarak aktarılmıştır.	Haber aktarılırken cümle yerine başlık tercih edildiği görülmüştür.
Bölgesel Uyum	CNN Türk, dört kameramanın görevine son verildiği iddiasını yalanlamıştır. Kanal açıklamada bulunmuştur: "Kuru-mumuz bünyesinde görev yapan kameramanlar görevlerinin başındadır." Bu bağlamda haber, nesnel ve doğru bilgiye dayanmadığından bölgesel uyumluluk sağlamamaktadır.	Haberin içeriğine bakıldığında aktarılan bilgiler arasında uyumsuzluk görülmektedir. Katılacağı ortak yayın hakkındaki soruyu yanıtlamıştır. Ardından Koç Holding'ten uçak kiralama hakkındaki iddiayı açıkladıktan sonra haber başlığındaki, "Bana çay getirdi diye İBB personelini Sultanbeyli'ye sürdü-ler." cümlesi aktarılmıştır. Bu cümle hangi soruya yanıt olarak verildiği açıkça yazılmamakla birlikte iddia hakkında kesin ve net kanıtlar sunulmamaktadır.	Haberin altında belirtilen "Ekrem İmamoğlu-Binali Yıldırım TARİHİ BULUŞMASI" ibaresi Binali Yıldırım tarafından yapılan hatanın tarihî buluşmada yapıldığını ve bu hatanın Yıldırım'a ciddi zarar vereceği ve hatta adaya oy kaybettireceği izlenimi yaratmıştır. Bu durumla ilgili istatistiksel veya bilimsel bir dayanak bulunmamaktadır, dolayısıyla bölgesel uyum yoktur.
Sözcük Seçimi	"İşine son verildi." cümlesiyle kesin ve net anlam taşıyan kelimeler seçilmiştir.	"Sürmek" kelimesi kullanılmıştır. Bu kelimeyle İBB personelinin çay getirmesi nedeniyle uzak bir ilçeye gönderildiği vurgulanmaktadır.	Seçilen "gaf" kelimesi Binali Yıldırım'ın ortak yayında İstanbul yerine İzmir verisi sunduğunu göstermek için kullanılmıştır. "Büyük" sıfatı ise yapılan gafın telafi edilemez bir hata olduğunu aktarmak üzere kullanılmıştır.
Retoriksel Öge	Tweette kanalın kameramanların İmamoğlu'nu yakından çektiği ve bu nedenle işlerine son verildiği bilgisini aktarmaktadır. Haber başlığını desteklemesi açısından tweetin görselinde yakın görüntü kullanılmıştır. İmamoğlu'nun ve tuttuğu pankartın bir kısmı yakın çekim dolayısıyla gözükmemektedir.	İBB personelinin çay getirmesi nedeniyle Sultanbeyli ilçesine gönderildiği bilgisi aktarılmaktadır. Ancak iddiayı destekleyen herhangi bir görsel kullanılmamakla birlikte haber başlığını oluşturan iddia Millet İttifakı adayının cümlesi direkt aktarılmaktadır.	Tweette Binali Yıldırım'ın Ekrem İmamoğlu'yla katıldığı ortak yayında İzmir verisi sunduğu belirtilmektedir. Bu hareket "büyük gaf" olarak adlandırılmıştır. Başlığı desteklemesi için programdan alıntılanan bir görsel paylaşılmıştır. Fotoğrafta da Yıldırım'ın tuttuğu pankarttaki "İzmir" ismi yuvarlak içine alınmıştır. Yapılan gafı vurgulamak için görselin üzerine de ayrıca büyük harflerle "BİNALİ YILDIRIM'DAN BÜYÜK GAF" yazılmıştır.

Görsel 4: 24 Mayıs 2019 Tarihinde Kullanıcı 1 Tarafından Paylaşılan Tweet

CNN Türk İmamoğlu'nu yakından çeken kameramanların işine son verdi
e-gazetem.com/cnn-turk-imamo...



ÖÖ 11:30 - 24 May 2019

Görsel 5: 11 Haziran 2019 Tarihinde Kullanıcı 2 Tarafından Paylaşılan Tweet

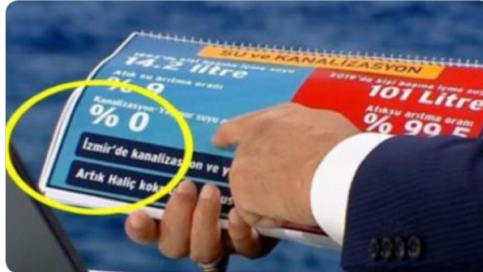
Ekrem İmamoğlu: "Bana çay getirdi diye 30 yıllık İBB personelini Sultanbeyli'ye sürdüler, inanabiliyor musunuz?"



ÖS 9:37 - 11 Haz 2019

Görsel 6: 16 Haziran 2019 Tarihinde Kullanıcı 3 Tarafından Paylaşılan Tweet

Binali Yıldırım'dan büyük gaf! Kağıtta İzmir yazıyor
Binali Yıldırım İstanbul'la ilgili konuşurken elindeki su verilerinde İzmir yazdığı görüldü.



ÖS 10:36 - 16 Haz 2019

Tablo 3: İkinci Kategoriye Ait Kullanıcı 1, Kullanıcı 2 ve Kullanıcı 3 Tarafından Paylaşılan Tweetlerin Makro Yapısal Söylem Analizi

	Kullanıcı 1	Kullanıcı 2	Kullanıcı 3
Başlık	CNN Türk İmamoğlu'nu yakından çeken kameramanların işine son verdi.	Ekrem İmamoğlu: "Bana çay getirdi diye 30 yıllık İBB personelini Sultanbeyli'ye sürdürdüler, inanabiliyor musunuz?"	Binali Yıldırım'dan büyük gaf! Kâğıtta İzmir yazıyor. Binali Yıldırım İstanbul'la ilgili konuşurken elindeki su verilerinde İzmir yazdığı görüldü.
Fotoğraf/ Video	Tweetin görselinde Ekrem İmamoğlu'nun programdaki görüntüsü kullanılmıştır. Aktarılan görsel, Tele 1 haber kanalının resmî Twitter hesabındaki görselle aynıdır.	Kullanılan görselde, Ekrem İmamoğlu'na çay ikram eden bir çaycı görülmektedir. Tweette birinci kategoride yer alan Halk TV'nin paylaştığı haberin görselinden farklı bir görsel kullanılmaktadır.	Cumhuriyet Gazetesi'nin görseliyle birebir aynı görsel kullanılmıştır. Aynı Cumhuriyet Gazetesi'nin yaptığı gibi, Binali Yıldırım'ın gösterdiği pankarttaki "İzmir" ismine dikkat çekmek amacıyla söz konusu kelime sarı daire içine alınmıştır.
Olayın Sunumu	"CNN Türk İmamoğlu'nu yakından çeken kameramanların işine son verdi." şeklinde aktarılan başlık tweetin kullanıcısının ideolojik görüşünü yansıtmaktadır. Kullanıcı burada kendi tarafından olmayan yani öteki olarak gördüğü CNN Türk haber kanalını, çalışanını işten atan bir kurum olarak göstermiştir.	Olayın sunumunda kullanılan görsel ile aktarılan bilginin uyum sağlamasına dikkat edilmiştir.	Görselle bağlantılı olarak, Cumhuriyet İttifakı adayının İstanbul'daki su ve kanalizasyon verileri hakkında konuşurken İzmir verilerini işaret ettiği ve bu hareketle büyük bir gaf yaptığı belirtilmiştir.
Ardalan/ Bağlam Bilgisi	20 Mayıs 2019 tarihinde, Tarafsız Bölge programına katılan Ekrem İmamoğlu, program esnasında sorulan soruya bir pankartla cevap vermiştir. Söz konusu pankarttaki yazıların görünmesi amacıyla pankarta yakın çekim yapılmıştır.	11 Haziran 2019 tarihinde Ekrem İmamoğlu, açıklamalarda bulunmuştur.	Canlı yayında İsmail Küçükkaya'nın "AK Parti 25 yıldır İstanbul'u, 17 yıldır merkezi iktidarı yönetiyor; neden bu zamana kadar vaatleriniz yerine getirilmedi?" sorusu üzerine Binali Yıldırım: "25 yıldır biz İstanbul'a çok hizmet yaptık. 1994'te 14 litre su veriliyordu. Şimdi 101 litre su veriliyor kişi başı" demiştir ve görselde yer alan pankartı kullanmıştır.

Tablo 4: İkinci Kategoriye Ait Kullanıcı 1, Kullanıcı 2 ve Kullanıcı 3 Tarafından Paylaşılan Tweetlerin Mikro Yapısal Söylem Analizi

	Kullanıcı 1	Kullanıcı 2	Kullanıcı 3
Sentaktik Çözümleme	Tweetin başlığı, cümle formunda yazılmıştır. Tele 1 haber kanalının Twitter hesabındaki haber başlığı birebir kullanılmıştır.	Ekrem İmamoğlu'nun işine son verilen çaycı hakkın-da söylediği cümle direkt olarak aktarılmıştır. Tweetin başlığına "30 yıllık" ifadesi eklenerek İBB personelinin kaç yıldır söz konusu kurumda çalıştığı vurgulanmıştır.	Tweetin başlığında ayrıntılı bir biçimde Binali Yıldırım'ın canlı yayında yaptığı gafı aktarmaktadır.
Bölgesel Uyum	CNN Türk, dört kameramanın görevine son verildiği iddiasının, bir açıklama yayınlayarak gerçek dışı olduğunu duyurmuştur. Kanalın yaptığı açıklamada; "Kurumumuz bünyesinde görev yapan kameramanlar görevlerinin başındadır." şeklinde net ifade edilmiştir. Bu bağlamda tweet, nesnel ve doğru bilgiye dayanmadığından bölgesel uyumluluk sağlamamaktadır.	Halk TV tarafından paylaşılan haberin içeriğine bakıldığında aktarılan bilgiler arasında uyumsuzluk görülmektedir. Ekrem İmamoğlu, Katılacağı ortak yayın hakkındaki soruyu yanıtlamıştır. Ardından Koç Holding'ten uçak kiralama hakkındaki iddiayı açıkladıktan sonra haber başlığındaki, "Bana çay getirdi diye İBB personeli ni Sultanbeyli'ye sürdüler." cümlesi aktarılmıştır. Bu cümlelerin hangi soruya yanıt olarak söylendiği açıkça yazılmamakla birlikte iddia hakkında kesin ve net kanıtlar sunulmamaktadır. Öte yandan haberin içeriğinde, Kullanıcı 2'nin aktardığı gibi Ekrem İmamoğlu, 30 yıllık İBB personelinden de bahsetmemektedir. Bu bağlamda tweet, doğru bilgilere dayanmadığından bölgesel uyumluluk sağlamamaktadır.	Ekrem İmamoğlu ve Binali Yıldırım'ın canlı yayında bir araya gelmeleri, kamuoyuna "tarihî ortak yayın" olarak lanse edilmiştir. Canlı yayında Binali Yıldırım tarafından yapılan gafın, bu tarihî buluşmada yapıldığını ve hatanın Yıldırım'a ciddi zarar vereceği ve hatta adaya oy kaybettireceği izlenimi yaratmıştır. Bu durumla ilgili açıklama için Binali Yıldırım'ın basın danışmanına Teyit.org adlı doğrulama platformu ulaşmıştır. Binali Yıldırım'ın elinde tuttuğu İzmir oranları, ayrı bir karşılaştırma yapmak amacıyla bir görsel hâlinde sunuma eklenmek istenmiştir. Ancak daha sonra Yıldırım'ın ekibi ellerindeki tüm verileri birbirinden bağımsız olarak bir araya getirmiştir. Dolayısıyla, hem Cumhuriyet Gazetesi'nin hem de Kullanıcı 3 tarafından paylaşılan tweetin doğru ve tutarlı bilgiler aktarmadığından bölgesel uyumu yoktur.
Sözcük Seçimi	Tweette kesin ve net anlam taşıyan kelimeler seçilmiştir.	"30 yıllık İBB personeli" sözcük öbeği aracılığıyla cümleye abartı bir anlam katılmıştır. Ayrıca "sürmek" kelimesi de yine abartı anlamını desteklemek amacıyla kullanılmıştır. Bu kelimeyle İBB personelinin çay getirmesi nedeniyle uzak bir ilçeye gönderildiği vurgulanmaktadır.	Tweet aktarılırken seçilen "gaf" kelimesi Binali Yıldırım'ın ortak yayında İstanbul yerine İzmir verisi sunduğunu göstermek için kullanılmıştır. Gaf kelimesi önünde kullanılan "büyük" sıfatı ise yapılan gafın telafi edilemez boyutta olduğunu aktarmak üzere kullanılmıştır.

Retoriksel Öge	<p>Bu tweetin retoriksel ögesi, Tele 1 haber kanalının paylaştığı tweet ile aynı özellikleri göstermektedir. Tweette kanalın kameramanların İmamoğlu'nu yakından çektiği ve bu nedenle işlerine son verildiği bilgisi aktarılmaktadır. Haberin başlığını desteklemesi açısından tweetin görselinde yakın görüntü kullanılmıştır. İmamoğlu'nun ve tuttuğu pankartın bir kısmı yakın çekim dolayısıyla gözükmemektedir.</p>	<p>İBB personelinin çay getirmesi nedeniyle Sultanbeyli ilçesine gönderildiği bilgisi aktarılmaktadır. Ancak iddiayı destekleyen bir görsel olarak, bir çaycının Ekrem İmamoğlu'na çay ikram etme fotoğrafı kullanılmıştır.</p> <p>Tweette iddia edilen çaycının da fotoğraftaki çaycı olduğu düşünülməsi istenmektedir.</p>	<p>Bu tweetin retoriksel ögesi, Cumhuriyet Gazetesi'nin paylaştığı tweet ile neredeyse aynı özellikleri göstermektedir. Tweette Binali Yıldırım'ın Ekrem İmamoğlu'yla katıldığı ortak yayında İzmir verisi sunduğu belirtilmektedir. Bu hareket "büyük gaf" olarak adlandırılmıştır. Başlığı desteklemesi için programdan alıntılanan bir görsel paylaşmıştır. Fotoğrafta Yıldırım'ın tuttuğu pankarttaki "İzmir" ismi, sarı daire içine alınmıştır.</p>
----------------	---	--	--

İncelenen üç medya kuruluşunun ve üç kullanıcının tweetleri, yalan haber olarak saptanmıştır. Cumhuriyet Gazetesi'nin hesabından paylaşılan tweet, Teyit.org tarafından çürütülmüştür. Tele 1 televizyon kanalının hesabından paylaşılan haberde ise dört kameramanın görevine son verildiği iddiası CNN Türk tarafından yazılı bir açıklama yapılarak yalanlanmıştır. Kanalın açıklaması şu şekildedir: "Kurumumuz bünyesinde görev yapan kameramanlar görevlerinin başındadır." Bu bağlamda haber, nesnel ve doğru bilgiye dayanmadığından yerel tutarlılık sağlamamaktadır. Bu sebeple söz konusu habere yalan haber denebilir. Son olarak Halk TV'nin hesabından paylaşılan haberin tweeti, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılan bir açıklamayla çürütülmüştür. Halk TV tarafından paylaşılan bu tweetin altına gelen yorumlardan biri, İBB Çözüm Merkezi tarafından yazılmıştır. Söz konusu yorumda, personelin sürüldüğüne dair iddaların asılsız olduğu vurgulanmakla beraber 18 gün boyunca Beylikdüzü Belediyesi personeli olan Coşkun Dilli'nin Ekrem İmamoğlu'na hizmet ettiği aktarılmıştır. Dolayısıyla İBB personelinin sürüldüğüne dair bir durum söz konusu değildir. Bu bağlamda ikinci kategoride yer alan üç kullanıcının paylaştığı tweetler ise bu çürütülen haberlerin tweetleriyle aynı olmasından ötürü, söz konusu tweetlerin de tıpkı medya kuruluşlarının tweetlerinde olduğu gibi yalan haber kategorisinde yer aldığı söylenebilir.

Tartışma ve Sonuç

Yapılan çalışmada iletişim ve medya alanında önceden yayınlanmış araştırma makaleleri tarandığında ortaya çıkan sonuçlara istinaden ağırlıklı olarak seçim döneminde sosyal medyada dolaşıma giren haberlerin veya yalan haberlerin analizi, seçimin ertesi günü sonuçları yayınlayan gazete haberlerinin söylem analizi, seçimde aday olan politikacıların Twitter kullanımlarını mercek altına alan analizler, medya ve siyaset iliş-

kisi gibi konular hakkında çalışmalar yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu araştırmada, Twitter kullanıcılarının ve medya kuruluşlarının karşılına çıkan bilgileri doğrulamadan paylaşması sonucu Twitter'da dolaşıma giren yalan haberler incelenmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde yalan haberlerin sosyal medya ortamındaki dolaşımının artmasının nedeni rakip adayları yıpratma isteğidir.

Araştırmanın örnekleme iki kategoride incelenmiştir. Birinci kategoride yer alan medya kuruluşları olan Tele 1, Halk TV haber kanalı ve Cumhuriyet Gazetesi'nin, Cumhuriyet İttifakı adayı Binali Yıldırım'ı ve Cumhuriyet İttifakı'nın seçim çalışmasını yıpratmaya yönelik haber yaptığı görülmektedir. Öte yandan Tele 1 ve Halk TV'nin sözcük seçimleri ve haber aktarımı birbiriyle benzerlik göstermektedir. Her iki kurum da direkt Cumhuriyet İttifakı adayı üzerinden bir yıpratma stratejisi benimsememiştir. Adaya yakın olduğunu düşündüğü kurumları kötü göstererek bu amaca ulaşmaya çalışmıştır. Halk TV, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nde önceki dönemde çalışan personelin hâlâ belediyede çalıştığını anımsatarak yeni dönemde seçilen belediye başkanına çay getirdiği için başka bir ilçeye gönderildiğini iddia etmiştir. Dolayısıyla AK Parti döneminden beri çalışan İstanbul Büyükşehir Belediyesi yönetimini; "işten atan, çalışanını sürgüne gönderen" olarak lanse etmek istemiştir. Tele 1 ise CNN Türk kanalının, Halk TV'nin yaptığı gibi Millet İttifakı adayını programda yakın çektiği için işten çıkardığını iddia etmiştir. Bu iddiayı ortaya atarak CNN Türk kanalının Cumhuriyet İttifakı'nı desteklediği imajını vermeyi amaçlamıştır. Cumhuriyet Gazetesi ise direkt Cumhuriyet İttifakı adayı üzerinden bir haber paylaşımı yapmıştır. Adayın elindeki pankartın net görselini paylaşmadan canlı yayında gaf yaptığını iddia ederek adayı, seçim vaatlerini açıklarken hata yapan biri olarak göstermeyi amaçlamıştır.

İkinci kategoride yer alan Kullanıcı 1, Kullanıcı 2 ve Kullanıcı 3, medya kuruluşlarında gördüğü yalan haberleri kendi profilinde paylaşmıştır. Kullanıcı 1, Tele 1 haber kanalının yayınladığı haberin birebir aynı başlık ve görselini kullanarak kendi profilindeki kitleye ulaşmaya çalışmaktadır. Kullanıcı 2 ise Halk TV tarafından paylaşılan haberi kendi profilinde paylaşırken üzerinde "son dakika" yazılı görsel yerine çay ocağından bir görsel paylaşarak aktardığı haberin görselle uyum sağlamasını istemiştir. Kullanıcı 3 ise Cumhuriyet Gazetesi'yle neredeyse aynı haber tweetini paylaşmıştır. Aralarındaki tek fark, Binali Yıldırım'ın canlı yayında yaptığı gafın ne olduğunu ayrıntılı bir biçimde tweetinin başlığında yazmasıdır. İkinci kategorideki Twitter kullanıcılarının paylaştıkları tweetler, medya kuruluşlarının tweetleridir. Dolayısıyla seçim öncesinde Cumhuriyet İttifakı adayı Binali Yıldırım'ı yıpratmaya yönelik yapılan yalan haberler, medya kuruluşlarına ek olarak kullanıcılar tarafından da paylaşılmaktadır. Kullanıcı paylaşımlarına bakıldığında bu kullanıcıların çarpıtılmış gerçeği paylaşmaları nedeniyle farklı siyasal partiler, sermaye sahipleri, medya kuruluşları, iletişim ajansları ya da örgütler tarafından desteklenebileceği ya da bu hesapların sahte olabileceği fikirleri akıllara gelmektedir. Twitter platformunda ne kadar çok sahte ve bot hesap olduğu da küresel düzeyde kabul gören bir gerçektir. Bu durum, etkileşimin sayısını arttıracığından yayılan yalan haberlerle mücadeleyi zora

sokan bir süreç olarak görülmektedir. Toplumun genelini ilgilendiren seçim dönemlerinde, bireylerin anında haber alma isteğini doğru, tarafsız ve güvenilir bir biçimde karşılama görevi medya kuruluşlarının olmuştur. Bu bağlamda, kullanıcılara yalan haberle mücadele etme yöntemleri aktarılan medya okuryazarlığı seminerlerinde, resmî medya kuruluşlarından teyit etme yöntemi de bu aktarılan yöntemlerden bir tanesini oluşturmaktadır. Ancak medya kuruluşlarının da yalan haberlerin dolaşıma girmesine olumsuz bir katkı sağladığı bu süreç, yalan haberle mücadele sürecini de zora sokmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medya algoritmalarının mikro hedeflemenin ve editöryal süreçlerin post-truth kavramını derinleştirdiği gözlemlenmektedir. Göksu'ya (2021, s. 26) göre, sosyal medya kullanımları doğrultusunda bakıldığında, kullanıcıların arkalarında bıraktıkları dijital ayak izleri; bireyleri dijital alanda teşhir etmekte ve yapay zekâ, algoritma ve güçlü yazılımlar üzerinden, kullanıcıların algıları kolaylıkla etkilenebilir ve yönetilebilir hâle gelmektedir. 2016 yılında gerçekleşen İngiltere'deki Brexit referandumu ve Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık Seçimi bu çerçevede düşünülebilir. ABD Başkanlık Seçimlerinde ve İngiltere'nin Brexit referandumu sürecinde, post-truth kavramının iletişim süreçlerinin yeni bir olgusu olarak kamuoyunun kullanımına girdiği saptanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Başkanlık Seçimleri esnasında seçim ve adaylar hakkında sosyal medyada oldukça fazla sayıda yalan haberler ve gerçeğe dayanmayan iddialar dolaşıma girmiştir. Zira seçim sonuçlarının da şaibeli olduğu söylenmiştir. Bunun nedeni sonuçların gerçeği yansıtmadığı iddialarını destekleyen önemli bir haberin dolaşıma girmesidir. BBC Türkçe'nin haberine göre Facebook, Cambridge Analytica adlı şirketin Donald Trump'ın kampanyası için çalışanlara, 50 milyon kullanıcısının bilgilerinin satıldığı ve bu bilgilerin seçim kampanyası sırasında kullandığı iddialarını incelediğini açıklamıştır. Facebook, gizlilik politikasını ihlal ettiği için Cambridge Analytica ile yollarını ayırma kararı almıştır. Fakat hem Facebook hem de Cambridge Analytica iddiaları reddetmiştir. Şirket, seçim döneminde Trump'ın kampanyasına ABD seçmenleriyle ilgili veriler sunmuştur. İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkma oylaması olan Brexit sürecinde ise sosyal medyada dolaşıma giren yalan haberlerin, seçimin sonucunu etkilediği öne sürülmüştür.

Kitle psikolojisi ile hareket etme durumunun seçim zamanlarında sıkça yaşandığı tespit edilmiştir. Haber kanalları ve gazetelerde, kendi ideolojisine karşı olan tarafı yıpratma amacıyla yapılan yalan haberler, sosyal medya ortamında dolaşıma girmektedir. Millî-manevi, ideolojik değerler üzerinden oluşturulan haberler, bireyler üzerinde güçlü etki yaratmaktadır. Hakikat sonrası olgusunun etkisiyle hazırlanmış yalan haberler ve çarpıtılmış veriler aracılığıyla bu duyguların ateşi daha çok körüklenmektedir. Karşıt görüşten fikirler tamamen dışlanmaktadır. Bu da toplumun gerilimine, birlik ve beraberlik duygusunun zarar görmesine hatta bir ülkenin birlik ve beraberlik politikasının yara almasına neden olmaktadır.



KAYNAKÇA

- Alexander, J. C., Giesen, B., Münch, R. & Smelser, N. J. (1987). *The micro-macro link*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Alpay, Y. (2017). *Yalanın siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Çakmak, F. & Bilişli, Y. (2019). İdeoloji, söylem ve iletişim çalışmalarında Ruth Wodak. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 99-124.
- Demircan, B. (2020). *Politik söylem ve iktidar: Kamusal söylemi üreten, denetleyen ve yöneten iktidar yapılar*. Ankara: Çolpan Yayınları.
- Erdoğan, E. & Uyan-Semerci, P. (2020). Hakikat sonrası tartışmaların gerçek olmayan varsayımlarını ele almak: Akıl, bilim ve demokrasi karşıtlığı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Pasajlar, Post-Truth Çağı, Doğubatu Yayınları, 2(4), 83-108.
- Fairclough, N. L. & Wodak, R. (1997). *Critical discourse analysis*. T. A. van Dijk (Ed.) içinde, *Discourse studies a multidisciplinary introduction*, Vol. 2. discourse as social interaction (258-284). London: Sage.
- Foucault, M. (1994). *Truth and power* in Michel Foucault: Power. J. D. Faubion (Ed.). 111-132, New York: New Press.
- Göksu, O. (2021). *Algı yönetimi: Geleneksel medya, siyasal iletişim ve dijital medya üçgeni üzerine*. İçinde O. Göksu (Ed.). *Algı Yönetimi* (ss. 11-36). Literatürk Yayıncılık.
- Güngör, B. (2020). Söylem yaklaşımı üzerine bir kavram çalışması ve eleştirel söylem analizi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2, 1-12.
- Howarth, D. & Griggs, S. (2016). *Discourse analysis, social constructivism, and text analysis: A critical overview, handbook of research methods and applications in political science* H. Keman & J. J. Woldendorp (Eds.). (400-419). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Hürriyet Gazetesi. (2017). Operasyon beklentisi. Retrieved from <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/operasyon-beklentisi-40592682>
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 31-46.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat sonrası çağ: Günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma*. Ankara: Delidolu Yayınları.
- Knorr-Cetina, K. & Cicourel, A. V. (1981). *Advances in social theory and methodology, towards an integration of micro and macrosociologies*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Köktürk, M. (2020). Post-truth ya da mağaraya dönüş. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Pasajlar, Post-Truth Çağı, Doğubatu Yayınları, 2(4), 35-55.

- McIntyre, L. (2019). *Hakikat-sonrası*. İstanbul: Tellekt Yayınları.
- Oruç, M. S. (2020). Postmodernite, siyasal iletişim ve doğruluk sorunu: Post-truth durum ve entelektüel zemini üzerine bir inceleme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (36), 141-160.
- Özdemir, M. (2020). Post-truth çağda ideolojik farklılıkların medya içeriklerine yansımaları: Barış Pınarı Harekâtı haberlerinin söylem analizi. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (7), 107-138.
- Özer, Ö. (2015). Teun Adrian v. Dijk'ın örneğinde eleştirel söylem çözümlemesi. İletişim Araştırmalarında Yöntemler, Konya: Literatürk Yayınları.
- Punch, K.F. (2011). *Sosyal araştırmalara giriş nitel ve nicel yaklaşımlar*. (D. Bayrak, H. B. Arslan & Z. Akyüz, Çev.), Z. Etöz (Ed.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ryland, A. (2020). Trump attacks "lamestream media" for not focusing on jobs numbers. Politicus USA. Retrieved from <https://www.politicususa.com/2020/06/08/trump-attacks-lamestream-media-for-not-focusing-on-jobs-numbers.html>
- Sözcü Gazetesi. (2019). İstanbul seçim sonuçları iptal edildi! YSK'dan çok tartışılacak karar... Retrieved from <https://www.sozcu.com.tr/2019/gundem/son-dakika-yskdan-cok-tartisilacak-karar-istanbul-secimleri-iptal-edildi-4695292/>
- Sözen, E. (2017). *Söylem: Belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite*. İstanbul: Profil Kitap.
- Sugden, E. (2018). Donald Trump and the politics of emotion. Open Democracy. Retrieved from <https://www.opendemocracy.net/en/transformation/donald-trump-and-politics-of-emotion/>
- Şen, A. F. & Taşdelen, H. (2020), Post-truth siyaset bağlamında yeni medya: 2019 yerel seçimi örneğinde bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33, 11-34.
- Talimciler, A. (2007). *Türkiye'de medya ve ideoloji ilişkisinin görün(mey)en yüzü: Futbol-magazin-reklamlar ve diziler*. Medya ve Siyaset Sempozyumu, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Teyit.org (2019). Sözlük: Yanlış bilginin en yaygın yedi türü. Retrieved from <https://teyit.org/sozluk-yanlis-bilginin-en-yaygin-7-turu>
- Teyitpedia (2016). Araştırma: Yılın kelimesi post-truth nedir? Retrieved from <https://teyit.org/yilin-ke-limesi-post-truth-nedir>.
- van Dijk, T. A. (2001). *The handbook of discourse analysis*. D. Schiffrin, D. Tannen & H. E. Hamilton (Eds.) UK: Blackwell Publishers.
- van Dijk, T. A. (2020). *Söylem ve ideoloji: Çok alanlı bir yaklaşım, söylem ve ideoloji*. (B. Çoban & Z. Özarslan, Çev.) İstanbul: Su Yayınları.

Wodak, R. (2002). *The discourse-historical approach, methods of critical discourse analysis*. R. Wodak & M. Meyer (Eds.) London: Sage Publications.

Yıldırım, E. (2018). Toplumsal yapının aynası olarak sinema: Söylem ve eleştirel söylem analiz yöntemlerine göre Ayla filminin çözümlenmesi. İNİF E-Dergi, 3(1), 234-243.

Hakem değerlendirmesi/Peer review:

Dış bağımsız/Externally peer reviewed

Çıkar çatışması/Conflict of interest:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir/The author has no conflict of interest to declare

Finansal destek/Grant support:

Yazar bu makalede finansal destek almadığını beyan etmiştir/The author declared that this article has received no financial support.

