



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

** Eski adıyla İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ Dergisi
(ISSN: 1309-1352 e-ISSN: 2149-0074)*

TEMMUZ 2024

ISSN: 2757-7252

e-ISSN: 2757-7244

CİLT: 16 - SAYI: 3

İAUD Cilt 16 Sayı 3 DOI:10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/2024.163

İletişim

<https://iaud.aydin.edu.tr/tr/2024-temmuz-cilt-16-sayi-3/>

Editör

Doç. Dr. Deniz AKBULUT

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Burcu KAVAS

<http://iaud.aydin.edu.tr>

DERGİNİN TARİHÇESİ

İAÜD, Ocak 2009 – Aralık 2020 yılları arasında “İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi” adıyla süreli akademik hakemli bir dergi olarak yayın yapmıştır. Belirtilen tarih aralığında derginin ISSN 1309-1352 | e-ISSN 2149-0074 olarak kullanılmıştır. TRDizin başvuru sürecinde derginin alanının net olarak belirgin olmamasından dolayı İstanbul Aydın Üniversitesi 12.06.2020 tarih 2020/5 toplantı ve 45379966-050.01.04 numarasıyla alınan Yayın Komisyon Kararı doğrultusunda isminin “İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi” olarak Ocak 2021 sayısı ile birlikte değiştirilmesine karar verilmiştir. Yeni isim bağlamında yeni ISSN: 2757-7252 ve yeni e-E-ISSN: 2757-7244 alınarak Sosyal Bilim alanıyla ilgili çalışmalar değerlendirilerek yayın süreci kaldığı yerden devam etmektedir.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ (İAÜD)

ISSN: 2757-7252 e-ISSN: 2757-7244

Odak ve Kapsam

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin yayın organıdır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi sadece sosyal bilimler temel alanından makaleleri kabul etmektedir. Sosyal Bilim alanındaki özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi hakemli bir dergidir ve 2009 yılından beri yayımlanmaktadır.

Sosyal bilimleri temel alan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinde (İAÜD); gazetecilik ve medya çalışmaları, görsel iletişim tasarımı, halkla ilişkiler, sinema, siyaset bilimi, iletişim çalışmaları, sosyal psikoloji, sosyoloji, dilbilimi, iletişim sosyolojisi, iletişim sistemleri, iletişim psikolojisi, iletişim tarihi, kişilerarası iletişim, kitle iletişimi, kültürlerarası iletişim, siyasal iletişim, uluslararası iletişim ve yeni iletişim teknolojileri, uygulamalı iletişim ve buna yakın sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel çalışmalar kapsamında eserler kabul edilmekte ve yayımlanmaktadır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, yılda dört defa basılı ve elektronik olarak yayınlanan hakemli ve bilimsel bir dergidir. Orijinal teorik ve/veya deneysel çalışma, çeşitli bilimsel araştırma yöntemlerinin uygulandığı makaleler kabul edilir. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi editör kurulu, ulusal ve uluslararası uzmanların değerlendirmesiyle makalelerin kabul edilmesi veya edilmemesinde yetkilidir.

İndeks ve Özet Bilgisi

DOAJ (Directory of Open Access Journals)

Academic Search Ultimate (EBSCOhost)

DERGİPARK

InfoBase INDEX

ROAD INDEX

GOOGLE SCHOLAR

CiteFactor

Asos İndeks

SOBİAD

Türk Eğitim İndeksi

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Makale Türleri

Derleme: Belli bir konuda yakın zamana kadar yapılmış bilimsel çalışmaların kapsamlı derlemesi.

Araştırma Makalesi: Özgün araştırmaları ve sonuçlarını sunan bilimsel formatta yazılmış makale.

Teorik ve Kuramsal Makaleler: İlgili bilim dalına katkı yapacak teorik düzlemde hazırlanmış makale.

Değerlendirme Süreci

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler Turnitin ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim olmak üzere yılda 4 kez yayımlanır. Dergiye belli bir sayı için makale kabul edilmemektedir. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir. Ayrıca İAÜD, Creative Commons tarafından CC-BY-NC-ND 4.0 lisanslanmıştır.

Yayın Ücreti

Dergi için herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Ayrıca kabul edilen bütün makaleler ücretsiz yayımlanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

İAÜD'ye gönderilen bilimsel yazılarda, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği ile ilişkili yönergeler, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır. İntihal, verilerde sahtecilik ya da yanıltmacılık, yayın tekrarı, bölerek yayınlama ve araştırmaya katkısı olmayan kişilerin yazarlar arasında yer alması etik kurallar dahilinde kabul edilemez uygulamalardır. Bu ve benzeri uygulamalarla ilişkili herhangi etik bir usulsüzlük durumunda gerekli yasal işlemler yapılacaktır.

a) İntihal: Başkalarının özgün fikirlerini, metotlarını, verilerini veya eserlerini bilimsel kurallara uygun biçimde atfı yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseri gibi göstermek, intihal kapsamında ele alınmaktadır. İntihalden kaçınmak için yazarlar bilimsel kurallara uygun bir şekilde atfı yapmalı ve araştırmaları içerisinde yer alan tüm bilimsel yazılara ait kaynak gösterimine dikkat etmelidirler.

b) Veride Sahtecilik: Bilimsel araştırmalarda gerçekte var olmayan ya da değişikliğe uğratılmış verileri kullanmak, veride sahtecilik kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar verilerini etik kurallar dahilinde toplayarak, süreç içerisinde geçerlik ve güvenilirliği etkileyecek bir değişikliğe maruz bırakmadan analiz etmelidirler.

c) Çarpıtma: Araştırmadan elde edilen kayıtları ya da verileri değiştirmek, araştırmada kullanılmayan cihaz veya materyalleri kullanılmış gibi göstermek, destek alınan kişi ve kuruluşların çıkarları doğrultusunda araştırma sonuçlarını değiştirmek ya da şekillendirmek, çarpıtma kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma süreci ile ilişkili verdikleri bilgilerde dürüst, objektif ve şeffaf olmalıdırlar. Etik kuralları ihlal etmekten kaçınmalıdırlar.

d) Yayın Tekrarı: Aynı yayını, yapılmış olan önceki yayınlara atfı yapmaksızın ayrı yayınlar olarak sunmak, yayın tekrarı kapsamında ele alınmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderilen yayınların daha önce başka bir yerde yayımlanması ya da değerlendirme sürecinde olması ile ilişkili sorumluluk tamamen yazarlara aittir. Yazarlar tekrardan kaçınmalı, özgün ve orijinal araştırmalarını göndermeye özen göstermelidirler.

e) Bölerek Yayınlama: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırıp birden fazla sayıda yayımlayarak bu yayınları ayrı yayınlar olarak sunmak, bölerek yayınlama kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma bütünlüğünü göz önünde bulundurmalı ve sonuçları etkileyecek bölmelerden kaçınmalıdırlar.

f) Yazarlık: Araştırmaya katkısı olmayan kişileri yazarlar arasına dâhil etmek ya da katkısı olan kişileri dâhil etmemek, haksız yazarlık kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın planlanması, tasarımı, verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, araştırmanın yayına hazırlanması ve son halinin ortaya koyulması aşamalarına tüm yazarlar yeterli düzeyde katkı sağlamış olmalıdırlar.

Etik Kurul İzni

Aşağıda yer alan araştırmalar için “Etik Kurul İzni” gerekmektedir. Makale yazarının kadrosunda yer aldığı kurumdan onaylı “Etik Kurul İzni” alınmalıdır. Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütölen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar,

Ayrıca;

- Olgu sunumlarında “Aydınlatılmış onam formu”nun alındığının belirtilmesi,
- Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğrafların kullanımı için sahiplerinden izin alınması ve belirtilmesi,
- Kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine uyulduğunun belirtilmesidir.

Bu makalelerde kesinlikle “Etik Kurul İzni” makale içinde belirtilmelidir. Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler intihal kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir. Bu rapora bağlı olarak intihal oranı en az %20’yi geçmeyecek düzeyde olan makaleler yayımlanabilir. Bunun üzerinde intihal oranı olan makaleler kesinlikle yayımlanamamaktadır. %20’nin altında intihal oranı çıkan makalelerde hakem görüşlerine bağlı olarak güncelleme talep edilebilmektedir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İAÜD, yazarların makalelerini yayınlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir.

İAÜD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin vermez. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İAÜD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan

materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar olarak haklarını nelerdir?

- Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İAÜD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:
- İAÜD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanılmasına izin vermez.
- Yayımlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağınıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz.
- Yayımlanan makaleyi İAÜD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayımlayamazsınız.

Makale Çağrısı

İAÜD, farklı alanlardan gelen akademisyen ve profesyonelleri “sosyal bilimlerle ilgili bu konulardaki farklı görüşlerini tartışmak üzere bir araya getirmeyi amaçlamaktadır.

- İAÜD'ün Ana Konuları
- Gazetecilik ve medya çalışmaları
- Görsel iletişim tasarımı
- Halkla ilişkiler
- Sinema
- Siyaset bilimi
- İletişim çalışmaları
- Sosyal psikoloji
- Sosyoloji
- Dilbilimi
- İletişim sosyolojisi
- İletişim sistemleri
- İletişim psikolojisi
- İletişim tarihi
- Kişilerarası iletişim
- Kitle iletişimi
- Kültürlerarası iletişim
- Siyasal iletişim
- Uluslararası iletişim
- Yeni iletişim teknolojileri
- Uygulamalı iletişim
- İletişim bilimleri
- Dijital kültür

- İletişim alışmaları
- Reklamcılık
- Uzaktan eğitim
- Radyo, televizyon ve sinema
- Yayın Dili
- Türkçe ve İngilizce
- Makale Gönderimi

Makaleler sadece Dergipark üzerinden kabul edilmektedir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi
İstanbul – Turkey
e-mail: iaud@aydin.edu.tr
Tel: +90212 4441428

İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi:

Prof. Dr. Mustafa AYDIN
(İstanbul Aydın Üniversitesi)
(Mütevelli Heyet Başkanı)

Yazı İşleri Müdürü

Prof. Dr. M. Reşat BAŞAR

Editör

Doç. Dr. Deniz AKBULUT

Editör Yardımcısı

Arş.Gör.Burcu KAVAS

Teknik Hazırlık

Akademik Çalışmalar
Koordinasyon Ofisi

İdari Koordinatör

Dr. Öğr. Üyesi Burak
SÖNMEZER

Türkçe Redaksiyon

Arş. Gör. Burcu KAVAS

İngilizce Redaksiyon

Behcet Özgür ÇALIŞKAN

Grafik Tasarım

Başak GÜNDÜZ

Yazışma Adresi

Florya Yerleşkesi, Beşyol Mah.
İnönü Cad. No:38
Küçükçekmece, İstanbul

Tel: 444 1 428

Faks: 0 212 425 57 59

Web: <https://iaud.aydin.edu.tr/tr/editorler-kurulu/>

Baskı

Levent Baskı Merkezi

Sertifika No: 35983

Emniyetevler Mahallesi Yeniçeri Sokak
No:6/A

4.Levent / İstanbul, Türkiye

Tel: 0212 270 80 70

E-mail: info@leventbaskimerkezi.com

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Hasan SAYGIN (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Erhan AKYAZI (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Selahattin YILDIZ (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Prof. Dr. Okan ORMANLI (Kültür Üniversitesi)

Alan Editörleri

Prof. Dr. M. Reşat BAŞAT (Güzel Sanatlar)

Dr. Öğr. Üyesi Şirin YILMAZ (Eğitim Bilimleri)

Dr. Öğr. Üyesi Jale COŞKUN (Dil Bilimleri)

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Nur ŞENGÜL (Toplum Bilimleri)

Bilimsel Hakem Kurulu

Abdullah YILDIRMAZ (Batman Üniversitesi)

Abdurrahman BENLİ (Sakarya Üniversitesi)

Abdülkadir ÜNAL (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)

Ahmet Hüsrev ÇELİK (Düzce Üniversitesi)

Anıl Zekiye GÖKER (Doğuş Üniversitesi)

Aşlı GÜNAY (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)

Aşlı YAPAR GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)

Aşkın İnci SÖKMEN ALACA (Arel Üniversitesi)

Ayben KOY (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Ayfer GENÇ YILMAZ (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Aysu UĞURLAR (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Ayşe Banu BIÇAKÇI (İzmir Ekonomi Üniversitesi)

Ayşe Çiğdem KOCAMAN (Nişantaşı Üniversitesi)

Ayşe Gülce UYGUN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Barış ERİÇOK (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Baybarshan Ali KAZANCI (Kırıkkale Üniversitesi)
Bengi BEZİRGAN TANIŞ (Nişantaşı Üniversitesi)
Bekir Tahir TAHİROĞLU (Çukurova Üniversitesi)
Bilal ÜSTÜN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Bilge ÇAĞATAY (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Bilge ÇAKIR (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)
Binnur GÜRÜL (Gelişim Üniversitesi)
Buket AKDEMİR DİLEK (Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
Burhan KILIÇ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Bülent BİNGÖL (KTO Karatay Üniversitesi)
Canan ARSLAN (Doğuş Üniversitesi)
Cantürk ÖZ (Nişantaşı Üniversitesi)
Celal GÜLŞEN (Beykent Üniversitesi)
Cenk TAN (Pamukkale Üniversitesi)
Ceren AVCİL (Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi)
Cihan BECAN (Üsküdar Üniversitesi)
Cihat KÖKSAL (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Çağla KAYA İLHAN (İstanbul Gelişim Üniversitesi)
Çağrı ÇOLAK (Trabzon Üniversitesi)
Defne DURSUN (Atatürk Üniversitesi)
Demet AKARÇAY ULUTAŞ (KTO Karatay Üniversitesi)
Derya ÇEVİK TAŞDEMİR (Gaziantep Üniversitesi)
Dilek ÇINAR (İstanbul Ayvansaray Üniversitesi)
Dilek ÜNÜGÜR ÇALIŞKAN (Anadolu Üniversitesi)
Dinçer ATLI (Üsküdar Üniversitesi)
Dursun YILMAZ (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)
Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ (Arel Üniversitesi)
Emel TOZLU ÖZÇAY (Gelişim Üniversitesi)
Emine Eser GEGEZ (Bilgi Üniversitesi)
Eray AKTEPE (Kastamonu Üniversitesi)
Erhan GÜLCAN (Mersin Üniversitesi)
Erhan ALABAY (Sağlık Bilimleri Üniversitesi)
Esra BOZKANAT (Kırklareli Üniversitesi)
Fatma AYKANAT (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi)
Fatma Betül ŞENOL (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Fatma Ecem CEYLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Fatma Esra ÖZTÜRK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Fatma Nazlı KÖKSAL (Yeditepe Üniversitesi)
Fatma Sema GÜRKAN (Toros Üniversitesi)
Ferdî BAHADIR (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)
Feridun NİZAM (Fırat Üniversitesi)
Feryade TOKAN ŞENOL (Yeditepe Üniversitesi)
Feyza GÖREZ (Erciyes Üniversitesi)
Fırat SAYICI (İstanbul Esenyurt Üniversitesi)
Filiz BİLGİN ÜLKEN (Mersin Üniversitesi)

Funda ÖZŞENER (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Gonca YILDIRIM (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Gökay KARADUMAN (Ardahan Üniversitesi)
Göksel BASMACI (Arel Üniversitesi)
Gözde SUNAL (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Gözde ÖYMEN (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Gözde YETMEN (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Gül Aslı AKSU (Kastamonu Üniversitesi)
Gül Esra ATALAY (Üsküdar Üniversitesi)
Gülsün BOZKURT (Nişantaşı Üniversitesi)
Gülşah AYDIN (Yeditepe Üniversitesi)
Güzel SADYKOVA (Kastamonu Üniversitesi)
Hakan BAKAR (İğdır Üniversitesi)
Hakan YAŞ (Trakya Üniversitesi)
Halil YILMAZ (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Hami Onur BİNGÖL (Dumlupınar Üniversitesi)
Hamit Murat ÖZCAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Hande TASA (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Hande ÖZGEN (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Hayri CENGİZ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Hicabi ERSOY (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Hilal ÖZTAY ÇAĞAN (Kastamonu Üniversitesi)
Jale COŞKUN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Irmak BAYBURTLU (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
İlker YAMAN (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)
İsmail Cem AY (Gelişim Üniversitesi)
Kağan Cem MIZRAK (Uşak Üniversitesi)
Kübra KANGÜLEÇ COŞKUN (TOBB Ekonomi Üniversitesi)
Mehmet Ali BAHAR (Erciyes Üniversitesi)
Mehmet Cem OĞULTÜRK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Mehmet Hanefi TOPAL (Kırklareli Üniversitesi)
Mehmet Zeki İLGAR (Biruni Üniversitesi)
Melek İPEK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Melike Saba AKIM (Gelişim Üniversitesi)
Mert Can ATAR (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Metin Enes DÖNMEZ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Muhammed Fatih CANBAZ (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Muhammed Hüseyin MERCAN (Marmara Üniversitesi)
Murat ÇİFTÇİ (Trakya Üniversitesi)
Murat POLAT (Muş Alparslan Üniversitesi)
Musa KESKİN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Mustafa CebraİL SADAKAOĞLU (Haliç Üniversitesi)
Mustafa Sami MENCET (Akdeniz Üniversitesi)
Murat KIRKAĞAÇ (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Müge İRFANOĞLU (Doğuş Üniversitesi)
Nazar BAL (Gelişim Üniversitesi)
Necmiye Tülin İRGE (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Nedime Tuba YUSUFOĞLU (Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)
Nursen GEYİK DEĞERLİ (Nişantaşı Üniversitesi)
Nurullah SELÇUK (Adıyaman Üniversitesi)
Nur Emine KOÇ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Okan ORMANLI (İstanbul Kültür Üniversitesi)
Osman KARACAN (Kastamonu Üniversitesi)
Ozan OTAN (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Ömer ATABEYOĞLU (Ordu Üniversitesi)
Ömer OSMANOĞLU (Üsküdar Üniversitesi)
Ömer TAŞGETİREN (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi)
Öner GÜMÜŞ (Dumlupınar Üniversitesi)
Özge ÖZKÖK ŞİŞMAN (İstanbul Kültür Üniversitesi)
Özlem GÖK (Erciyes Üniversitesi)
Özlem TEKDEMİR DÖKEROĞLU (KTO Karatay Üniversitesi)
Pınar AYYILDIZ (Ankara Medipol Üniversitesi)
Pınar KARABABA DEMİRCAN (Beykent Üniversitesi)
Ruken ÖZGÜL KILANÇ (İstanbul Kent Üniversitesi)
Sadettin GÜLTEKİN (Giresun Üniversitesi)
Sarp BAĞCAN (İstanbul Gelişim Üniversitesi)
Sefa ÇELİKSAP (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Selahattin AYDIN (İstanbul Kent Üniversitesi)
Selin KİRAZ DEMİR (Amasya Üniversitesi)
Semra DEMİRDİŞ (Çankırı Karatekin Üniversitesi)
Sena COŞKUN (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Serdar Kuzey YILDIZ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Serenay ÇALIŞ (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Sergender SEZER (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Serkan AKGÜN (İstanbul Kent Üniversitesi)
Serkan KONYA (Artvin Çoruh Üniversitesi)
Sertaç KAYA (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Seyfi KILIÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Sıtkı SÖNMEZER (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Şaha BAYGÜL ÖZPINAR (Üsküdar Üniversitesi)
Şebnem GÜLDAL (Yakın Doğu Üniversitesi)
Şerife GÖÇER (Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)
Timuçin Buğra EDMAN (Düzce Üniversitesi)
Tolga BARIŞIK (İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi)
Tuba BATU (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Tuba KINAY GÖR (Sinop Üniversitesi)
Umut BEDİR (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Vahit Ferhan BENLİ (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Veli BOZTEPE (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Vildan IŞIK (Düzce Üniversitesi)
Volkan KILIÇ (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)
Yıldız Derya BİRİNCİOĞLU (Üsküdar Üniversitesi)

İSTANBUL AYDIN UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (İAÜD)

ISSN: 2757-7252 e-ISSN: 2757-7244

History of IAUD

IAUD, published as a peer-reviewed periodical academic journal under the name of “Journal of Istanbul Aydın University” between January 2009 - December 2020. ISSN 1309-1352 | e-ISSN 2149-0074 are used between the specified dates. Because the field of the journal was not clearly apparent in the TRDizin application process, in accordance with 12.06.2020 date, 2020/5 meeting and 45379966-050.01.04 numbered decision of Istanbul Aydın University Publishing Commission, it is decided upon that its name will be changed to “Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences” as from the January 2021 issue. Within the context of the new name, by receiving new ISSN: 2757-7252 and new e-ISSN: 2757-7244 the journal will resume its publication process by evaluating studies in the Social Sciences field.

Focus and Scope

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences aims to open up to the world under the guidance of science, reach the society it is in, and to publish scientific articles of the essence in accordance with international publishing principles in order to lead their changing and developing demands. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is an Istanbul Aydın University publication. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences accepts articles in the field of social sciences. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is a peer-reviewed periodical publication and has been published since 2009.

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences (IAUD) is based on social sciences and scientific researches in journalism and media studies, visual communication design, public relations, cinema, political science, communication studies, social psychology, sociology, linguistics, communication sociology, communication systems, communication psychology, history of communication, interpersonal communication, mass communication, intercultural communication, political communication works are accepted and published within the scope of scientific studies in the fields of international communication and new communication technologies, applied communication and related social sciences are accepted and published.

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is a refereed and scientific journal published four times a year in print and electronically. Original theoretical and / or experimental work, articles in which various scientific research methods are applied are accepted. The editorial board of Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is authorized to accept or not to accept articles upon the evaluation of national and international experts.

INDEX

DOAJ (Directory of Open Access Journals)

Academic Search Ultimate (EBSCOhost)

DERGİPARK

InfoBase INDEX

ROAD INDEX

GOOGLE SCHOLAR

CiteFactor

Asos İndeks

SOBİAD

Türk Eğitim İndeksi

Publisher

İstanbul Aydın University, TURKEY

Article Types

Review: Comprehensive review of scientific studies on a particular subject, up to recently.

Research Article: An article written in a scientific format presenting original research and results.

Theoretical and Theoretical Articles: An article prepared on a theoretical level that will contribute to the related discipline.

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the TURNITIN or/ and iThenticate program.

Publishing Period

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is published 4 times a year, January, April, July and October. Articles are not accepted for a certain number of journals. Authors can submit their article at any time. The articles whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

IAUD adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access. In addition to this, IAUD is licensed by Creative Commons with CC-BY-NC-ND 4.0.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to IAUD, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research are among the authors are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a)Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in a manner that is appropriate and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b)Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c)Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations that are supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repeti-

tion of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

e) Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f) Authorship: The inclusion of people who do not contribute to the research or not to include the people who have contributed is considered within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Ethics Committee Approval

“Ethics Committee Approval” is required for the following researches. An approved “Ethics Committee Approval” must be obtained from the institution where the author of the article is located. The researches requiring the Ethics Committee’s approval are as follows:

- Any researches carried out with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group work, observation, experiment, interview techniques,
- Use of humans and animals (including material / data) for experimental or other scientific purposes,
- Clinical researches on humans,
- Researches on animals,
- Retrospective studies in accordance with the law of protection of personal data,

Also;

- Stating that the “informed consent form” was taken in the case reports,
- Obtaining and specifying the permission of the owners for the use of scale, questionnaire and photos belonging to others,
- Stating that copyright regulations are obeyed for the ideas and works of art used.

“Ethics Committee Permission” should be stated in these articles. The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Plagiarism Policy

Gönderilen tüm makaleler intihal kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir. Bu rapora bağlı olarak **intihal oranı en az %20 'yi** geçmeyecek düzeyde olan makaleler yayımlanabilir. Bunun üzerinde intihal oranı olan makaleler kesinlikle yayımlanmamaktadır. %20'nin altında intihal oranı çıkan makalelerde hakem görüşlerine bağlı olarak güncelleme talep edilebilmektedir.

Copyright

Copyright aims to protect the specific way the article has been written to describe a scientific research in detail. It is claimed that this is necessary in order to protect author's rights, and to regulate permissions for reprints or other use of the published research. İAÜD have a copyright form which is required authors to sign over all of the rights when their article is ready for publication. All site content, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Common Attribution Licence. (CC-BY-NC 4.0)

The author gives his rights to the journal by signing the copyright transfer form. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application; responsibility for technical content and for protection of proprietary material rests solely with the author(s) and their organizations and is not the responsibility of the İAÜD or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the responsibility of the author to obtain all necessary copyright release permissions for the use of any copyrighted materials in the manuscript prior to the submission.

What are my rights as author?

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. İAUD's standard policies allow the following re-use rights

The journal allows the author(s) to use the articles without copyright restrictions.

You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes.

You may not post the published article on a website without permission from İAUD.

Call For Papers

İAÜD will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to "social sciences".

Main Topics of İAÜD

- Journalism and media studies
- Visual communication design
- Public relations
- Cinema
- Political Science
- Communication studies
- Social psychology
- Sociology
- Linguistics studies
- Communication sociology
- Communication systems
- Communication psychology
- Communication history
- Interpersonal communication
- Interpersonal communication
- Interpersonal communication
- Intercultural communication
- Political communication
- New communication technologies
- Applied communication
- Communication sciences
- Digital culture
- Communication studies
- Advertising
- Distance Learning
- Radio, television and cinema

Publication Language of İAÜD

Turkish and English

Article Submission

Articles are accepted only through Dergipark.

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: iaud@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428

Başkan'dan

Üniversite olmak sadece eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmek anlamına gelmez. Üniversite, bu faaliyetlerin yanında sosyal ve akademik faaliyetleri de sağlıklı ve kaliteli yürütülmesinden sorumludur. Üniversitemizde görevyapan her öğretim elemanının ürettiği en küçük çıktıyı değerlendirmesi ve paylaşması temel amaçlarımızdandır. Bu amaçtan hareketle yürütülen yayın faaliyetleri ise akademik anlamda en öncelikli çabamızdır. Deneyimlerin genç kuşaklara aktarılması için temel mecra olarak gördüğümüz akademik dergi yayıncılığında, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin de katkısının olması amacıyla, bünyemizdeki tüm bilim, teknoloji ve sanat disiplinlerinde akademik dergi yayınlama kararı alınmıştır.

Üniversitemiz tarafından yayınlanan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi temelde teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler arasında ilişkiler kurulması ve bu alanlar üzerine bilimsel çalışmaların yayınlanması görevini üstlenmektedir. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sosyal Bilimler, İletişim Çalışmaları, Yeni Medya, Halkla İlişkiler, Reklamcılık alanında yapılmış olan gerek uygulamalı gerekse bilimsel araştırma merkezli makaleleri yayımlamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi umuyorum ki hem Türk hem de uluslararası araştırmacıların bilimsel eserler üretmesi ve bilimsel alanda ülkemizin yazın gelişimine katkıda bulunacaktır. Derginin editörü, hakemleri ve yazarlarına katkıları için teşekkürlerimi sunuyorum.

Prof. Dr. Mustafa AYDIN
Mütevelli Heyet Başkanı

Rektör'den

İstanbul Aydın Üniversitesi içindeki tüm fakültelerimiz önemlidir ve gereklidir. Ama üniversitemizin teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler alanında çalışmaların yapılması adına pek çok öğrenciyi yetiştiren İletişim Fakültemiz yeni medya, halkla ilişkiler, reklam gibi alanlarda araştırma yapılması adına önemli yazınla üretmektedir. Kurumların ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtılması için yayınların yararı kuşkusuz tartışılmazdır. Akademik dergi yayıncılığında varlığını ortaya koyan "İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi", alanında önemli ve ciddi bir adımdır. İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Selahattin YILDIZ'a şahsında, derginin yayına hazırlanmasında emeği geçen herkesi kutluyor, başarılı bir yayın hayatı diliyorum.

Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN
İAÜ Rektör Vekili

Editörün Mesajı

Sevgili IAUD Okuyucuları,

2009'dan bu yana düzenli olarak yılda dört kez yayımlanan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Temmuz sayısıyla karşınızdayız. Dergimizin bu sayısında sizlere dokuz yazar tarafından hazırlanan iki derleme ve dört araştırma makalesi sunuyoruz. Derleme çalışmalarının ilkinde yazar Ferhat Göçer yönetimselliğin dijital yanlarına neoliberalizm, şeffaflık ve büyük veri kavramları ekseninde odaklanıyor. İkinci çalışmada ise yazar Gülcennet Öztürk Çelebi işgal günlerinde İstanbul'daki Millî Mücadele yanlısı gazetelere ilişkin bir analiz sunuyor. Araştırma makalelerinin ilkinde yazarlar Çiğdem Aytekin ve Talha Bedir Karabina son dönemin popüler konularından biri olan ChatGPT'nin farklı büyük dil modelleri performanslarıyla Türkçedeki eş adlı kelimeleri analiz ediyor. Diğer çalışmada yazarlar H. Hale Künüçen ve Aysin Çaydaş Bozbaş, geleneksel medya ve sosyal medyadaki haberlerin ekonomi-politik perspektifli karşılaştırmalı analizini örnek vaka Dilan-Engin Polat haberleri üzerinden ele alıyorlar. Beşinci makalede yazar Kudret Gül, yeni medyada yalan haber olgusunu Teyit.org platformu ekseninden tartışıyor. Son makalede ise yazarlar Merve Hatun Kabakcı ve Fatma Ceyda Baş sosyal medyada modernlik algısı ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkiyi sosyolojik perspektiften inceliyor. Sosyal bilimlerde disiplinler arası çalışmalara odaklanan dergimiz bu sayısında da dijitalleşme, sosyal medya, dilbilim, gazetecilik, sosyoloji gibi farklı alanları kapsıyor ve günümüz akademisine yenilikçi perspektifler sunmayı amaçlıyor. Bu noktada dergimize katkı yapan yazarlarımıza, bilimsel niteliğimizi ve bakış açımızı genişleten değerli hakemlerimize ve siz kıymetli okurlarımıza teşekkür ederiz.

Akademik literatüre katkı sağlaması dileğiyle...

Editör
Doç. Dr. Deniz AKBULUT

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

CİLT: 16 - SAYI:3 - Temmuz 2024

İçindekiler

Content



DERLEME

**DIJİTAL TOPLUMDA YÖNETİMSELLİĞİN YENİ AYGITLARI:
NEOLİBERALİZM, ŞEFFAFLIK VE BÜYÜK VERİ**
*NEW INSTRUMENTS OF GOVERNMENTALITY IN THE DIGIAL SOCIETY:
NEOLIBERALISM, TRANSPARENCY AND BIG DATA*
Ferhat GÖÇER..... 331

**İŞGAL ALTINDAKİ İSTANBUL'UN MİLLİ MÜCADELE YANLISI
GAZETELERİ**
PRO – NATIONAL STRUGGLE NEWSPAPERS OF OCCUPIED ISTANBUL
Gülcennet ÖZTÜRK ÇELEBİ.....347

ARAŞTIRMA MAKALESİ

**CHATGPT'NİN FARKLI BÜYÜK DİL MODELLERİ
PERFORMANSLARININ TÜRKÇEDEKİ EŞ ADLI KELİMELER
ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**
*ANALYZING THE PERFORMANCE OF DIFFERENT LARGE LANGUAGE
MODELS OF CHATGPT ON TURKISH HOMONYMS*
Çiğdem AYTEKİN, Talha Bedir KARABİNA.....365

GELENEKSEL VE SOSYAL MEDYADAKİ HABERLERİN EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIMA GÖRE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: DİLAN-ENGİN POLAT HABERLERİ

COMPARATIVE ANALYSIS OF NEWS IN THE TRADITIONAL AND SOCIAL MEDIA ACCORDING TO ECONOMIC-POLITICAL APPROACH: DİLAN-ENGİN POLAT NEWS

H. Hale KÜNÜÇEN, Aylın ÇAYDAŞ BOZBAŞ.....391

YENİ MEDYADA YALAN HABER OLGUSU VE DOĞRULAMA PLATFORMU OLARAK TEYİT.ORG ÜZERİNE BİR İNCELEME

A STUDY ON THE PHENOMENON OF FAKE NEWS IN NEW MEDIA AND TEYİT.ORG AS A VERIFICATION PLATFORM

Kudret GÜL.....419

SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ MODERNLİK ALGILARI VE YALNIZLIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ

SOCIOLOGICAL EXAMINATION OF THE RELATONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USERS' PERCEPTIONS OF MODERNITY AND LONELINESS LEVELS

Merve Hatun KABAKCI, Fatma Ceyda BAŞ.....459

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

CİLT: 16 - SAYI: 3 - Temmuz 2024



DOI Numaraları

DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/2024.163

**DİJİTAL TOPLUMDA YÖNETİMSELLİĞİN YENİ AYGITLARI:
NEOLİBERALİZM, ŞEFFAFLIK VE BÜYÜK VERİ**

*NEW INSTRUMENTS OF GOVERNMENTALITY IN THE DIGIAL SOCIETY:
NEOLIBERALISM, TRANSPARENCY AND BIG DATA*

Ferhat GÖÇER

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3001

**İŞGAL ALTINDAKİ İSTANBUL'UN MİLLİ MÜCADELE YANLISI
GAZETELERİ**

PRO – NATIONAL STRUGGLE NEWSPAPERS OF OCCOPIED ISTANBUL

Gülcennet ÖZTÜRK ÇELEBİ

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3002

**CHATGPT'NİN FARKLI BÜYÜK DİL MODELLERİ
PERFORMANSLARININ TÜRKÇEDEKİ EŞ ADLI KELİMELER
ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**

*ANALYZING THE PERFORMANCE OF DIFFERENT LARGE LANGUAGE
MODELS OF CHATGPT ON TURKISH HOMONYMS*

Çiğdem AYTEKİN, Talha Bedir KARABİNA

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3003

**GELENEKSEL VE SOSYAL MEDYADAKİ HABERLERİN EKONOMİ-
POLİTİK YAKLAŞIMA GÖRE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: DİLAN-
ENGİN POLAT HABERLERİ**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF NEWS IN THE TRADITIONAL AND SOCIAL
MEDIA ACCORDING TO ECONOMIC-POLITICAL APPROACH: DİLAN-
ENGİN POLAT NEWS*

H. Hale KÜNÜÇEN, Aylin ÇAYDAŞ BOZBAŞ

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3004

**YENİ MEDYADA YALAN HABER OLGUSU VE DOĞRULAMA
PLATFORMU OLARAK TEYİT.ORG ÜZERİNE BİR İNCELEME**
*A STUDY ON THE PHENOMENON OF FAKE NEWS IN NEW MEDIA AND
TEYİT.ORG AS A VERIFICATION PLATFORM*

Kudret GÜL

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3005

**SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ MODERNLİK ALGILARI VE
YALNIZLIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYOLOJİK
OLARAK İNCELENMESİ**

*SOCIOLOGICAL EXAMINATION OF THE RELATONSHIP BETWEEN
SOCIAL MEDIA USERS' PERCEPTIONS OF MODERNITY AND
LONELINESS LEVELS*

Merve Hatun KABAKCI, Fatma Ceyda BAŞ

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3006

DİJİTAL TOPLUMDA YÖNETİMSELLİĞİN YENİ AYGITLARI: NEOLİBERALİZM, ŞEFFAFLIK VE BÜYÜK VERİ

Ferhat GÖÇER

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

ferhatzgocer@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1150-7643>

Atıf	GÖÇER, F. (2024). DİJİTAL TOPLUMDA YÖNETİMSELLİĞİN YENİ AYGITLARI: NEOLİBERALİZM, ŞEFFAFLIK VE BÜYÜK VERİ. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 331-346.
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Bu çalışmada, dijital toplumun yönetsel stratejisi olarak neoliberalizmin toplumsal yaşamı ekonomikleştirme süreci ve bireylerin tek tek yönetiminde psikopolitik örüntüleri, hangi söylem ve pratikler yoluyla gerçekleştirdiği bütüncül bir şekilde incelenmektedir. Öte taraftan, çalışmanın bir başka boyutunu da şeffaflık toplumu oluşturmaktadır. Çalışmada şeffaflığın, siyasetten gündelik yaşama her yerde etkin bir yönetsel aygıt olarak işlediği, toplumu ve bireyi saydam bir yapıya dönüştürerek, neoliberal iktidarın kontrol politikasında önemli bir soğurma nesnesine nasıl dönüştürdüğü tartışılmaktadır. Şeffaflık toplumunun oluşmasında önemli bir katman oluşturan dijital teknolojiler, aynı zamanda her şeyin hesaplanabilir ve planlanabilir nitelikte olması gerekliliğini savunan büyük veri olgusunun da ortaya çıkmasına zemin yaratmıştır. Büyük veri, şeffaflığı besleyen bir aygıt olduğu kadar aynı zamanda neoliberalizmin yeni pazarlama stratejisini de oluşturmaktadır. Hesaplanabilir veya veriye dönüşen her şey, dijital toplumda ticari bir meta değeri taşır. Mevcut çalışma, dijital toplumun yeni yönetsel aygıtları olarak birbirine girift olan neoliberalizm, şeffaflık ve büyük veri olgularının toplum ve bireyi soğurma noktasında ne tür bir teknolojik mantığın çıktıkları olduğunu kavramaya yönelmektedir. Bu bağlamda, nitel yöntemin sunduğu olanaklar ekseninde, neoliberalizm, şeffaflık ve büyük veri denkleminin günümüz dijital toplumlarında oluşturdukları soğurma iklimi yorumsamacı bir desenle ele almak, çalışmanın yürütülme mantığını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Neoliberalizm, Şeffaflık, Büyük veri, Byung Chul Han, Dijital Toplum.

Geliş Tarihi: 23.03.2024 / Kabul Tarihi: 10.06.2024, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3001

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

NEW INSTRUMENTS OF GOVERNMENTALITY IN THE DIGITAL SOCIETY: NEOLIBERALISM, TRANSPARENCY AND BIG DATA

ABSTRACT

This study holistically examines the process of neoliberal economicisation of social life as a management strategy of the digital society and the psycho-political patterns in the management of individuals through discourses and practices. On the other hand, another dimension of the study is the society of transparency. The study discusses how transparency functions as an effective administrative apparatus everywhere, from politics to everyday life, how it transforms society and the individual into a transparent structure, and how it transforms them into an important object of absorption in the control politics of neoliberal power. Digital technologies, which constitute an important layer in the formation of a society of transparency, have also paved the way for the emergence of the big data phenomenon, which advocates that everything should be calculable and plannable. Big data is not only a tool that feeds transparency, it is also the new marketing strategy of neoliberalism. Everything that can be calculated or turned into data has a commercial commodity value in the digital society. The present study attempts to understand how neoliberalism, transparency and big data, which are intertwined as the new administrative devices of the digital society, are the outputs of a techno-political logic at the point of absorbing society and the individual. In this context, in the axis of the possibilities offered by the qualitative method, the logic of the study is to address the absorption climate created by the equation of neoliberalism, transparency and big data in today's digital societies with an interpretive design.

Keywords: *Neoliberalism, Transparency, Big Data, Byung Chul Han, Digital Society.*

GİRİŞ

Tekno-politik pratikler dolayısıyla inşa edilen dijital toplumun ortaya çıkardığı, yeni kültürle birlikte, öznenin özneliği, işlevi ve eylemlerini gerçekleştirme gayesi ve formu da köklü bir dönüşüme uğradı. Artık günümüz dijital toplumunda özne, başarı ve performansla eşitlenerek, depresif ve kaygılı bir karakteri sembolize etmektedir (Han, 2017). Disiplin ve kontrol toplumunun belirleyici ya da yönlendirici harici teknolojileri/yapıları, yerini öznenin sınırsız yapabilme özgürlüğüne terk ederek, icat ettiği dijital bir panoptikon ve neoliberal rejim çerçevesinde, özne kendisinin hem efendisi hem de kölesidir ve hem mahkûmu hem de gardiyandır. Dijital toplumun neoliberal yönetsel aygıtı, özneyi sınırsız bir sömürü düzeneğine; şeffaflığa davet eder (Brown, 2021; Han, 2019).

Şeffaflık aynı zamanda saydam bir görüntü oluşturup, ışık altında sömürüye açık olmayı kabul etmek demektir. Öte taraftan yaşamın tam anlamıyla protokolleşmesi şeffaflık ve büyük veri iş birliğiyle gerçekleşir. Büyük veri, dijital totalitarizmin genişlemesine imkân oluştururken aynı zamanda demokrasiyi de boşa çıkarır (Fuchs, 2021). Günümüz öznesi artık sancılı ve ağır bir yıkım altında can çekişen bir varlığa dönüşür ve bu durum, dijital totalitarizmin egemenliğine teslim olan özne açısından patolojik bir benliğin de örülmesidir.

Mevcut çalışmanın konusunu, dijital toplumun yönetsel aygıtları olarak beliren “neoliberalizm”, “şeffaflık” ve “büyük veri”nin, yaşanan şimdiki zamanı nasıl bir sömürü ekseninde ticarileştirdiği oluşturmaktadır. Dijital toplumun anlaşılması ve öznenin kendi gerçekliğini kavraması noktasında üç yönetsel aygıtın deşifre edilmesi, çalışmanın önemini oluşturan temel dürtüdür. Neoliberalizm, şeffaflık ve büyük veri denkleminin oluşturdukları sömürü konseptini nitel yöntemin olanakları çerçevesinde, yorumsamacı bir yaklaşımla incelemek (Creswell, 2020) çalışmanın yürütülme mantığını ortaya koymaktadır. Bu noktada, son dönemde sosyal bilimler alanında yapmış olduğu özgün katkılarla adını sıkça duyuran, düşünür ve kültür teorisyeni Byun-Chul Han’ın eserleri, bu çalışmanın merkezinde temel referans metinler olarak yer almaktadır. Düşünürün eserleri, dijital toplumun, siyasal, kültürel ve ekonomik mantığının nasıl işlediğinin özgün deşifresini yapması, çağın anlaşılması açısından önem sunmaktadır.

SİNSİ VE KURNAZ BİR İKTİDAR TEKNİĞİ OLARAK NEOLİBERALİZM

Jean-Jacques Rousseau’nun (1712-1778) düşün dünyasının önemli metinleri arasında olan *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı* (1986) adlı eseri, uygar yaşama geçişin, ilk kurnaz insanın bir toprak parçasını çitlenmesi sonucunda; özel mülkiyet olgusunun ortaya çıkmasıyla başladığını belirtir. Geç Kapitalizm evreninde toprağın çitlenmesi metaforu, toplumun ve öznenin çitlenmesi şeklinde genişledi. Bu genişleme, neoliberal rejim yoluyla yürürlüğe giren bir sürecin çıktısıdır. Neoliberal rejim, toplumsal yaşamın ve öznenin tüm hücrelerine

kemirgen dürtüyle nüfuz eden, sıvı ve akışkan bir yapıya sahiptir. Öğütücü bir aygıt gibi işleyen neoliberal rejim, aynı zamanda toplumsal yaşamın ve öznenin topyekûn olarak, sermaye ve popülist iktidarların sömürü nesnesi haline dönüşmesinin de prospektüsünü oluşturur. “Neoliberalizm yalnızca bir politikalar ve ekonomik yönelimler bütünü değil, toplumsal değerlerin hızla ekonomik değerlere dönüştüğü bir kapitalist birikim aşamasıdır” (Haiven, 2018, s. 60). Bir başka deyişle, “Neoliberalizm, sömürünün, şiddetinin ve varlıklı azınlığın gücünün açıkça pekiştiği yeni bir kapitalist ilişkiler biçimini göstermektedir” (Dumenil ve Levy, 2009, s. 9). Neoliberal rejim, özneye ve toplumsala ilişkin her şeyin özünü ortadan kaldırarak, toplumsuz bir toplum ve öznelliği olmayan yeni bir özne tipolojisini var kılar.

Neoliberal rejimin söylemsel stratejinde ilk önermesini oluşturan temel mit; piyasalaştırılmayan her şey kötüdür. Bu yaklaşıma göre toplumun, maddi ve soyut bütün varlıkları, piyasa ilişkilerinin hâkimiyetine tabi kılınmalıdır. Bu sayede toplumsal yaşamın, özgür ve refah içinde yaşaması mümkün hale gelecek, ekonomikleştirilen öznenin de kendini gerçekleştirme ve ifade etme biçimi geniş bir repertuarda gezinecektir. Bir başka deyişle neoliberal rejimin savunusunda, toplum ve insanın refah düzeyinin artmasının en iyi yolunun güçlü serbest piyasalar, özel mülkiyet hakları ve serbest ticaretin temel alındığı bir kurumsal yapı içinde bireysel girişim, beceri ve özgürlüklerini serbest bırakma istenci, ana omurgayı oluşturur. Bu savunu ekseninde devletin misyonu, bu pratiklere uygun bir kurumsal çerçeve oluşturup, sonra o çerçeveyi muhafaza etmektir. Şayet “eğitim, sağlık, sosyal güvenlik ya da ekolojik alanlarda” piyasalar mevcut değilse, gerekirse devletin bizatihi kendisi bu süreci başlatmalıdır (Harvey, 2015, s. 10). Fakat neoliberal rejimin vaat ettiği toplum tahayyülü, nihai aşamada büyük bir çözüme ve ağır bir yıkımdır. “Ulusal sanayilerin ve kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi, hem kamu hizmetlerinde çalışan örgütlü işçilerin büyük pazarlık yapılarını parçalar, hem de rakip işverenlerin, imtiyaz hakları ve ihaleler için birbirleriyle yarışırken karşılıklı fiyat kısarık ücretleri aşağı ittikleri koşulları yaratır. Bu, piyasalaştırma ile özelleştirmenin gerçek amacıdır: Bunlar, sendikal örgütlenmeyi zayıflatacak, güvencesizliği artıracak, ücretleri aşağı çekecek ve refahı çalışan insanlardan şirket zenginlerine doğru yeniden bölüştürecek mekanizmalardır” (Faulkner, 2014, s. 366). Bir tür “yaratıcı yıkım” olarak da işaret edilen bu süreç, iş bölümleri, sosyal ilişkiler, refah hizmetleri, teknoloji karışımları, yaşam tarzlarını, düşünme biçimleri, demografik etkinlikleri, toprağa bağlılıklar ve köklü alışkanlıkları da derin bir anlayışla sarsarak yıkmaktadır (Harvey, 2015, s. 11). Bu anlamıyla neoliberal rejim, yaşamın mutlak olarak “gasp edilmesini” amaçlayarak, özneyi boyun eğdirmekten ziyade kendisine tabii hale getirerek, normalleştirme teknolojileri yoluyla yeni bir “yönetimsellik” biçimini oluşturmaktadır.

Modern yaşamın “yönetimsellik” (*gouvernementalité*) biçimi olduğu söylemi, Michel Foucault’nun *Güvenlik, Toprak, Nüfus Collège de France Dersleri*

(1977-1978) ve *Biyopolitikanın Doğuşu Collège de France Dersleri (1978-1979)* adlı ders kayıtlarının derlemesi olarak yayınlanan eserlerinde ilk olarak işlenen önemli bir nosyondur. Yönetimsellik, toplumun siyasal problemini, hukuk konularının bütünü veya insan türünün genel kategorisinin yanı sıra bireylerin yaşama (biyopolitik) özgürlükleri içerisinde kendilerine ve birbirlerine göre; sahip oldukları stratejileri de içerir (Revel, 2012, s. 129). Yönetimsellikle ilgili anlaşılması gereken şu şekilde ifade edilebilir: İlk olarak yönetimselliğin temel amacı nüfus, hâkim epistemolojik biçim, politik ekonomi, teknik aracı da güvenlik teknolojileri olan bir bütünü, eş söyleyişle; karmaşık bir iktidar yapısının uygulanmasını sağlayan kurumlardan, normlardan, analiz ve düşüncelerden, strateji ve taktiklerden oluşan bir ağı kurgulamaktır. İkinci olarak da yönetimsellik, Batı'nın bütününde yönetim olarak adlandırılan iktidara özgü bir dizi aygıtın gelişimini ve aynı zamanda bir bilmeyi içerir. Son olarak da Ortaçağ'ın adalet/hukuk merkezli devletinin 15. ve 16. yüzyıllarda kurumsal olarak idari bir devlete dönüştüğü, yavaş yavaş “yönetimselleştigi” sürecin sonucunu imalar (Foucault, 2013, s. 97-98). Kapitalizmin ideolojik alanda antropolojik evriminin nihai aşaması olan neoliberal rejimin varoluşsal sürekliliği de bir yönetimselliğin bütünsel düzenekleri içerisinde mümkünleşir. Bu sayede somut bir düzlemde çıkan sömürü teknikleri artık neoliberal rejimde, öznenin içsel denkleminde de -göstergeler ekonomisini de kendisine katarak duygular, imajlar, mimikler, bilişsel vb.- olağanlaşır. Bu sürecin işlerlik ve olağanlık kazanması, kuşkusuz son otuz yıldır geliştirilen neoliberal yönetimselliğin bir uzantısıyla ilişkilidir.

Neoliberal rejimin bir yönetimsellik biçimi olarak genel varoluşsal pratikleri hakkında şunlar belirtilebilir: Neoliberalizm Güney'de darbeler ve cuntalarla, işgaller, yapısal düzenlemeler ve halkların askeri usulle disipline edilmesi yoluyla şiddetli bir biçimde dayatılırken, Kuzey-Atlantik dünyasında daha sessiz bir şekilde yayılmıştır. Bu yayılma daha çok Foucault'nun yönetimsellik mefhumuna karşılık gelen, söylem, hukuk ve özne dönüşümleri yoluyla gerçekleşmiştir (Brown, 2021, s. 55). Foucault'un, neoliberal yönetimsellik olarak adlandırdığı dönüşüm, liberal yönetimselliğin yeniden organizasyonunu temsil eden bir aşamaya karşılık gelmektedir. Neoliberalizm bir yönetim aklı olarak, kendine özgü yönetme sanatı içinde en makul ve en iyi şekilde kendini oluşturan bir süreç olarak kendi evrenini tasarlar (Foucault, 2019). Bu tasarım ya da yeni yönetimsellik, aynı anda toplumsal, siyasal ve kültürel bir müdahaleyi de içinde taşır. Foucaultcu bir okumada da belirtildiği gibi; neoliberalizmin “yönetimsel bir müdahale” olduğunu ve bu müdahalenin rekabet toplumu için kaçınılmaz olan hukuki-politik bir çerçeveyi kurmayı ve sürdürmeyi amaçladığının bilgisi oluşturmaktadır. Artık neoliberal devlet pasif, minimal veya zayıf değil, aksine toplumsal ilişkilerde rekabet kültürünü ve kamusal işletmeler de dâhil olmak üzere kurumlarda şirket modelini dayatma konusunda son derece önemli dönüşümlere kaynak oluşturan bir karakterdedir. Neoliberal yönetimsellik sanatı, sadece sosyal devletin kazanımlarını değil aynı zamanda liberal demokrasiyi de kökünden

dinamitleyen bir sürecin kapısını aralamaktadır. Örneğin, ekonomi politikaların gideceği yönü kamusal müzakere alanının dışına iterek, sermaye mantığının “anayasallaşması” ile iktidarın oligarşilerde yoğunlaşması, baskıcı yöntemlerin kullanımı ve ücretlilerin toplumsal hakları ile yurttaşın politik haklarını sürekli geriletmeyi hedefleyen bir şantaj rejimine dönüşür (Dardot ve Laval, 2022, s.11-12). Bir başka ifadeyle, neoliberal rasyonaliteye özgü olan norm ve ilkeler yoluyla önceden ekonomik olmayan alan ve uğraşlar da “ekonomikleşmeye” başlar (Brown, 2021, s. 58).

Neoliberal rejimi bir tür sinsi ve kurnaz iktidar tekniği olarak tanımlayan Byung-Chul Han (2020), bu rejimin genel hareket yasalarını ve var olma tekniklerini oldukça kıvrak bir yaklaşımla analiz etmektedir. “Neoliberal rejimin iktidar tekniği incelikli, kaygan ve akıllı bir biçime bürünmüş olup hiçbir şekilde görünür değildir” (Han, 2020, s. 24). Bu süreç kendisini en iyi, öznenin ve toplumun deneyimlediği özgürlük yanılması veya yaşadığı özgürlük krizinde görünür kılar. Özgürlük, neoliberal rejimde istisnasız bir kriz halidir. Özgürlüğü bozuma uğratan şey sermayenin sınırsız sömürüyü arzulanması oluşturmaktadır. Bu süreç, bir proje olarak neoliberalizmle gerçekleşir. Neoliberalizm bizzatı özgürlüğü sömürmeyi hedefleyen oldukça üretken, dahası ustaca kurgulanan bir sistemdir. İletişim, oyun ve heyecan gibi özgürlüğün işleyişine ve dışavurma biçimlerine ait ne varsa sömürür, dolayısıyla bu sayede de özgürlüğün sömürüsü maksimum kazanca erişir (Han, 2020, s. 13-14). Özgürlüğün kolay ve edilgen bir haletiruhiye içerisinde sömürüye açık kılınması, kapitalizmin mutasyon evresi olarak nitelenen neoliberalizmde öznenin depresifliğini, tükenmişliğini ve derin içsel krizini çoğaltan patolojik yansımaları da beraberinde getirir. Bu durumda tâbi bir özne değil, kendini özgür zanneden, sürekli kendisini yeniden inşa ederek programlayan, bir başka tabirle; sürekli yazılımını güncelleyen bir aygıt gibi işleyen/işletilen günümüz öznesi aslında bir tür proje olarak kurgulanır. Öznenin projeye geçiş olarak niteleyen bu sürecin en önemli taşıyıcısını da özgürlük duygusu oluşturmaktadır. Chul Han, bu başkalaşımı şu şekilde ifade eder: Fakat bu projenin zorlama altında bir varlık, dahası tabiiyet ve boyun eğişi daha da etkin bir biçimi olduğunu görülmektedir. Dışsal baskılardan ve kendinde yabancı zorlamalardan kurtulmuş olduğunu sanan bir proje olarak “ben”, daha iyi bir performans sergileme ve mükemmelleşme biçimindeki içsel baskılara ve dayatmalara tabi kılar kendisini, bu yüzden de yapabilmeyen ya da başarmadan kaynaklanan zorlamaların bir sınır hattı yoktur. Bu şekilde özne bir ikilem içerisinde depresif halde bulur kendisini. Özgürlük zorlamalardan arınmış olmayı önceler, fakat zorlamanın karşıtı olması gereken bu özgürlüğün kendisi çeşitli zorlamalar icat eder. Depresyon ya da ruhsal çöküş özgürlüğün derin krizinin dışavurumlarıdır (Han, 2020, s. 10-12).

Kendisini özgür sanan performans öznesi farkında olmadan örtük bir kölelik rejimine de kendi rızası ekseninde dâhil olur. Başarı ve performans öznesi olarak

tasarlanan bu girişim, neoliberalizmin sömürü düzeneği içerisinde sermaye açısından bir zaferi sembolize eder. Artık toplum ve özne, kendi içsel çelişki ve krizleriyle ilişkili dışsal gerçeklerin etkisini göz ardı ederek, sorunlarının asli mecrası olarak benliğinin kaynaklarını algılamaya başlar. “Neoliberal performans toplumunda başarısız olan kişi, toplumu ya da sistemi sorgulamak yerine başarısızlığından kendisini sorumlu tutar ve utanç duyar. Neoliberal rejimin kendine has zekâsı burada kendisini gösterir. Sisteme karşı direnişe izin vermez” (Han, 2020, s. 16). Neoliberalizmin öz-sömürü rejiminde özne, sahip olduğu öfkeyi dışa vurmaktansa içsel bir patlamaya yönelir. Bu da neoliberal özneyi devrimci değil depresif bir kişi haline dönüştürür. O artık kendisinin hem efendisi hem de kölesidir. “Neoliberalizm baskı altındaki özneyi serbest bir girişimciye dönüştürmektedir, kendi kendisinin girişimcisine. Bugün herkes kendi şirketinin kendini sömüren işçisidir. Herkes kişi olarak hem efendi hem köledir” (Han, 2020, s. 25).

Neoliberalizmde bahsedilen örüntülerin, ritüellerin ve eylemlerin sorgulanmaksızın yaşanıyor olması, neoliberalizmin kendine özgü ortaya çıkardığı “anlam” ile ilişkilidir. Anlam, gündelik yaşamda bireylerin bir bedende şahsileştirdikleri kimliklerin, imgelerin ve eylemlerin tümünü içerleyen bir sürece karşılık düşer. Bu açıdan anlam, tarihsel olarak inşa edilir. İnşa edilen anlamın meşruluğu ve doğruluğu, toplumların kurumları yoluyla gerçekleşir. “Toplumsal olarak nesneleştirilen ve işlenen anlam stokları, tarihsel anlam rezervlerinde “muhafaza edilir” ve kurumlar tarafından “yönetilir”ler. Bireyin eylemleri toplumsal bilgi stoklarından tedarik edilen nesnel anlamca şekillenir ve kurumlarca ortaya çıkarılan şeylere intibak olma baskısı yoluyla da iletilir” (Berger ve Luckman, 2022, s. 29).

Neoliberalizmde kurumsal yapıların yeniden organizasyonu, toplumsal yaşamda öznenin de “anlam” anlayışında bir değişim yaratmıştır. Bu da öznenin yaşamını üretme pratiklerinde kendisini açık eder. Diğer taraftan, öznenin “anlam” anlayışının oluşumunda bir başka önemli dinamik de sosyal ilişkilerin karakter yapısıdır. “Ancak anlam –bir kişinin her şeyden önce söyleyebileceği gibi- bireyin içerisinde eylemde bulunduğu ve yaşamını sürdürdüğü sosyal ilişkilerin öznel-arası yapısına da bağlanabilir” (Berger ve Luckman, 2022, s.29). Dolayısıyla anlamın kurumsal ve sosyal boyutları, neoliberalizmde kendisini özgür zanneden öznenin, psişik anlamda motivasyonunu oluşturan dürtüleri oluşturur.

Neoliberal rejimin egemenlik anlayışında, çok çalışmak yerine daha fazla performans göstermek psişik bir bulantıdır. “Ruhu hasta eden şey iş değil, performanstır, bu yeni neoliberal prensiptir” (Han, 2020, s. 97). Aynı zamanda da bu psişik ruh, özneyi de kendi içinde bir iç savaşa maruz bırakır. Sınıf mücadelesinin yerini öznenin kendini eksik hissederek kendinden utanç duyması başlar. “Sınıf mücadelesi de insanın kendisiyle verdiği bir iç savaşa dönüşmektedir. Başarısız olanlar kendini suçlamakta ve utanç duymaktadır. İnsan, toplum yerine kendini

sorunsallaştırmaktadır” (Han, 2020, s. 25). Neoliberal performans öznesinin psikik bir vaka olarak kendisini düşlemesi ya da düşünüyorsa olması, neoliberal rejimin sinsi ve kurnaz bir yönetimselliğidir. Ruhun hastalıklarının tespit edilip tedavi edilmesi ve sürekli sağlıklı olunması gerektiği inancı yaygın bir düşünsel hastalıktır. Chul Han, bu durumu neoliberalizmin psikopolitik yönetimi olarak tanımlar ve sürecin işletilişini şu şekilde ifade eder: Neoliberal psikopolitika giderek daha incelikli sömürü teknikleri icat ediyor. Çok sayıdaki kendini keşfetme atölyeleri, motivasyon artırıcı hafta sonu etkinlikleri, yaşam rehberleri, kişisel gelişim seminerleri ve zihin antrenmanları, kendini optimize etme ve verimliliği artırma noktasında sınır olmadığı sözünü dile getirmektedir. Bütün bunlar sadece çalışma zamanını değil, bireyin tümünü, bütün dikkatini, dahası hayatının doğrudan sömürülmesini amaçlayan neoliberal tahakküm teknikleri tarafından yönetilmektedir.

Kendini optimize etmeyi talep eden neoliberal vaaz, sadece sistem içerisinde kusursuz iş görmeyen veya hizmetin derdi içerisinde değildir. Bundan ötürü, üretkenliği ve performansı artırmak için karşılaşılan zayıflıklar, tıkanmalar ve hatalar tedaviyle izale edilmelidir (Han, 2020, s. 37). Bu sayede neoliberal psikopolitika, daha çok performans baskısıyla insan ruhunu tahrip ederek, onu daha fazla sömürü nesnesi haline dönüştürür. Dolayısıyla yaşamın ve toplumun bütünü, neoliberal rejimin kemirgen dürtüsellik altında ağır bir yıkıma maruz bırakılır. İstisnasız olarak toplumu bir metalaştırma yığını olarak tasarlayan neoliberalizm, aynı zamanda dijital toplumun, politik ve ideolojik portesini de oluşturur.

NEOLİBERAL BİR AYGIT OLARAK ŞEFFAFLIK

Yaşamın, bütünsel bir yapı içerisinde protokolleşmesi, gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri yoluyla daha da hız alan bir süreçtir. “İnternet kompleksi genişleyip toplandıkça hayatımızın gittikçe daha çok yönü dijital ağların protokollerine dâhil ediliyor” (Crary, 2023, s. 106). Protokolleşen yaşam, şeffaflığı da beraberinde getirir. Neoliberal yönetimselliğin stratejik bir aygıtı olarak şeffaflık, gündelik yaşamda bireylerin, mahremiyet içeren söylem ve davranış örüntülerinin de ötesinde, her şeye egemen olmayı arzular. “Şeffaflık bizatihi bir egemenlik biçimidir ve günümüzde dijital bir totaliterizme bürünme yoludur. Yeni egemenliğin habercisidir: hiper kapitalizmin egemenliği” (Han, 2020, s. 30). Şeffaflık, gözetim ve kontrol tekniklerini de sürece dâhil ederek, yalnız uykuların kontrol altına alınmasını istemekle kalmaz, aynı zamanda biyolojik süreçlerden somatik tepkimelere kadar her şeyi içine katarak, yaşamın tam anlamıyla protokolleşmesini talep eder (Crary, 2023).

Modern iktidarın oluşumuyla ilerleme seyreden gözetim ve kontrol olgusu, iktidarın evrimiyle yakından ilişkilidir. Bireyin gündelik yaşam içerisinde bir tür gözaltına alınmasını arzulayan iktidar, varoluşsal gücünü her şeyden evvel teknolojik ve mimarık tasarımsal aygıtların yapısından alarak, görünmez bir varlığa

büründür. Diğer bir deyişle, panoptikona dönüşür. Bu yolla da yönetimselliğini aktive eder. Bir anlamıyla gözetim ve kontrolün, antropolojik tarihini anlatan *Hapishanenin Doğuşu* (2015) adlı eser, iktidarın gücünü ve ihtişamını şölensel nitelikte düzenlediği cezalandırma pratiklerinden biriyle sahneler (Foucault, 2015, s. 33-71). Anlatılan sahne, modern iktidarın perde gerisine çekilmeden önce fiziksel görünümüne de işaret eden bir süreci tasvir eder.

Cezalandırmayı bir tür şölen havasında sergileyen klasik iktidar, toplumsal gözetim ve kontrol pratiklerini pazar yerinde korkutucu cezai ritüel yoluyla tek tek bireylerin, davranış ve söylem biçimlerine sızarak gerçekleştirir. Modern iktidarsa, gözetim ve kontrolü pazar yerinden alarak, mimari ve teknoloji yoluyla bireyin her an her yerde gözetleniyor hissiyatıyla yaşamını sürdürmesine yol açan birtakım aygıtları uygulamaya koyar. Bu süreç, gözetlenen toplum olarak kendisini açık eder. Gözetlenen toplumda iktidar, bütün aygıtlarıyla gündelik yaşamın sinir uçlarına kadar erişir: “Her gün hayatımız izlenmeye, kontrol edilmeye ve soruşturulmaya maruz kalıyor. Belirli bir amaca hizmet eden bir izleme, etiketleme, dinleme, seyretme, kaydetme ya da kimlik belirleme aracına yakalanmadan, güvenli bir ortam ya da yapacak bir uğraş bulmak giderek güçleşiyor” (Lyon, 2006, s. 11).

Gözetlenen toplumda, mimari ve teknolojiler yoluyla, salt birey ve toplum üzerinde kontrol kurmayı amaçlayan tedirgin iktidar, şeffaflık toplumunda yönetimselliğini “artı değer” yaratan bir boyuta dönüştürür. Artık şeffaflık, gözetim ve kontrol pratikleriyle iç içe geçerek, toplumsal yaşamda yeni sömürü ilişkilerinin bir biçimini oluşturur. Şeffaflık, pornografik sergilemeyle panoptik kontrolün iç içe geçişidir, bu geçiş aynı zamanda bir tür ekonomik buyruktur, şeffaflaşan her şey sömürüye karşı savunmasızca açılır (Han, 2016, s. 107-108).

Şeffaflık, toplumsal ilişkilerde güvenin inşa edilmesi noktasında sıkça zikredilen bir söylem olarak öne çıkar ve kendi içinde bir tür soyut güven akdini saklı tutar. “Yeni dogma, şeffaflığın güven yarattığı şeklinde. Burada unutulmuş nokta ise şeffaflık konusundaki bu ısrarın ‘güven’ kelimesinin anlamının büyük ölçüde hasar görmüş olduğu bir toplumda gerçekleşiyor olduğu” (Han, 2017, s. 11). Her şeyin şeffaflaşmasının gerekliliği önermesi, müphem veya kırılğan süreçlerin aşılması ya da sis bulutu içinde olan ilişkilerin daha görünür bir iklime dönüşebileceğini salık verir. Bu süreç aynı anda toplumsal yaşamın yapısal karakterinde de kendisini yansıtır. Günümüzde şeffaflık, toplumsal, siyasal ve ekonomik süreçleri etkisi altına alarak, makro yapıları esaslı bir değişime tabi kılarak, genel tahakküm halini alır (Han, 2020, s. 43).

Yaşamın şeffaflık söylemiyle örüldüğü bir toplum, aynı zamanda şeffaflık toplumu olarak kendisini serimler. Şeffaflık toplumunun varlıksal semptomları, şu şekilde tanımlanabilir: Şeffaflık toplumu her şeyden önce bir olumluluk toplumdur.

Öyle ki, şeffaflık toplumunda olumluluk parodisi, her türlü acıyı dışarıda bırakmayı salık verir. Diğer bir deyişle şeffaflık toplumunun semptomlarının dolaşıma sürülmesi “rıza” kavramının icat edilmesini gerektirir. Rızanın üretimi her türlü acıyı dışarıda bırakmayı ve dahası acının bir düşünce olarak da zihinde yer etmemesi gereken, negatif bir psikoloji olarak kabul edilmesi gerektiği yönündedir. “İçinde yaşadığımız toplum her tür olumsuzluktan kurtulmaya çalışan bir olumluluk toplumdur. Acıysa olumsuzluğun ta kendisidir. Psikoloji de bu paradigma değişimini izleyerek “acı çekme psikolojisi” şeklindeki negatif psikolojiyi terk ederek sıhhat, mutluluk ve iyimserlikle ilgilenen “pozitif psikoloji”ye yönelmiştir” (Han, 2022, s. 14). Dolayısıyla şeffaflık toplumunda her türlü olumsuzluk; duygu ve düşünce gibi süreçler, uzak durulması gereken durumlardır. Olumsuzluk düşüncelerinin yerine “Derhal olumlu düşünceler konmalıdır. Pozitif psikoloji acıyı bile performans mantığına tabi kılar. Neoliberal dayanıklılık ideolojisi travmatik deneyimlerini katalizator haline getirir” (Han, 2022, s. 14). Şeffaflık toplumunun dispozitifini oluşturan söylem her şeyin ve herkesin “mutluluk” için yaşamasıdır. Mutluluk bir tür baskıya zorlayan içsel bir krizdir.

Şeyler, her türlü kusurlarından arındıklarında, pürüzsüzleştiklerinde, düzleştiklerinde, sermayenin, iletişim ve enformasyonun kusursuz akışına, karşı göstermeksizin onlara eklemlediklerinde şeffaf hale gelirler. Eylemler hesaplanabilir, öngörülüp yönlendirilebilir ve kontrol altına alındığında şeffaflaşır. Bu şekilde gelecekte olumlu hale getirilerek optimize edilmiş bir şimdiye dönüşür. Görüntüler, her tür dramaturjiden, koreografiden ve derinlikli yorum bilgisinden sıyrılarak, dahası anlamını yitirerek pornografik bir imgeye dönüştüklerinde şeffaflaşır. Pornografikleşen her şey gözle kurulan dolayimsız bir ilişkidir. Şeyler, biricikliklerini yitirip yalnızca fiyatlarıyla ifade edildiklerinde şeffaflaşır. Dolayısıyla şeffaflık toplumu bir aynılık cehennemidir (Han, 2017, s. 15-16). Bu aynılık cehennemi, kendi içinde bir uyum baskısını barındırır. “Şeffaflık ötekini, yabancıyı, sapkını ortadan kaldıran bir uyum baskısı doğurur” (Han, 2019, s. 81). Uyum baskısı, şeffaflığın bir buyruğu olarak her şeyin içine nüfus eder ve yaşamı saydam bir karaktere dönüştürür.

Şeffaflık, insanı parlak bir cisme dönüştürür, şiddeti de tam olarak burada başlar, sınırsız özgürlük ve iletişim vaadiyle varlıkları görünürlüğe teslim ederek teşhir zorlaması uygular. Teşhir, şeffaflığın mesafe ve sır istemediği her şeyin ayan beyan bir şekilde kendisini sergilemesini istediği bir amacı yerine getirir. Teşhir sayesinde her birey kendi reklam nesnesine dönüşür, her şey sergi değeriyle ölçülür, her şey dışa döndürülmüş, deşifre edilmiş, çıplaklaştırılmış, soyulmuş, ortaya serilmiş durumdadır, teşhir ve ifşa etmenin aşırılığı şeyleri, tüm sırlarından arınmış olarak derhal tüketilmeye açık bir emtia haline dönüştürür (Han, 2017, s. 27-28). Neoliberal yönetimselliğin sergilemeye mecbur kıldığı insan, görünür olduğu ve kendini sergilediği müddetçe var olur. Bu haliyle de artık günümüz

dünyası, mahrem olan değerlerin panayır havasında sergilendiği, satıldığı ve tüketildiği bir pazar yeridir (Han, 2017, s. 53). Görünmez ve sergi değeri olmayan bireyler, yeni yönetimsellikte yok hükmündedir. Dolayısıyla bu durum, apaçıklık olarak şeffaflık toplumunda kendisini ifade eder.

Şeffaflık toplumu aynı zamanda bir kontrol toplumdur. Fakat bu kontrol toplumunun panoptik yapısı özel bir karakter taşır. Klasik panoptikonda (disiplin toplumunda) yalıtılmış mahkûmların aksine kontrol toplumunun panoptikonun sakinleri birbirleriyle yoğun bir biçimde iletişimde bulunur ve ağlar oluşturur. Kontrol toplumunun panoptikonu artık dijital bir simaya sahiptir ve sakinlerinden beklentisi şu şekildedir: Dijital panoptikonun özgü yanını, kuruluşunda ve sürdürülmesinde sakinlerinin soyunma ve kendilerini teşhir etme yoluyla aktif olarak sürece dâhil etmesi oluşturmaktadır. Sakinler panoptik olan pazar yerinde kendilerini sergilerler. Kontrol toplumu, bireyin harici bir zorlamayla değil kendi ihtiyacı nedeniyle soyunduğunda, özel ve mahrem alanını yitirme korkusu bunları ölçüsüzce teşhir etme ihtiyacına yenik düştüğünde mükemmelliğe erişir (Han, 2017, s. 68). Dolayısıyla kontrol toplumunun panoptik merceğine, dijital mecraların sakinleri, zorlayıcı bir mekanizmadan ziyade daha çok gönüllü bir şekilde tabii olmaktadır. Dijital mecraların sakinleri aynı zamanda kendini sömüren bir kendilik girişimcisidir hem kendinin gözetleyicisidir hem de sömürenidir. Yanında hem kurbanı hem faili olduğu bir çalışma kampı taşır, kendini ışıklandıran, kendini gözetleyen bir özne olarak hem mahkûm hem gardiyan olduğu bir panoptikon taşır, böylelikle gözetleme işi tek tek herkese yayılmış olur (Han, 2019, s. 67-68). Bu durum şeffaflık aygıtıyla yoğunlaşan sömürü ve totaliterliğin, yönetsel etkisini de büyüten bir süreçtir.

NEOLİBERALİZMİN YENİ PAZARLAMA STRATEJİSİ: BÜYÜK VERİ

Hiper kapitalizm günümüzde insan varoluşunu ticari bir ilişkiler potası içerisinde eritmektedir, bugün bu ticari değerlendirmeden kaçmayı başarmış bir yaşam mecrası neredeyse yok denilebilecek düzeydedir (Han, 2020, s. 29). Büyük veri kapitalizmi olarak da ifade edilen bu süreç, “geniş bir toplumsal –ekonomik, siyasi, ideolojik- bağlamda duruyor. Ekonomide, veri ve iletişim(ler) de dahil olmak üzere (neredeyse) her şeyin neoliberal biçimde metalaştırarak özelleştirildiği” (Fuchs, 2021, s. 81) görülmektedir.

Yaşamın sınırsız bir sömürü ağı ile kuşatılması, varlığın bir kaçış alanı ihtimalinin olmayışı, büyük veri (big data) ile yakından ilişkilidir. Öncelikle büyük veri büyük bir ticari değer oluşturur, kişisel veriler kusursuz bir şekilde metalaştırılıp paraya çevrilir, kendilerine günümüzde ticari olarak sömürülebilecek veri paketleri olarak davranılan insanların ticareti yapılarak, her birisi bir meta haline dönüştürülür (Han, 2019, s. 72). Büyük veri, bu anlamıyla gündelik yaşam pratikleri içerisinde, hayatın kendisini de metalaştırır.

Büyük verinin kapitalist bir birikime yol açan anlayışının savunusunda, yerleşik argümanın mantığı şu şekildedir: “Büyük veri, temsile ya da soyutlamaya

dayılı modernist bilgi düzeyinde çalışmak yerine, “edimsel” olanın iç yüzünü anladığımı iddia eder. Bir yönetim biçimi olarak Büyük Veri Kapitalizmi, doğrusal ve doğrusal olmayan nedenselliğin yörüngelerini oluşturmakta zaman içindeki sürekliliklerin çok önemli olduğu nedensel ilişkilere odaklanmak yerine, görünüşlerin “gerçekçi” veya yüzeysel bir görünümüne dayanır” (Chandler, 2021, s.104-105). Bu durumdan kaynaklı olarak büyük veri, gündelik yaşam içerisinde mevcut gerçekliğimizi ve sosyal yapıyla olan ilişkimizi dönüştürdüğünü öne sürer. Eş ifadeyle, büyük veri ön görülemez olan süreç ya da nesnelere görülebilir kılmaya çalıştığımı savlar. Bir yönetim biçimi olarak büyük veri, bu şekilde bir korelasyon oluşturarak görüş alanının genişletilmesine ön ayak oluştur, böylelikle krizleri, aksaklıkları veya belirsizlikleri sürekli savuşturduğu, etkisiz hale getirdiği veya sönmlediği düşünülür (Chanler, 2021, s. 105).

Dijital çağın patolojisini, yaşamın ve benliğin kendisini verilere indirgeyerek, günümüzde neredeyse herkesi ekonomik bir sömürü nesnesi haline dönüştürmesi oluşturmaktadır. “Kişi, kazanç sağlayan veri toplamına indirgenmektedir. Kapitalizm günümüzde bir gözetleme kapitalizmine doğru gidiyor. Gözetleme sermaye yaratır. Dijital platformlar bizi sürekli olarak gözetliyor ve yönlendiriyor” (Han, 2022, s.67). Fikirlerimiz, duygularımız ve amaçladığımız her şey sömürüye içerik oluşturuyor. Dijital çağ her şeyin ölçülebilir ve hesaplanabilir olduğuna inanır ve yaşamı şu şekilde nicelikleştirir: Beden otomatik olarak verileri kaydeden cihazlarla donatılır. Beden sıcaklığı, kandaki şeker, alınan ve harcanan kalori miktarı, bedenin sahip olduğu yağ miktarı ölçülür, hareket profili oluşturulur. Meditasyon sırasında kalp atış ritmi hesaplanır, rahatlama esnasında bile performans ve verimlilik dikkate alınır. Bu sürecin yanında hissiyat, ruh hali ve gündelik rutinler protokole geçer. Kendini ölçme ve kontrol etmenin bedensel ve zihinsel performansı artırması istenir. Fakat bu sırada toplanan yığın halindeki veriler “Ben kimim?” sorusuna cevap vermez, çünkü kendilik artık felsefi bir izlekten yoksun hale gelmiştir (Han, 2019, s. 67).

Verileştirilen yaşam, mutlak bir kontrol oluşturur. Diğer bir ifadeyle büyük veri, insan davranışlarına sızarak olası semptomları teşhis etmeyi mümkün kılar. Bu sayede gelecek hesaplanabilir ve dahası manipüle edilebilir bir kıvama gelir. Neoliberalizmin psikopolitik bir aracı olarak işleyen büyük veri, insanları bir kukla gibi oynatabilmekte ve bir egemenlik bilgisi üretebilmektedir. Bu da muhataplarının farkına varmadan insan ruhuna müdahale etmeyi ve onu etkilemeyi olası kılmaktadır. Dijital psikopolitika insan kişiliğini ölçülebilir ve yönetebilir bir nesne derekesine indirger. Dolayısıyla büyük veri, özgür irade kavramının sonuna gelindiğinin de duyurusudur (Han, 2020, s. 31). Büyük veri ile insan, üstün bir bilgi öznesi ya da bilginin asli faili olmaktan çıkar. Çünkü artık bilgi, makine marifetiyle üretiliyor, verilere dayalı bilgi üretimi, insan öznesi ve bilinci olmadan yol kat ediyor, eş deyişle muazzam veri yığınları bilgi üreticisi olarak insanı merkezi konumundan tasfiye ediyor (Han, 2022, s. 92).

Artık insanın kendisi bir veriye dönüşerek, yönetilebilir bir büyüklük olarak moleküler atıklara indirgenmektedir. Bu noktada insanın düşünmesine gerek kalmayacak bir atmosfer de büyük veri ile yaygınlaşır. Düşünme aynı zamanda bilgi üretme sürecidir. Bu bilgi üretme süreci her şeyden önce sınırlı ve yavaş bir üretme kapasitesiyle işleyen ve daha çok yaşamın anlamı üzerine inşa edilen özgün ve nitelikli kavramsal bir bilgi üretimi olarak işler. Fakat büyük veri, işlemciler yoluyla hız eksenli ve kavramaktan/düşünmekten yoksun bir şekilde yalnızca verileri hesaplar. Dolayısıyla büyük veri, sadece veriler ve sayılarla düşünüp konuşur, bir bağlam ve anlam haritası yoktur.

Büyük verinin, her şeyi hesaplanabilir ve ölçülebilir bir niteliğe dönüştürmesi “veriperverlik” kavramını ortaya koymaktadır. Diğer bir deyişle, dataizm. “Dataizm ikinci bir Aydınlanma olarak ortaya çıkmıştır” (Han, 2019, s. 64). Aydınlanma, akılı yaşamın temel merkezi dinamiği olarak konumlandırırken ve her şeyin akıl eksenli olması gerekliliğini buyururken, dataizm “her şey veri ve enformasyon olmalıdır” şeklinde bir buyruk verir. “İkinci Aydınlanmaya ruhunu veren şey bu veri totalitarizmi ya da veri fetişizmidir. Bütün ideolojileri geride bırakabileceğine inanan dataizm bizzat bir ideolojidir” (Han, 2019, s. 65). Bu ideoloji, dijital totalitarizmin bizatihi mimarisi olarak da gelişir. Enformasyon rejiminin dataizmi totaliter karakter sergiler, bütüncül bilgiyi amaçlar, algoritmik işleme elde edilen veriyi, ereksel anlamda dataizm, olan ve olacak olan her şeyi hesaplamak ister (Han, 2022, s. 14). Bu doğrultuda dataizm için rasyonel düşünen ve hesaplayan insana ihtiyaç yoktur, önemli olan tek şey onun için veridir. Verinin toplanması, depolanması, denetim ve analizi, ekonomik ve siyasi çıkarlar bağlamında bir işleve dönüşür (Fuchs, 2021, s. 81).

Dataizmin savunucuları, insanlık tarihinde ilk defa toplum hakkında bütüncül veriye sahip olunduğunu ve bu sayede toplum yönetiminin daha kolay ve sağlıklı olacağını ifade ederler (Han, 2022, s. 40). Oysaki artan dijital totaliterliğin makineleri; akıl, duygu ve iletişimden yoksundur. Algoritmalar, yapay zekâlar ve büyük veri gibi dijital makineler, giderek artan şekilde veri topluyor, depoluyor, işliyor, değerlendiriyor ve insanları ekonomik, siyasi ve gündelik yaşamda oyun dışı bırakan kararlar alıyor (Fuchs, 2021, s. 75). Bütün bu gelişmeler, dijital iktidar aygıtlarının egemenliğini büyüten bir süreç olarak, neoliberalizmin paralelinde gelişim göstermektedir.

SONUÇ

Kapitalizmin kendi içerisinde bir aşama ve bir dönem olarak konumlanan dijital toplum, geleneksel ya da alışlagelen modern toplum yapılarından oldukça uzak ve farklı dinamikleri kendi içerisinde taşımaktadır. Her şeyden önce dijital teknolojilerin hâkim üretim araçlarına dönüşmesi ve dijital platformların baskın bir var oluş mecraları olarak kendisini sergilemesi, iletişim alanında sınırsız bir ilişki/etkileşim kurma alanı sunması ve devasa boyutta enformasyon akışının

olması, dijital çağın karakterini oluşturan birimler olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan, her toplumsal sistemde olduğu gibi dijital toplumda da belli bir dizi yönetsel parametreler mevcuttur. Neoliberalizm, şeffaflık ve büyük veri bu çerçevede dijital toplumdaki en önemli yönetsel aygıtlar olarak işlemektedir.

Neoliberalizm, ekonomi politik bir ideoloji olarak, muazzam bir yıkım siyasetiyle, toplumun bütün sinir noktalarına erişerek, her şeyi meta veya ticari bir mübadelenin nesnesi haline dönüştürmektedir. Örneğin; insana ve doğaya özgü olan değerler, kaynaklar, neoliberalizm teranesi altında atılarak sömürüye mahkûm edilmektedir. Öte yandan, şeffaflık toplumu söylemi, günümüz dijital toplumunu bir pornografik seyre dönüştüren anlayış olarak kendini göstermektedir. Çıplaklaşmak, dijital toplumda yönetselliği kolaylaştırır. Bu sayede de çıplak olanı sömürüye içkin kılmanın yolu engelsiz bir şekilde gerçekleşir. Şeffaflığın gösterisi aracısız bir şekilde doğrudan, pornografik bir efektle sunulur ve örtünmeyi dışlayarak gerçekleştirir. Şeffaflık, günümüz dijital toplumunda en gizil mahremiyet alanının sunulmasını ve dahası bunu bir şölen havasında gösterilmesini talep eder. Dijital toplumda şeffaflığın derecesi sömürünün şiddetiyle orantılıdır.

Sayısal bir kütleye indirgenen toplum, dijital toplumun bir başka yönetsel aygıtı olarak, büyük veri yoluyla oluşan bir süreçtir. İnsan düşüncesinin sınırlı yapısı karşısında sınırsız bir veri üretimi ve birikiminde bulanık büyük veri, dijital toplumu ticari ilişkilerin içine çekerek, her şeyi veri olarak hesaplar. Sayısallaşan veya veriye dönüşen her şey de bir meta değeri taşır. Özetle, dijital toplumun en önemli sorunsalını, sorgulanmayan yönetsel aygıtların toplumda ve bireyde yarattığı tahribatın her geçen gün daha da kritik bir noktaya evrilmesi oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Berger, L. P. ve Luckmann (2022). *Modernite, çoğulculuk ve anlam krizi modern insanın yönelimi* (M. D. Dereli, Çev.). Albaraka Yayınları.
- Brown, W. (2021). *Halkın çözülüşü: Neoliberalizmin sinsî devrimi* (B.B. Aksoy, Çev.). Metis Yayınları.
- Chandler, D. (2021). *Büyük veri eleştirisinde neler söz konusu? Christian Fuchs'un bölümü üzerine düşünceler*. İçinde D. Chandler. ve C. Fuchs (Ed.). Dijital nesnelere dijital özneler, (ss. 101-109). Notabene Yayınları.
- Chul Han, B. (2017). *Şeffaflık toplumu* (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Chul Han, B. (2019). *Psikopolitika neoliberalizm ve yeni iktidar teknikleri* (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Chul Han, B. (2020). *Şiddetin topolojisi* (D. Zaptçioğlu, Çev.). Metis Yayınları.
- Chul Han, B. (2021). *Kapitalizm ve ölüm dürtüsü* (Ç. Tanyeri, Çev.). İnka Kitap.
- Chul Han, B. (2022). *Enfokrazi dijitalleşme ve demokrasinin krizi* (M. Özdemir, Çev.). Ketebe Yayınları.
- Chul Han, B. (2022). *Palyatif toplum günümüzde acı* (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Chul Han, B. (2022). *Ritüellerin yok oluşuna dair: Günümüzün bir topolojisi* (Ç. Tanyeri, Çev.). İnka Kitap.
- Crary, J. (2023). *7/24 Geç kapitalizm ve uykuların sonu* (N. Çatlı, Çev.). Metis Yayınları.
- Crary, J. (2023). *Yeryüzü yakılıp yıkılırken: Dijital çağda kapitalizm sonrası dünya* (T. Birkan, Çev.). Metis Yayınları.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri*. (Selçuk Beşir Demir vd., Çev.). Ankara: Siyasal kitabevi.
- Dardot, P. ve Laval, C. (2022). *Bitmeyen kâbus: Neoliberalizm demokrasiyi nasıl ortadan kaldırıyor* (F. Keskin, Çev.). Sel Yayınları.
- Dumenil, G. ve D. Levy. (2009). *Kapitalizmin marksist iktisadı*. (S. Pelenk, Çev.). İletişim Yayınları.
- Faulkner, M. (2014). *Marksist dünya tarihi neandertallerden neoliberallere* (T. Öncel, Çev.). Yordam Yayıncılık.
- Foucault, M. (2013). *Güvenlik, toprak, nüfus, Collège De France dersleri (1977-1978)* (F. Taylan, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2015). *Hapishanenin doğuşu* (M. A. Kılıçbay, Çev.). İmge kitapevi.

Foucault, M. (2019). *Biyopolitikanın doğuşu Collège De France dersleri (1978-1979)* (A. Tayla, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Fuchs, C. (2021). *Büyük veri kapitalizmi çağında Karl Marx*. İçinde D. Chandler. ve C. Fuchs (Ed.). *Dijital nesnelere dijital özneler*, (ss. 75-101). Notabene Yayınları.

Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin kısa tarihi* (A. Onocak, Çev.). Sel Yayınları.

Haiven, M. (2018). *Radikal hayalgücü ve iktidarın krizi* (K. Kelebekoğlu, Çev.). Sel Yayıncılık.

Lyon, D. (2006). *Gözetlenen toplum: Günlük hayatı kontrol etmek* (G. Soykan, Çev.). Kalkedon Yayınları

Revel, J. (2012). *Foucault sözlüğü* (V. Urhan, Çev.). Say Yayınları.

Rousseau, J. J. (1986). *İnsanlar arasındaki eşitsizliğin kaynağı* (R. N. İleri, Çev.). Say Yayınları.

İŞGAL ALTINDAKİ İSTANBUL'UN MİLLİ MÜCADELE YANLISI GAZETELERİ

Gülcennet ÖZTÜRK ÇELEBİ
Çukurova Üniversitesi, Türkiye
gcelebi@cu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-5656-7351>

<i>Atıf</i>	ÖZTÜRK ÇELEBİ, G. (2024). İŞGAL ALTINDAKİ İSTANBUL'UN MİLLİ MÜCADELE YANLISI GAZETELERİ. <i>Istanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 347-364.
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Türkiye Cumhuriyeti bir asrı geride bırakırken, Cumhuriyet'in kuruluşunun en önemli adımı olan Millî Mücadelenin ve mücadeleye çeşitli alanlarda destek veren isimlerin yeniden hatırlanması önem arz etmektedir. Bu kapsamda Millî Mücadele döneminin bir kolunu da basın oluşturmaktadır. Ancak haber üretimi, aktarımı ve dağıtımını açısından bir asrın öncesinin teknolojisi ile bugünün teknolojik olanaklarını mukayese etmek mümkün değildir. Bu nedenle 1919 yılında, üstelik işgal altındaki topraklarda gerçekleştirilen basın faaliyetleri oldukça önemlidir. Cumhuriyetin yüzüncü yılında bu faaliyetlerin yeniden hatırlatılmasını amaçlayan bu çalışma, Millî Mücadelenin başlangıcı olan 1919 ile Cumhuriyet'in ilan edildiği 29 Ekim 1923 tarih aralığını kapsamaktadır. Tasvir-i Efkar, Vakit, İkdam, İleri, Akşam, İfham ve Yenigün gazeteleri ile bu gazetelerin Millî Mücadele yanlısı tutumlarının çeşitli kaynaklardan derlenerek aktarıldığı çalışmada, mücadeleye destek olan İstanbul basını anlatılmaktadır. Çalışmada sansür ve işgal koşulları altında faaliyet gösteren ilgili basın organlarının, içinde buldukları zor koşullara rağmen hem Millî Mücadele hem de Mustafa Kemal Paşa yanlısı bir tutum sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. İlgili basın organları bu vesileyle, zafere giden yolda Millî Mücadelenin kamuoyuna aktarılması hususunda da önemli bir işlev görmüştür.

Anahtar Kelimeler: Millî Mücadele, Mustafa Kemal Paşa, Millî Mücadele Basını.

PRO – NATIONAL STRUGGLE NEWSPAPERS OF OCCUPIED ISTANBUL

ABSTRACT

As the Republic of Turkey leaves a century behind, it is important to remember the National Struggle, which was the most important step in the establishment of the Republic, and the names supported the struggle in various fields. In this context, the press constitutes one of the branches of the National Struggle period. However it is not possible to compare the technology of a century ago with today's technological possibilities in terms of news production, transmission and distribution. For this reason the press activities carried out in 1919, especially in the occupied territories are very important. The study which aims to remind us of these activities on the centennial of the Republic, covers the period between 1919, the beginning of the National Struggle and October 29, 1923, when the Republic was proclaimed. In this study, in which Tasvir-i Efkar, Vakıf, İkdam, İleri, Akşam, İfham and Yenigün newspapers and their pro-National Struggle attitudes are compiled from various sources, the Istanbul press that supported the struggle is described. The study concludes that the relevant press organs operating under censorship and occupation conditions exhibited a pro-National Struggle and pro-Mustafa Kemal Paşa attitude despite the difficult conditions they were in.

Keywords: *National Struggle, Mustafa Kemal Paşa, Press of National Struggle.*

GİRİŞ

Millî Mücadele bir halkın yokluklar içerisinde yükseldiği, işgale karşı direniş gösterdiği, içerisinde kadını, çocuğu, genci, yaşlısı onlarca isimsiz kahramanı barındıran bir mücadeledir. Böyle bir mücadelenin sonucunda kurulan Cumhuriyet artık yüz yaşındadır. Bugün bu toprakların nasıl bir mücadeleyle bizlere yurt edildiği bilinmeli ve bugünler için bütün varlığını feda etmiş hiçbir yurttaş unutulmamalıdır. Bu fikirden hareketle mücadele içinde basın durumunun da ayrıca incelenmesi gerekmektedir. Çünkü basın kamuoyunu bilgilendirme ve kamuoyunun desteğine erişme açısından son derece önemli bir işleve sahiptir. Bu kapsamda İstanbul basını da Millî Mücadele içerisinde ön plana çıkan alanlardan biridir.

Millî Mücadele döneminde basını çeşitli kriterler doğrultusunda sınıflandırmak mümkündür. Örneğin Millî Mücadele yanlısı gazeteler ve Millî Mücadele karşıtı gazeteler olarak bir sınıflandırma yapılabileceği gibi, Anadolu'da faaliyet gösteren basın ve İstanbul'da faaliyet gösteren basın şeklinde sınıflandırmak da mümkündür. Bu çalışmada da bu yönde bir sınıflandırma yapılmış ve İstanbul'da faaliyet gösteren basın organları da Millî Mücadele yanlısı ve karşıtı gazeteler olarak ayrılmıştır. Çalışma yalnızca İstanbul basınının Millî Mücadele yanlısı gazetelerini kapsamaktadır. İstanbul basınının Anadolu basınına oranla sansür merkezlerine daha yakın bir konumda bulunması, burada faaliyet gösteren basını daha zor koşullar altında çalışmak zorunda bırakmıştır. Bu durum da İstanbul basınına hayli önemli hale getirmektedir.

1918 ile 1923 yılları aralığını kapsayan süreçte bir yanda İstanbul hükümeti yer alırken diğer yanda Ankara hükümeti yer almaktadır. Bu zaman diliminde Ankara hükümeti bir Millî Mücadele yürütürken, basın da Anadolu ve İstanbul basını şeklinde ayrılmıştır (İnuğur, 2005, s. 337). Bu ayrışmada coğrafi ve siyasi pek çok koşulun etkisi de bulunmaktadır.

Millî Mücadele boyunca basını bütünüyle özgür görmek mümkün değildir. Örneğin Yunanlar İzmir'i işgal edip basına sansür uygulamış, toplantı ve yolculuk yapmak sınırlandırılmıştır. Buna rağmen Batı Anadolu'da Kuvayimillîye teşkilatı gelişmiş, kurtuluşun Anadolu'da olacağını inancıyla her yerde teşkilatlanmalar başlamıştır (Özkaya, 1985, s. 871). Elbette bu durumda bu mücadelenin yayılması ve kamuoyuna aktarılabilmesi için gazeteler önemli bir yer tutmuştur. Bu kapsamda İstanbul basınının da Millî Mücadele'ye olan desteği açısından irdelenmesi gerekmektedir. Bu amaçla oluşturulan çalışmada, Millî Mücadele döneminde İstanbul'da faaliyet gösteren gazetelere odaklanılmıştır. Dönemin koşullarının da aktarıldığı çalışmada Tasvir-i Efkâr, Vakıf, İdam, İleri, Akşam, (Öztoprak, t.y.) İfham (Güner, 1998, s. 94) ve Yeniğün (İnuğur, 2005, s. 339) gazetelerinin Mustafa Kemal Paşa ve Millî Mücadele dönemine yönelik yaklaşımları ele alınmıştır.

Mücadele döneminin zorlu koşulları ve basın emekçilerinin bu koşullardaki tutumu bugün Cumhuriyete giden yolun açılmasının köşe taşlarını oluşturmaktadır. Cumhuriyetin yüzüncü yılında bu koşulların ve tüm mücadelenin yeniden hatırlanması da çalışmayı önemli hale getirmektedir.

MİLLÎ MÜCADELE VE BASIN

Osmanlı Devleti, Birinci Dünya Savaşı'nın ardından imzaladığı Mondros Ateşkes Antlaşması'yla ağır şartlarla karşı karşıya kalmış ve bu anlaşmayla beraber itilaf devletleri Osmanlı topraklarını kuşatmıştır. Bu devletler 1 Kasım 1918 tarihinde Mondros Ateşkes Antlaşması'nın yedinci maddesi kapsamında işgallere başlamış, yayınlanan terhis emriyle ordunun silah ve cephanesi toplanmış, itilaf donanmaları İstanbul'a çıkmıştır. Yurdun pek çok bölgesine yabancı askerler yerleşmiş (Genelkurmay Harp Tarihi Başkanlığı, 1976, s. 25) ve ülke için zor günler başlamıştır. Ancak bu zorluklar bir yandan da yokluklar içerisinde yükselecek olan bir Cumhuriyet'in ön hazırlığını oluşturmuştur. Bu hazırlık Mustafa Kemal Atatürk'ün 19 Mayıs 1919 tarihinde Samsun'a adım atmasıyla beraber fitili ateşlenen Millî Mücadeleye dayanmaktadır. Bu mücadele 29 Ekim 1923 yılında Cumhuriyet'in ilanı ile taçlandırılmış ve böylece Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışıyla aslında ilan edilen yeni devletin yönetim şekli de belirlenmiştir. Bütün bu süreçler, Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde birleşen ve yurdun dört bir yanında işgale direnen bir halkın gerçekleştirdiği mücadelenin sonucudur. Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu durumu anlatan Mustafa Kemal Atatürk'ün Nutuk'ta belirttiği şu ifadeler de aslında Millî Mücadelenin yürüyeceği yolu özetlemektedir:

Efendiler, bu durum karşısında bir tek karar vardı. O da ulusal egemenliğe dayanan, kayıtsız şartsız bağımsız yeni bir Türk Devleti kurmak! İşte, daha İstanbul'dan çıkmadan önce düşündüğümüz ve Samsun'da Anadolu topraklarına ayak basar basmaz uygulamasına başladığımız karar, bu karar olmuştur (Atatürk, 2016, s. 9).

Mustafa Kemal Paşa'nın hem işgale son verme hem de yeni bir devlet kurma amacıyla çıktığı Millî Mücadele yolu, içerisinde onlarca alan barındıran bir dönemdir. Bu alanlardan biri de hiç kuşkusuz kamuoyunu bilgilendirmek için o dönemde önemli bir role sahip olan gazetelerdir. Bu dönemde Millî Mücadele yanlısı bir tutum sergileyen gazeteler hem Ankara hükümetinin duyurulması hem cephelerden hem de Mustafa Kemal Paşa'dan gelen haberlerin okuyucuya ulaştırılması açısından önemli bir işlev görmüştür. O dönemde basın, bazı gazeteler kapsamında, Cumhuriyet'e giden yolda mücadelenin destekçisi olarak tarih sahnesindeki yerini almıştır. Öyle ki Mustafa Kemal Paşa, Cumhuriyet'i ilan etmeden önce de İzmit Basın Toplantısı'nda basının temsilcileriyle bir araya gelmiş ve kamuoyunun buna hazırlanması konusunda önemli bir adım atmıştır.

Ocak 1923'te İstanbul kökenli gazetelerin yazarlarıyla gerçekleştirilen toplantı,

Lozan görüşmelerinin başladığı tarihe denk gelmektedir. Toplantıya katılanlar arasında Vakit gazetesinden Ahmet Emin Yalman, Tevhid-i Efkâr gazetesinden Velid Ebüzziya, İleri gazetesinden Suphi Nuri İleri, İkdam gazetesinden Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Tanin gazetesinden İsmail Müştak Mayokan, Akşam gazetesinden Falih Rıfkı Atay, Yenigün gazetesinden Yunus Nadi Abalıoğlu ve Kızılay Başkanı Hamit Bey yer almaktadır. Gazeteciler, burada edindikleri bilgileri gazetelerinde yazmışlardır. Bu toplantı, Atatürk'ün yurt gezisinin bir parçasıdır. Toplantıda gazeteciler aracılığıyla mesajlar veren Mustafa Kemal Paşa, halkla da bu mesajları doğrudan paylaşmıştır (Ürer, t.y.) Toplantıya katılan isimlerin Millî Mücadele döneminde İstanbul basınının temsilcileri arasında yer almaları da önemlidir.

Basın tarihi, içerisinde onlarca farklı mücadele barındıran bir alandır. Bu alan bazen ülke içerisinde siyasal mücadelelere tanıklık ederken, bazen de savaş koşullarında varlık göstermeye mecbur kalmıştır. Bu koşulların en net görüldüğü zamanlardan biri de kuşkusuz Millî Mücadele dönemidir. Bir yurdun, işgal koşullarında ve topyekûn bağımsızlık mücadelesi verdiği Millî Mücadele aynı zamanda Cumhuriyet'in kuruluşunun yapı taşlarını da oluşturmaktadır. Bugün yüzüncü yılını geride bırakan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu Millî Mücadele dönemine dayanan çabaların bir ürünüdür. Mustafa Kemal Paşa'nın liderliğinde gerçekleşen mücadelede basın emekçilerinin de katkıları bulunmaktadır. Dönemin basın organları literatürde genel olarak İstanbul Basını ve Anadolu basını ya da Millî Mücadele Yanlısı Basın ve Millî Mücadele Karşıtı Basın olarak ele alınmıştır. Millî Mücadele Yanlısı basın organları da genel olarak Anadolu Basını içerisinde değerlendirilmiştir. Bu çalışmada ise, Millî Mücadele döneminde İstanbul'da işgal ve sansür koşullarına rağmen Mustafa Kemal Paşa'ya desteğini sunmaktan çekinmeyen bazı gazete ve gazeteciler yeniden hatırlanmaktadır.

Basın tarihi içerisinde, Millî Mücadele dönemini ele alan bazı çalışmalarda odak noktası olarak belli bir yayın adı ya da belli bir il üzerinden hareket edilmektedir. Bunun dışında çalışmalarda tematik vurgular üzerinden de hareket edilmekte, örneğin 'kadın' mücadelesi ele alınmaktadır. Millî Mücadele dönemini anlatan bir çalışmada, o dönemde yapılan haberlerde "düşman" kavramının ön plana çıktığı ve Türk ordusunun kahramanlıklarının övüldüğü saptanmıştır. Ayrıca cephelerden gelen zafer haberlerine de yer verildiği, dönemin koşulları gereği kâğıt bulmakta zorlanan yazılı basının kırmızı ve yeşil mürekkep kullandığı (Ayhan, 2008, s. 96) da ayrıntı olarak yer almıştır. Bir başka çalışmada ise Millî Mücadele Döneminde Bolu ilinde yayımlanan bir gazete ele alınmış ve bu çalışmada, İstanbul basınına da değinilerek, İstanbul hükümetinin Millî Mücadele yanlısı basına sansür uyguladığı belirtilmiştir. Ayrıca Mustafa Kemal Paşa'nın adının yanına "Paşa" unvanının yazılmasının yasaklandığı (Kılıç, 2019, s. 49) ifade edilmiştir. Bu durum da aslında İstanbul basınının içinde bulunduğu işgal koşullarını özetlemektedir.

Millî Mücadele içerisinde mizah basınının da Anadolu'daki işgal hareketlerine, Millî Mücadele'ye ve Cumhuriyet'in kuruluşuna bakışı analiz edildiğinde mizah dergilerinin halkın moralini yüksek tutmak için önemli bir işlev gördüğü (Akbaba & Birbudak, 2009, s.1250) anlaşılmaktadır. Bütün bunlar dönemin koşulları içerisinde basın ne denli önemli olduğunun kanıtları arasındadır. O dönemde mücadeleye olan desteğin artırılmasının önemine binaen, halkın gönlünün alınıp idareye desteğinin artırılması için “tenvir ve irşadı”n elzem görüldüğünü (Sakal, 2003, s. 85) söylemek de mümkündür. Hem millî mücadelenin desteklenmesi hem de sonrasında Cumhuriyet'in desteklenmesi için basın da üzerine düşen görevi yerine getirmiştir.

Millî Mücadele dönemi basınına yönelik “Millî Mücadele” vurgusunun Anadolu basınında daha (Şallı, 2021, s. 877-878) çok yer aldığı fikri de bulunmaktadır. Bu durum bile İstanbul basının içinde bulunduğu sansür koşullarını net olarak göstermektedir. O nedenle açık açık mücadele destekçiliği yapan gazeteler daha büyük önem kazanmıştır. Millî Mücadele dönemini anlatan bir çalışmada, İstanbul basını içerisinde Millî Mücadeleye karşı olan yayınlar ifade edilerek söz konusu yayınların merkezin Ankara haline gelmesinden hoşnut olmadığı (Karabulut, 2012, s. 133) anlatılmıştır. Dolayısıyla Millî Mücadelenin -karşıtlarına rağmen- başarıya giden yolda basının desteğini alarak ilerlemiş olması son derece önemlidir.

İŞGAL ALTINDAKİ İSTANBUL'DA BASININ GENEL DURUMU VE MİLLÎ MÜCADELE YANLISI GAZETELER

Millî Mücadele döneminin basın faaliyetleri, mücadeleye olan desteğin artırılması, kazanılan zaferlerin duyurulması, Mustafa Kemal Paşa'dan gelen haber ve görüşlerin kamuoyuna aktarılmasında etkin bir role sahiptir. Bu süreçte işgal altındaki İstanbul'un gazeteleri Millî Mücadele yanlısı ve karşıtı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Millî Mücadele döneminde İstanbul basını içerisinde gazete ve dergiler dikkat çekmekle beraber, çeşitli kesimlerin görüşlerini yansıtan gazetelerin çok az bir kısmı haftalık olarak yayımlanırken, büyük çoğunluğu günlük olarak yayımlanmıştır. 1919-1923 yılları arasında Osmanlı sınırlarında çıkan gazete ve dergilerin sayısı üç yüzden fazladır. Bu gazetelerin yüzden fazlası siyasi nitelikte olup İstanbul'da çıkmaktadır (Güner, 1998, s. 92). Ancak bütün önemine rağmen İstanbul'da çıkan gazetelerin zor şartlarda yayımlandığı gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin İstanbul hükümeti 2 Aralık 1918 tarihinde yayınladığı genelgeyle devletin çıkarlarına aykırı olan yayınlar ve kişisel tartışmalar (Kabacalı, 1999, s. 88) da dahil bazı konularda yasak getirmiştir. Elbette bu yasaklamalar basın ve haberleşme özgürlüğü önünde bir engel oluşturmaktadır. Üstelik savaş ortamı gibi olağanüstü koşullarda halkın basın özgürlüğüne daha fazla ihtiyaç duyacağı açıktır.

İstanbul gazetelerinin kurtuluş savaşını destekleyen bölümü, 5 Şubat 1919'daki kararname ve işgalcilerin bunu daha da artıran sansürleri yüzünden gerektiği kadar sesini duyuramamıştır. Bu kapsamda mütareke dönemi gazeteleri hükümetin ve işgal kuvvetlerinin baskısı (İnuğur, 2005, s. 337) altında faaliyet göstermek zorunda kalmıştır. Sansür ve baskı gazetelerin bağımsız hareket etmesine engel oluşturmuş, Mustafa Kemal Paşa ve Millî Mücadele'den bahsetmek çoğunlukla mümkün olamamıştır. Ayrıca sansür nedeniyle Erzurum Kongresi'nden söz edilememiş, Sivas Kongresi kararlarına yer veren gazeteden de sansür nedeniyle kararların çoğu çıkarılmıştır (Baykal, 1988, s. 472). Bu durum elbette çok uzun vadeli olamamıştır. Gazeteler tüm engellemelere rağmen fırsat buldukça Millî Mücadele yanlısı tutum ve haberlerini sergilemekten geri durmamıştır.

Şubat 1919'da padişah ve sadrazamın da imzalarıyla çıkarılan sansür kararnamesiyle her türlü yayının sansür kurulunun izni olmadan basılıp yayımlanması yasaklanmıştır (Kabacalı, 1999, s. 88). Bu da tarih boyunca uygulanan sansür örneklerinden biri olarak basın hayatındaki yerini almıştır. Ancak elbette mücadele zaferle sonuçlanacağını belli ettikçe bu yasaklamalar da anlamsız kalmaya başlamıştır.

Anadolu ve İstanbul arasındaki ilişkiler Millî Mücadele döneminde hiçbir zaman kesilmemiştir. Resmi olarak gerçekleşemediği dönemlerde bile iletişim gizli bir biçimde devam etmiştir. Genel olarak gazeteler İstanbul basınının haberlerini takip etmiş ve bu haberlerden faydalanmıştır. Örneğin dış haberler ve yabancı ajansların yerleri de İstanbul'dadır. Bununla birlikte İstanbul'da çıkan haberlerin, Anadolu halkını ve gazetelerini de etkiliyor olması (Ayhan, 2008, s. 90) basının İstanbul'dan kopuk olmasını olanaksızlaştırmaktadır. Dolayısıyla İstanbul basını, Millî Mücadele açısından vazgeçilmez bir konumda bulunmaktadır. Ancak Anadolu basınının İstanbul basınına oranla özgürlük açısından daha avantajlı olduğu da ortadadır.

İşgal yıllarında İstanbul gazeteleri sansür nedeniyle istediği gibi yazamamış, yazabildikleri zamanlarda ise gazete kapanma tehlikesiyle karşılaşmıştır. Bütün bunlar nedeniyle gazete sütunları çoğunlukla boş çıkmıştır (Güner, 1998, s. 92). Ayrıca İstanbul basını hem sansür nedeniyle hem siyasi tutuklu olarak Bekirağa Bölüğü'ne kapatılma endişesiyle, hem de sıkıyönetim mahkemesinde yargılanma çekincesiyle (Kabacalı, 1999, s. 93-94) özgürce yazı yazamamıştır.

1921 yılına kadar devam eden basın sansürü daha sonra İnönü Zaferleri Ankara hükümetinin giderek güçlenmesi ve dolayısıyla şartların Millî Mücadele'den yana gelişmesi gibi etmenlerle hafiflemiştir. Bu kapsamda İstanbul basını çoğu kez Mustafa Kemal Paşa ve Millî Mücadele'den sansürsüz olarak bahsetmeye başlamıştır (Baykal, 1988, s. 473). Ayrıca Millî Mücadele'nin galibiyetle sonuçlanacağı anlaşıldıkça, Ankara'nın resmi savaş tebliğlerinin gazetelerde

yer almasına sansür kurulu engel olamamıştır. Millî Mücadeleyi destekleyen gazetelerin muhabirleri, Rumeli ya da Anadolu kavaklarından balıkçı tekneleriyle Karadeniz'e çıkıp buradaki takalardan tebliğleri almıştır (Kabacalı, 1999, s. 94). Dolayısıyla haberin bütün zorluklara rağmen halka ulaştırılmasının bir yolu mutlaka bulunmuştur. Bu nedenle İstanbul basını tarihte önemli bir yerde bulunmaktadır. Ancak o dönemdeki basının tek sorunu sansür değildir. Basının sorunlarının arasında yokluklar nedeniyle kâğıt ya da eleman eksikliği bulunmaktadır. Bu durum da dönemin savaş koşullarıyla bağlantılıdır. Bütün bunlar kapsamında işgal altındaki İstanbul'un sansür altındaki bazı gazeteleri Millî Mücadeleye destek vermekten geri kalmamıştır. Millî Mücadele yanlısı bu gazeteler Tasvir-i Efkâr, Vakit, İkdâm, İleri, Akşam, (Öztoprak, t.y.) İfham (Güner, 1998, s. 94) ve Yenigün (İnuğur, 2005, s. 339) olarak sıralanmaktadır. Bu gazetelerin her biri olanakları ölçüsünde mücadeleyi desteklemiştir.

Tasvir-i Efkâr Gazetesinin Millî Mücadele'ye Yönelik Duruşu

İstanbul basınının Millî Mücadele'yi destekleyen gazetelerinden biri olan Tasvir-i Efkâr 1861 yılında Şinasi tarafından çıkarılmaya başlanmıştır. Ancak bu tarihten sonra 31 Mayıs 1909'da ise Ebüzziya Tevfik tarafından yeniden yayımlanmıştır. Gazetenin temsilcileri Sivas Kongresi'nde Mustafa Kemal Paşa ile görüşmüş ve bu görüşmeye gazetede yer vermiştir. Tasvir-i Efkâr gazetesi ayrıca kamuoyunu İzmir'in işgali konusunda bilgilendirmek için uğraş vermiş ancak bu yazıların bir kısmı sansüre maruz kalmış ayrıca gazetenin başyazarı ve sahibi olan Velit Bey, Mustafa Kemal Paşa'nın biyografisini yayımlamıştır. Bu gazetenin yazar kadrosunu ise Velid Ebüzziyazade ve Mustafa Nazmi'nin yanı sıra Ahmet Rıza, Fazıl Ahmed Aykaç, Tahirü'l-Mevlevi, Cenap Şahabettin, Ömer Rıza Doğrul, Ruşen Eşref Unaydın, Abdülhak Hamit Tarhan, Abdül Feyyaz Tevfik, Yahya Kemal gibi isimler oluşturmaktadır (Güner, 1998, s. 94).

Millî Mücadele'nin en önemli ayaklarından biri de Kuva-yı Milliye birlikleridir. İşgale karşı direnmek amacıyla faaliyet gösteren bu birlikler Tasvir-i Efkâr gazetesinde de yer bulmuş ve Sivas Kongresi'nden gazeteye telgraflar gönderen Ruşen Eşref Bey Anadolu'da dağınık bir durumda olan Kuva-yı Milliye'nin toparlandığını aktarmıştır (Akt: Bolat, 2014, s. 156). Bu durum da Millî Mücadele'nin güçlendiğini gösteren örneklerden biridir. Öte yandan Tasvir-i Efkâr'daki yazılarla halka moral verilmeye çalışılmış ve bu kapsamda Mustafa Kemal Paşa'nın bir demecine de yer verilmiştir. Anadolu hareketinin Türk milletinin yaşamaya azimli olduğunun ispatı şeklinde değerlendirildiği yazılarda Sakarya Savaşı günleri için de şu ifadeler kullanılmıştır:

Mustafa Kemal Paşa mutlaka muzaffer olacaktır. Çanakkale'de iki defa İstanbul'u kurtaran Mustafa Kemal Paşa bu defa da vatanı kurtaracaktır. Çünkü o bütün bir ümmetin ve bütün bir milletin kurtuluş ve yükselme azmini temsil etmektedir (Topuz, 2003, s. 116).

Bu yazı aslında Mustafa Kemal Paşa'nın yurdun kurtuluşunda gazeteler açısından da nasıl konumlandırıldığıının örneğidir.

Mustafa Kemal Paşa'nın Millî Mücadele sürecindeki resmi ve biyografisinin ilk defa yayımlandığı Tasvir-i Efkâr gazetesi Kurtuluş Savaşı haberlerini okuyucusuna ulaştırmak için Aydın cephesine de muhabir göndermiştir. 1925 yılına kadar yayın hayatını sürdüren gazeteyi, Birinci Dünya Savaşı boyunca Velid Ebuzziya ve Yunus Nadi beraber çıkarmış ancak 1918 yılında ayrılmışlardır. Bu ayrılığın sonrasında Yunus Nadi Yeni Gün gazetesini çıkarmaya başlamıştır (İnuğur, 2005, s. 345). Yenigün de yine Millî Mücadele'yi destekleyen gazetelerden olmuştur.

İletişim teknolojileri kendi dönemlerinin koşulları çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bugün dünya büyük bir iletişim çağı yaşamakta ve teknik olanaklar açısından hayli ilerlemiş bir düzeye ulaşmış bulunmaktadır. Bugün yasaklanmaya çalışılacak her bilginin halka ulaştırılabilmesinin mutlaka alternatif yolları bulunabilmektedir. O nedenle ki ağ tabanlı uygulamalara keyfi engeller koymak uzun vadede işe yaramamaktadır. Ancak 1919 yılının İstanbul'u için aynı şeyleri söylemek zor görünmektedir. Halka bilgi ulaştırmak, olağanüstü işgal koşulları nedeniyle bugünden çok daha önemli bir durumdayken, bunun yolları daha zorlu olmuştur. Bir yandan işgalcilerin yasaklamaları, bir yandan ülke içerisindeki uygulamalar gazetecilere zorluklar yaşatmış, ancak her şeye rağmen mücadele yanlısı gazetecileri engellemek mümkün olmamıştır.

Tasvir-i Efkâr gazetesinin Millî Mücadele'ye olan desteği şu cümlede de görülmektedir:

Anadolu harekât-ı Milliyesinin teşebbüsüyle hâsıl olan bugünkü vaziyet, memleketi kurtarmak için elimize geçirdiğimiz son fırsat ve bu memleketin sahibi olarak yaşayabileceğimizi ispat için son imtihan vesilesidir (Akt. Bolat, 2014, s. 151).

Bu mücadelenin aslında bir var oluş savaşı olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Bütün bunlar çerçevesinde Mustafa Kemal Paşa, Sivas'ta bulunurken Velid Ebuzziya ve onun yardımcısı Ahmed Saki Bey ile iletişim kurarak, bağımsızlık hareketinin desteklenmesini istemiştir (Kabacalı, 1999, s.91). Öyle ki Millî Mücadele'ye destek veren Velid Bey 1922 yılında İstiklal Madalyası ile ödüllendirilmiş ve Lozan'a giden heyetin içerisinde de yer almıştır. Velid Bey ayrıca kurtuluş mücadelesinin siyasi zaferle tamamlanması için kamuoyu oluşturmak adına önemli bir rol oynamıştır (Fındık, 2018, s. 173). Bu durum da aslında gazetecilik faaliyetlerinin ne denli önemli olduğunun göstergelerinden biridir.

Vakit Gazetesi ve Millî Mücadele Yanlısı Tutumu

Yurdun bağımsızlığını merkeze alan Millî Mücadele basınının da desteğiyle kamuoyuna aktarılmıştır. Bu kapsamda Millî Mücadele'ye destek veren

yayınlarından biri de Vakit gazetesi olarak karşımıza çıkmaktadır. 1917 yılının Ekim ayında yayımlanan gazeteyi Ahmet Emin Yalman ile Mehmet Asım Us beraber çıkarmıştır. Yalman bu süreçte Millî Mücadele'yi desteklediği için 1919 yılında gözaltına alınmış ardından da Malta'ya sürgün edilmiştir. Böylece gazete Asım Us'la yayın hayatına devam etmiştir. Bir süre kapatılınca da Mütavakkit adıyla çıkmaya (Topuz, 2003, s. 106) devam etmiştir. Gazetenin amaçları ise şu şekilde sıralanmıştır:

Tesis ettiğimiz başlıca gaye, memleketin ihtiyacına, salâhına, feyz ve terakkisine taalluk eden muîn meselelerle meşgul olmak gerek şehrimizin ve gerek taşraların hayatına ait şeylere haricî havadisten fazla ehemmiyet vermek ve bilhassa içtimaî ve iktisadî sahalarda canlı bir faaliyet göstermeye çalışmaktır (Yücebaş & Yalçınkaya, 2020, s. 71-72).

Vakit gazetesinin yazar kadrosu Ahmed Şükrü Esmer'in yanı sıra, Reşat Nuri Güntekin, Hakkı Süha Gezgin, Ali Ekrem Bolayır, Enis Tahsin Til, Refik Ahmed Sevengil ve Halil Lütfi Dördüncü (Güner, 1998, s.94) gibi isimlerden oluşmaktadır. Millî Mücadele destekçisi Vakit gazetesi de kendisiyle benzer çizgide yayın yapan gazeteler gibi sansürden nasibini almış ancak yaşadığı baskılara rağmen kamuoyunu bilgilendirmeyi sürdürmüştür.

Yurdun işgal edilmesine tepki gösteren Vakit gazetesi Sevr Antlaşması'nı eleştiren haberler yapmış ve onun için gününü 'matem' ilan edip Türk'ün ölüm fermanını kendi eliyle imzaladığını yazmıştır (Yücebaş & Yalçınkaya, 2020, s. 69). Ayrıca Vakit gazetesinin manşetlerinde ve Asım Us'un yazılarında bağımsızlık mücadelesinin haklılığını gösteren ifadeler bulunmaktadır. Ayrıca Mustafa Kemal Paşa İstanbul'da ilk mülakatını da Vakit gazetesine vermiştir. Vakit gazetesinin 18 Kasım 1918 tarihli sayısında Mustafa Kemal Paşa'nın Mondros hakkındaki sorulara verdiği yanıtlar (Payaslı, 2020, s. 209-238) yer almıştır. Bütün bunlar Millî Mücadele'ye verilen desteğin somut adımlarını oluşturmaktadır.

Cumhuriyet'in ilanından önce yurdun çeşitli yerlerinden kurtuluş haberleri gelmekte bunların içerisinde en önemlilerinden birini de İzmir'in kurtuluşu oluşturmaktadır. Vakit gazetesi de kurtuluşa ilişkin haber yapmış ve 12 Eylül 1922 tarihli sayısında Ankara'daki kutlamalara değinmiştir. Kurtuluş müjdesinin top atılarak ilan edildiğini, halkın her kesiminin katıldığı kutlamaların sabahlara kadar sürdüğünü yazmış haberin devamında ordunun levazimatını sırtlarında taşıyan Türk kadınlara teşekkür edildiğini söylemiştir. Ayrıca İzmir Maarif Müdürü Vasıf Bey ile Saruhan Mebusu Hayati Beyin de meclisin önünde birer konuşma yaptığını da (Kara, 2017, s. 130) yazarak yaşananlarla alakalı kamuoyuna bilgi aktarmıştır. Bütün bu adımlar Millî Mücadele'nin basın ayağının da önemli olduğunun göstergelerindedir.

İkdam Gazetesi ve Millî Mücadele'ye Yönelik Tutumu

Bir mücadelenin zaferle sonuçlanmasının en önemli yollarından biri ardında bulunan kamuoyu desteğidir. Mustafa Kemal Paşa liderliğindeki Millî Mücadele de bunun bir örneğidir. Bu mücadelenin ardında bütün ömrünü geçirdiği bir yurdun işgaline razı olmayan yurttaşlar ve bu yurttaşları bilgilendirme işlevine sahip olan bazı gazeteler de bulunmaktadır. Bu gazetelerden bir diğeri de İkdam gazetesidir.

Yakup Kadri Karaosmanoğlu tarafından yönetilen gazetenin yazar kadrosunda Necmettin Sadak'ın yanı sıra, Ahmed Emin Yalman, Burhanettin Tepsi, Ali Reşat, Selim Sırrı Tarcan, Ahmed Rasim, Hüseyin Cahit Yalçın, Hüseyin Rahmi ve Ali Kemal gibi isimler yer almıştır. İkdam'ın sansür nedeniyle pek çok sayısı boş çıkmıştır. Gazete haberlerinde İzmir'in işgal edilmesini protesto eden mitinglere de yer vermiştir. İkdam gazetesinin başyazarı olan Yakup Kadri Karaosmanoğlu yazdığı makalelerde İstanbul ve Anadolu'nun zor koşullarını (Güner, 1998, s. 94) anlatmıştır. Bu yazılar aynı zamanda bir döneme, dönemin şartlarına ışık tutmaktadır. Aslında Millî Mücadele döneminde sansür altında yayın yapmak zoruna kalan bütün gazeteler o dönemin zorlu koşullarını yansıtmaktadır. Ayrıca halkın, sırtında malzeme taşıyarak cephelere ulaşmaya çalıştığı bir düzende gazetelerin özgür olmasını beklemek pek gerçekçi olmamaktadır. Bu yüzden Millî Mücadele dönemi gazeteleri yayım faaliyetleri açısından son derece önemlidir.

Gazetecilik faaliyetlerinin zorlu koşullarda devam ettiği Millî Mücadele'yi Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun yazılarında görmek mümkündür. Örneğin Karaosmanoğlu kaleme aldığı bir yazısında İstanbul basımın içinde bulunduğu durumu “gurbet ve sürgün yollarının ilk durağı burası oldu, düşünen kafalar burada kurban verdi” (Baykal, 1988, s. 474) ifadeleriyle anlatmıştır. Bu ifadeler de aslında işgal ve sansüre rağmen Millî Mücadele destekçisi gazete ve gazetecilerin başına gelenleri özetlemektedir. İkdam gazetesinde Ankara hükümetinin başarılarına da yer verilmiş ve Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya hayat verdiği ifade edilmiştir. Ayrıca Yakup Kadri Karaosmanoğlu Ankara'da Mustafa Kemal ve İsmet Paşalarla görüşüp 1921 yılında İkdam gazetesinde “800 yıl önce Sakarya vadisinde Haçlılara karşı koyan Kılıçarslan'ın yerinde, bugün İsmet Paşa'nın ordusu var” (Topuz, 2003, s.115) şeklinde ifadelere yer vermiş ve mücadelenin nasıl değerlendirildiğini özetlemiştir.

İfham Gazetesi ve Millî Mücadele'ye Bakışı

Millî Mücadele yanlısı gazetelerden bir diğeri de İfham gazetesidir. Ahmed Ferit Tek tarafından 1912 yılında çıkarılan bu gazete günlük yayım yapmıştır. Bir süre sonra kapatılan gazete 23 Temmuz 1919'da yayınlarına tekrar başlamıştır. Gazetenin müdürleri ise Yusuf Kenan'ın yanı sıra Hüseyin Ragıp ve Hasan Vehbi'dir. Mustafa Kemal Paşa'yı destekleyen İfham gazetesinin yazar kadrosunda Yusuf Akçuraoğlu ve Hamdullah Suphi Tanrıöver'in yanı sıra,

Mehmet Emin Yurdakul, Ömer Seyfettin ve Falih Rıfkı Atay (Güner, 1998, s. 94-95) gibi isimler bulunmaktadır.

İfham gazetesi ilk sayısında hak ve hakikati savunacağını belirtmiştir. Bir süre bağımsız olarak yayın hayatını sürdüren gazete, Milli Meşrutiyet Fırkası'nın kurulmasıyla beraber buranın yayın organı haline gelmiştir (Dumlu, 2019, s. 90). Millî Mücadele dönemi, savaş koşulları nedeniyle bazı imkansızlıklara da sahne olmuştur. Mücadele destekçisi halkın varını yoğunu ortaya koyduğu göz önünde bulundurulduğunda gazetelerin de aslında bolluk içerisinde olmadığı gerçeği de ortaya çıkmaktadır.

Milli Meşrutiyet Fırkası maddi imkânsızlıklar nedeniyle 1914 yılına kadar faaliyetlerini sürdürebilmiş ve sesini İfham gazetesi (Yüksel, t.y.) aracılığıyla duyurmuştur. O dönemde yaşanan olayları halka duyuran gazetede "Yevmi Siyasi ve Ticari Türk Gazetesidir" (Dumlu, 2019, s. 90) ifadesi yer almaktadır. İfham gazetesinin sahibi de takma isimle yayımladığı Turan adlı eserde milliyetçilikle ilgili fikirlerini açıklamıştır (Doğruer, 2010, s. 13). Bu da aslında gazetenin yayın çizgisini açıklamaktadır.

Milli Meşrutiyet Fırkası'nın kapanmasından sonra bu gazete de yayınlarına devam etmemiştir. İfham gazetesinin birinci dönem yayın hayatının son sayısı 9 Haziran 1913'tür (Dumlu, 2019, s.93). Daha sonra ise Milli Türk Partisi kurulmuş ve bu parti de yine Millî Mücadele'yi desteklemiştir. Mebuslar Meclisi kapanınca parti de çalışamaz duruma gelmiştir (Akt: Yetkin, 2010, s. 2) Kurucu ve yöneticilerinden olan Ahmet Ferit, Adnan Adıvar ve Hamdullah Suphi de Ankara'da Meclise katılmışlardır (Ünal, 2021, s. 234).

İfham gazetesinin ikinci yayın dönemi 1919 ve 1920 arasında gerçekleşmiştir. Gazetenin yeni dönem kadrosunda Yusuf Kenan, Hüseyin Ragıp Baydur, Hasan Vehbi, Ahmet Ferit Bey gibi isimler bulunmaktadır. Bu dönemde gazetede Millî Mücadele ile yerli ve yabancı basının haberleri de yer almıştır. İşgallere karşı düzenlenen mitinglere de yer veren gazete, Mustafa Kemal Paşa'dan gelen telgrafları da (Dumlu, 2019, s. 93-96) yayınlamıştır. Bu kapsamda İfham gazetesi de işgal ve sansür altında varlığını sürdürmüştür.

İleri Gazetesi ve Millî Mücadele Yanlısı Tutumu

İşgal altındaki İstanbul'un Millî Mücadele'yi destekleyen gazetelerinden bir diğeri de İleri gazetesidir. Gazete 1918 yılından 1924'e kadar Celâl Nuri İleri'nin yönetiminde çıkarılmıştır. Gazetenin yazar kadrosu ise Süleyman Nazif'in yanı sıra Rıza Tevfik Bölükbaşı, Cevad Rüştü, Faik Ali Ozansoy, Ahmed Refik Altınay, Tahsin Nahit, Ercüment Ekrem Talu, Suphi Nuri, Ruşen Eşref Unaydın (Güner, 1998, s. 95) gibi isimlerden oluşmaktadır. Başlangıçta Atı olan gazete 1919 yılında adını İleri olarak değiştirmiş, Kuva-yı Milliye ve Ankara hükümetini destekleyen (Topuz, 2003, s. 102) yayınlar yapmıştır. Cepheden gelen haberleri

de okuyucusuna aktaran gazete Millî Mücadele'nin kamuoyuna aktarılması açısından önemlidir.

Mustafa Kemal Paşa'nın duyurmak istediği haberlere bünyesinde yer veren gazete zor koşullar altında faaliyet göstermiştir. Celal Nuri İleri 1920 yılında İngilizler tarafından yakalanıp Malta'ya sürgüne gönderilmiş ve Malta'dan döndükten sonra da milletvekili olmuştur. 1924 yılına kadar yayınlarına devam eden İleri gazetesi, Suphi Nuri İleri tarafından 1944 yılında yeniden (İnuğur, 2005, s. 338) yayınlarına başlamıştır. İleri gazetesi de Millî Mücadele'ye destek veren diğer gazeteler gibi İzmir'in kurtuluşuna yer vermiş ve "İstanbul'da Bayram" başlıklı bir haber yayımlamıştır.

Ordumuz yarın sabah Sakarya Zaferinin sene-i devriyesine tesadüf eden saatte kuvva-yi kulliyesiyle güzel İzmir'e giriyor. Üç sene, üç ay, yirmi beş günden beri vuslat bekleyen sevgili İzmir yarın arslan süvarilerimizin yetiştireceği sancağa kavuşacaktır... Yunan ordusunun Anadolu'nun harem-i ismetinde boğulduğuna yarınki 10 Eylül sabahı bütün dünya şahid olacaktır (Kara, 2017, s. 126).

İzmir'in kurtuluşu genel olarak Millî Mücadele dönemi basınında büyük bir coşkuyla ele alınmıştır.

Akşam Gazetesi ve Millî Mücadele'ye Bakışı

Millî Mücadele destekçisi gazetelerden bir diğeri de Akşam gazetesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazete ilk sayısını 20 Eylül 1918 tarihinde yayımlamıştır. Gazetenin yayımlanmaya başlamasından sonra Mondros Mütarekesi imzalanmış ve İstanbul İngiliz, Fransız zırhlılarıyla doldurmuştur (Topuz, 2003, s. 100). Böylece gazete işgal altındaki İstanbul'da yayın faaliyetlerine başlamıştır. Elbette bu durum gazetenin yayınlarına yönelik sansür yaklaşımlarını da beraberinde getirmiştir.

Akşam gazetesini Necmettin Sadak, Falih Rıfkı Atay, Kazım Şinasi Dersan ve Ali Naci Karacan çıkarmaya başlamıştır. Millî Mücadele yanlısı bir tutum sergileyen Akşam gazetesi 30 Ağustos günü Türk ordusunun Afyonkarahisar'a girdiğini büyük başlıklarla duyurmuştur. Falih Rıfkı Atay gazetede "Günün Fıkraları" başlığıyla yazılar kaleme almış ve Millî Mücadele'ye karşı olanlara yönelik eleştiride bulunmuştur. Atay bu nedenle Harp Divanı tarafından tutuklanmıştır (İnuğur, 2005, s. 339). Tutuklamalar, sürgünler tarihin pek çok döneminde muhalif gazetecilerin karşılaştığı bir durumdur. Kimi zaman dönemin yasal düzenlemeleri, kimi zaman sansür kurulları, kimi zaman da oluşturulan baskı ortamları gazetecilerin üzerinde büyük bir yük olmuş ancak bütün bunlar hiçbir dönemde gazeteleri bütünüyle susturmaya yetmemiştir. O nedenle Millî Mücadele dönemi basını da olanakları ölçüsünde basın faaliyetlerini sürdürmüştür.

Millî Mücadele yanlısı olması nedeniyle sansür heyetinin hedefi halinde bulunan

Akşam gazetesinde Falih Rıfkı Atay'ın Anadolu hareketini destekleyen yazıları (Güner, 1998, s. 96) son derece önemli olmuştur. Topuz'a göre (2003, s. 100-101) 1919 ve 1920 yılları arasında Akşam gazetesi genelde bir haber gazetesi niteliği taşımaktadır. İstanbul'daki siyasi olaylar ve dış haberlere yer veren gazete Şubat 1921'in sonlarında Anadolu haberlerini öncelmiş ve o günden sonra zafer haberleriyle dolmuştur. Gazetenin, Temmuz 1921 tarihinde Falih Rıfkı Atay imzalı bir yazısı sansüre maruz kalmasına rağmen şu satırları içermektedir:

Anadolu harbi, hürriyet ihtilali olduğu için dünyanın en yüksek ideallerinden biri olduğu kadar, nefis koruma dediğimiz en ilkel, en basit ihtiyaçtan doğduğu için de aklı her türlü tartışmalardan alıkoyan bir zorunluluktur. Çünkü sade düşmana karşı vatan değil, katile karşı canımızı koruyoruz! (Akt. Baykal, 1988, s. 474)

Millî Mücadele yanlısı diğer İstanbul gazeteleri gibi Akşam gazetesi de İzmir'in kurtuluşunu sevinçle karşılamış ve bu zaferin İstanbul halkının sevincini artırdığını yazmıştır. 11 Eylül 1922 tarihli gazetede İstanbul'da "tahminen yüz elli bin kişinin katıldığı" kutlamalarda zafer marşları söylendiğini (Kara, 2017, s. 129) yazan gazete Millî Mücadele'ye olan desteğini yine göstermiştir.

Yeniğün Gazetesi ve Millî Mücadele'ye Yönelik Yaklaşımı

Millî Mücadele döneminde faaliyet gösteren önemli gazetelerden bir diğeri de Yeniğün gazetesidir. 1918 yılında Yunus Nadi tarafından yayımlanmaya başlayan gazete Millî Mücadeleyi açıkça desteklediği için kapatılmış, matbaası basılmış ve ardından Yunus Nadi Anadolu'ya geçmeye karar vermiştir. Yeniğün 10 Ağustos 1920 tarihinden itibaren yayımlarına burada devam etmiştir. Gazetenin İstanbul'daki sayılarında Nebizade Hamdi ve Zekeriya Sertel yer alırken, Ankara'daki yayın kadrosunda ise Mahmut Esat ve Muhittin Bey bulunmaktadır (İnuğur, 2005, s. 339-340). Gazete Ankara'ya geçtikten sonra da Millî Mücadele'ye olan desteğini sürdürmüş ayrıca başlığına Anadolu'da kelimesini eklemiştir (Kabacalı, 1999, s. 93). Böylece yeni yerinde ve yeni adıyla yayımlarına devam etmiştir.

İstanbul hem işgal koşulları hem de coğrafi konumu gereği basın açısından zorlu zamanlara sahne olmuştur. Yeniğün gazetesi de bu zorluklardan nasibini almıştır. Yeniğün gazetesi 11 Ekim 1919 tarihinde çıkan sayısında Mustafa Kemal Paşa ile yapılan bir konuşmaya yer vermiştir. İstanbul'daki son sayısında ise bazen zor şartlar altında kaldıklarını belirterek seslerini çıkaramadıklarını yazmıştır (Topuz, 2003, s. 104). Nitekim gazete uğradığı baskıların sonunda da Ankara'ya taşınmıştır. Daha sonra Anadolu'da Yeniğün adını alan gazetede Meclis haberleri, resmi tebliğler, dönemin gelişmeleri ve dış haberler de yer almıştır. Cephelerden haberler de elbette gazetenin konuları arasındadır (Arıkan, t.y.). 1924 yılından itibaren yeniden İstanbul'da yayımlanmayı sürdüren gazete bu kez Cumhuriyet adıyla faaliyetlerine devam etmiştir. Ankara'daki yayın hayatı boyunca halk

yönetimi ve cumhuriyet kavramlarını destekleyen (Canpolat, 2020, s. 377) bir çizgide bulunan gazete Millî Mücadele'yi desteklemesi açısından önemli bir duruş sergilemiştir.

Gazeteler pek çok dönemde kamuoyu oluşturulması açısından önemli olmuştur. Bu önem toplumun yeniliklere hazırlanmasını da içerebilmektedir. 14 Eylül 1920 tarihinde Yunus Nadi'nin yazdığı bir yazıda memleketin yeni bir idarenin hasretini çektiği belirtilmiş ve inkılap rüzgarına halk hükümeti fikriyle başlanması (Canpolat, 2020, s.382) gerektiği belirtilmiştir. Bu ifade esasen Cumhuriyet'e uzanan yolun da örneklerinden birini oluşturmaktadır. Yunus Nadi'nin Mustafa Kemal Atatürk'ün gerçekleştirdiği inkılaplardan önce yazılar yazarak kamuoyu (Aydoğan, 2018, s. 419) oluşmasına destek olduğu yönündeki fikirler, onun yazılarının içerikleriyle de örtüşmektedir. Bu durum da o dönemde gazetelerin ne denli önemli olduğunun göstergesidir.

Basın kendi döneminin koşulları çerçevesinde dünden bugüne vazgeçilmez bir konumda bulunmaktadır. Millî Mücadele dönemi basını da gazetelerle öne çıkmakta ve bu gazeteler halka ulaşılması açısından işlevsel bir nitelik kazanmaktadır. İşgal koşullarının da etkisiyle personelden kâğıda, gazetelerin ihtiyaçlarını karşılamak güç olsa da mücadele ruhu bu güçlüğü aşılması konusunda tetikleyici olmuş ve nitekim zafer Mustafa Kemal Paşa liderliğinde Millî Mücadele destekçilerinin olmuşur.

SONUÇ

Mustafa Kemal Atatürk'ün kurduğu Cumhuriyet bir asrı geride bırakmıştır. Ancak Cumhuriyet'e giden yolun son derece zorlu koşullarla örüldüğünü bilmek gerekmektedir. Bu yolun en temel taşları Millî Mücadele sürecinde verilen çabalarla örülmüştür. Bir halk varlığıyla, yoksulluğuyla bütün gücünü vatani kurtarmaya adanmış ve bu kurtuluş Mustafa Kemal Atatürk'ün ilan ettiği Cumhuriyet'le taçlanmışur. Bu açıdan Millî Mücadele ve bu dönemin mücadele kolları oldukça önemlidir.

Millî Mücadele döneminde Mustafa Kemal Paşa'dan gelen görüşlerin yanı sıra cephelerden gelen haberler de kamuoyuna gazeteler aracılığıyla ulaştırılmışur. Ancak o dönemin zorlu koşullarından elbette basın mücadelesi de etkilenmiştir. Millî Mücadele dönemi basını genel anlamda Anadolu basını ve İstanbul basını olarak ikiye ayrılmakta ve İstanbul basını da Millî Mücadele yanlısı gazeteleri açısından önem arz etmektedir.

Millî mücadele döneminin İstanbul gazeteleri yoğun sansür altında faaliyet gösterirken, Mustafa Kemal Paşa'ya desteklerini de her fırsatta yazmışlardır. Mustafa Kemal Paşa'dan ve cephelerden gelen haberler de Millî Mücadele yanlısı gazetelerin önemli konularından olmuşur. Bu dönemin en önemli gazeteleri ise Tasvir-i Efkâr, Vakit, İkdâm, İleri, Akşam, İfham ve Yenigün'dür. Bu gazeteler

sansürden fırsat buldukları oranda Millî Mücadele ve Mustafa Kemal Paşa yanlısı haberler yapmıştır. Mücadelenin zaferle sonuçlandığı anlaşıldıkça da gazeteler üzerindeki sansür gevşemeye başlamış ve en nihayetinde de beklenen olmuş ve Millî Mücadele zaferle sonuçlanmıştır. Bu süreçte İstanbul'un gazeteleri de kamuoyunun bilgilendirilmesi açısından önemli bir işlevi yerine getirmiştir.

İşgal altındaki İstanbul'un sansüre rağmen yayın yapan gazetelerini yeniden hatırlatması açısından önemli olan bu çalışma, Cumhuriyet'e giden yolun aslında ne kadar zorlu koşullarla yüründüğünü göstermesi açısından da önemlidir. Sonuç olarak topyekûn bir mücadelenin önemli bir ayağı olan basın, işgal kuvvetleri ve sansür kuruluna rağmen Millî Mücadele sürecinde Mustafa Kemal Paşa yanlısı yayınlarını sürdürmüş ve içinde yaşadığımız toprakların kurtuluşu ermesinde üstüne düşen görevi yerine getirmiştir.

KAYNAKÇA

- Atatürk, G. M.K. (2016). *Gençler için fotoğraflarla Nutuk*, (A. Berktaş, Ed), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Akbaba, B., Birbudak T. S. (2009). Millî Mücadele ve Cumhuriyet dönemi mizah basınında Mustafa Kemal Atatürk imajı, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29, 1250-1274.
- Arıkan, M. (t.y.). Anadolu’da Yenigün gazetesi, <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/anadoluda-yenigun-gazetesi/> adresinden 15 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Aydoğan, P. (2018). Yunus Nadi ve köycülük düşüncesi, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 73(2), 419 – 452. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002504
- Ayhan, B. (2008, 1 Şubat). Olağanüstü durumlarda toplumsal dayanışma ve bütünleşmeye basının katkısı: Millî Mücadele dönemi Türk basını, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 75 – 99.
- Baykal, H. (1988). Millî Mücadele’de basın, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 4(11), 471-480.
- Bolat, B. (2014, 1 Haziran). Millî Mücadele taraftarlığından Cumhuriyet karşıtlığına Velid Ebuzyiya, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, XIV/28, 149-174.
- Canpolat, M. (2020). Millî Mücadele yıllarında Anadolu’da Yeni Gün Gazetesi’nde Cumhuriyet, cihan inkılabı ve millî komünizm meseleleri, *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 377-409, <http://doi.org/10.32739/uskudarsbd.6.11.80>.
- Doğruer, M. (2010). *Mütareke Dönemi yayın organlarından “İfham” Gazetesi*, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı.
- Dumlu, M. (2019). *Millî Meşrutiyet Fırkasından Millî Türk Fırkasına İfham Gazetesi*, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Fındık, B. (2018). Millî Mücadele’de aktif bir kişilik: Velid Ebuzyiya, *Vakanüvis - Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 168-188.
- Genelkurmay Harp Tarihi Başkanlığı. (1976). *Türk devrimi ve Kurtuluş Savaşı*, Gnkur. Basımevi.
- Güner, Z. (1998). Millî Mücadele’de Türk kamuoyunu oluşturan basın. *Erdem*, 31, 89-104.
- İnuğur, N. (2005). *Basın ve yayın tarihi*, (5. Baskı), Der Yayınları.

Kabacalı, A. (1999). *Türk basınında demokrasi*, 2. bs., T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Kara, N, N. (2017). İşgal altındaki İstanbul basınında İzmir'in kurtuluşu, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, XVII(35), 121-136.

Karabulut, U. (2012). Ankara'nın başkent ilan edilmesine İstanbul basınıının tepkileri, *Tarih İncelemeleri Dergisi*, XXVII (1), 131-148.

Kılıç, F. (2019). Millî Mücadele döneminde Türkoğlu Gazetesi, *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, 36, 49-64, <https://doi.org/10.26650/YTA2019-628333>

Özkaya, Y. (1985, 1 Temmuz). Millî Mücadele başlangıcında basın ve Mustafa Kemal Paşa'nın basınıla ilişkileri, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 1(3), 871 – 91.

Öztoprak, İ. (t.y.). Millî Mücadele basını, <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/milli-mucadele-basini/> adresinden 08 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.

Payaslı, V. (2020). Asım Us ve Vakit: Millî Mücadele yıllarına dair genel bir değerlendirme (1919-1920), *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, XXXVI (102), 201-254, <https://doi.org/10.33419/aamd.815929>

Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi*, (2. baskı). Remzi Kitabevi.

Sakal, F. (2003). Millî Mücadele'de ve Cumhuriyet'in ilk döneminde propaganda ve tanıtım çalışmaları, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 19 (55), 83-103.

Şallı, H. (2021). Bölgesel kurtuluştan Millî Mücadele'ye Edirne'nin Sesi: Trakya Paşaeli Gazetesi". *Karadeniz Araştırmaları*, XVIII/72: 875-904.

Ünal, Y. (2021). Türk demokrasi tarihi araştırmalarına bir katkı: Milli Türk Fırkası ve Parti programının değerlendirilmesi, *ORSAM*, 13(2), 233-254.

Ürer, L. (t.y.). İzmit basın toplantısı, <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/izmit-basin-toplantisi/> adresinden Erişim Tarihi: 10 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.

Yetkin, B. (2010). *Millî Türk Fırkası'nın sesi İfham Gazetesi'nin Mütareke Dönemi'ne bakışı (1919-1920)*, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi.

Yücebaş, F., ve Yalçınkaya, A. (2020, 31 Aralık). Millî Mücadele dönemi işgal hareketleri ve dış politikasının Vakit gazetesindeki yansımaları (16 Mayıs 1919-20 Kasım 1922), *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 69-86.

Yüksel, E. (t.y.). Ahmet Ferit Tek (1878-1971), <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/ahmet-ferit-tek-1878-1971/?pdf>, adresinden 09 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.

CHATGPT'NİN FARKLI BÜYÜK DİL MODELLERİ PERFORMANSLARININ TÜRKÇEDEKİ EŞ ADLI KELİMELER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Çiğdem AYTEKİN
Marmara Üniversitesi, Türkiye
cigdem.aytekin@marmara.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-1385-9864>

Talha Bedir KARABİNA
Marmara Üniversitesi, Türkiye
talhakarabina@marun.edu.tr
<https://orcid.org/0009-0001-9730-5083>

Atf	AYTEKİN, Ç.; KARABİNA, T., B. (2024). CHATGPT'NİN FARKLI BÜYÜK DİL MODELLERİ PERFORMANSLARININ TÜRKÇEDEKİ EŞ ADLI KELİMELER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ. <i>Istanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 365-390.
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Son zamanların popüler konusu ChatGPT ve gerçekleştirdiği başarılı işler, yapay zekânın ne kadar geliştiğini ve ilerleyen yıllar için vadettiklerini bizlere göstermektedir. ChatGPT'nin hâlihazırda kullanılan Büyük Dil Modelleri arasındaki farklılıklar bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün performansları Türkçedeki eş adlı kelimeler üzerinden incelenmiştir. Büyük Dil Modelleri oluşturulurken kullanılan Doğal Dil İşleme sistemlerinde aşılması en büyük zorluklardan birisi de bu sistemlerin kelime-anlam belirsizliğini ayırt edebilme becerileridir. Bu belirsizlikleri tespit etmek amacıyla Türkçede en yaygın olarak kullanılan 200 eş adlı kelime örneklem olarak seçilmiştir. Ardından tek bir eş adlı kelimenin, aynı cümle içerisinde iki farklı anlama da gelecek şekilde iki kez kullanılmasıyla cümleler oluşturulmuş ve öncelikle ChatGPT-3.5'den sonra ChatGPT-4'den farklı anlamları tespit etmesi istenmiştir. ChatGPT'ler her iki anlamdan birini bilemediği ve bazen iki anlamı da bilemediği çıktılar üretmiştir. Amaç doğrultusunda ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4 modellerinden alınan çıktılar karşılaştırılmıştır. ChatGPT 3.5'e kıyasla daha fazla parametreye ve veri setine sahip olan ChatGPT-4, beklendiği gibi çok daha iyi bir performans göstermiştir. Başarı oranı dağılım analizi, eş adlı kelimeye göre performans değişikliği, eş adlı kelimenin karakter sayısı ve başarı oranı, istatistiksel testler yapılan diğer analizlerdir.

Anahtar Kelimeler: ChatGPT-3.5, ChatGPT-4, Büyük Dil modeli, Eş Adlı Kelime, Dil Bilimsel Belirsizlik.

ANALYZING THE PERFORMANCE OF DIFFERENT LARGE LANGUAGE MODELS OF CHATGPT ON TURKISH HOMONYMS

ABSTRACT

ChatGPT, the popular topic in recent periods, and its achievements show us how much artificial intelligence has developed and what it promises for the coming years. This study focuses on the differences between ChatGPT and its currently used Large Language Models. The performances of ChatGPT-3.5 and ChatGPT-4 are analyzed on Turkish homonyms. One major challenge faced by Natural Language Processing systems used in the generation of Large Language Models is identifying word-sense ambiguity. In order to detect these ambiguities, the 200 most commonly used synonyms in Turkish were selected as the sample. Then, sentences were formed by using a single homonym twice in the same sentence to convey two different meanings, and ChatGPT-3.5 and then ChatGPT-4 were asked to detect the different meanings. ChatGPTs generated outputs in which they could not know either of the two meanings and sometimes could not know both meanings. In line with the objective, the outputs from ChatGPT-3.5 and ChatGPT-4 models were compared. As expected, ChatGPT-4, with its larger parameters and datasets, outperformed ChatGPT-3.5. Success rate distribution analysis, performance variation based on the homonym, the number of characters of the homonym and the success rate are the other statistical tests carried out.

Keywords: *ChatGPT-3.5, ChatGPT-4, Large Language Model, Homonym, Linguistic Ambiguity.*

GİRİŞ

Yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler günümüzde her ne kadar daha çok bilgisayar mühendisliği alanı ile ilişkilendirilse de kavram aslında başta iletişim olmak üzere sağlık, endüstri, dil bilim, eğitim, psikoloji vb. gibi daha birçok alanla ilgilidir. Dolayısı ile her bilim alanı kendi bakış açısı ile araştırmalar yapmakta ve insanlık için olası çeşitli senaryoları uzun bir süredir tartışmaktadır.

ChatGPT, OpenAI tarafından geliştirilen bir yapay zekâ sohbet robotudur. Kullanıma sunulduğu günden beri de üzerinde pek çok araştırma yapılmıştır. Bunların önemli bir kısmı onun başarılarını (örneğin, farklı versiyonların performanslarını karşılaştırma suretiyle vb.) ele alarak deterministik bir yaklaşım sunmakta, bir kısmı da (örneğin, cevabını bilmediği sorularla karşılaştığında halüsinasyon görme eğilimini olumsuzlayarak veya etik üzerine etkisini tartışarak veya eğitim alanında yaratacağı hazırcılığı tenkit ederek vb.) eleştirel bir bakış açısı getirmektedir. Bu çalışma tekno-iyimser bir bakış açısına sahiptir.

GPT'nin Büyük Dil Modelleri (Large Language Models-LLM) metin üretme, soru-cevap uygulamaları ve duygu analizi gibi birçok doğal dil işleme görevinde başarı göstermişlerdir. Büyük Dil Modelleri oluşturulurken kullanılan Doğal Dil İşleme sistemlerinde aşılması en büyük zorluklardan birisi de bu sistemlerin kelime-anlam belirsizliğini ayırt edebilme becerileridir. Bu çalışmada kelime-anlam belirsizliğinin ayırt edilebilme başarısı ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün performansları üzerinden incelenmiştir. Bu doğrultuda Türkçedeki eş adlı kelimeler (söylenişleri ve yazılışları aynı, anlamları farklı kelimeler) örneklem olarak seçilmiş ve her iki modelin bu farklı anlamları tespit etmeleri istenerek ürettikleri çıktılarının doğruluk oranları karşılaştırılmıştır. ChatGPT 3.5'e kıyasla daha fazla parametreye ve veri setine sahip olan ChatGPT-4, beklendiği gibi çok daha iyi bir performans göstermiştir.

Çalışmanın inşasındaki kuramsal çerçeve ChatGPT'nin gelişimi ve büyük dil modelleri arasındaki farklar ile eş adlılık ve belirsizlikler üzerine kuruludur ve kendi alan yazınına bu doğrultuda başvurmaktadır. Çalışma, Türkçe dilinde eş adlı kelimeler üzerinden Büyük Dil Modellerinin performans farkını ortaya koymaya öncülük etmektedir.

CHATGPT'NİN GELİŞİMİ VE BÜYÜK DİL MODELLERİ ARASINDAKİ FARKLAR

ChatGPT'nin yaygın bir şekilde kullanılmaya başladığı zamanlarda, yapay zekânın insanların yerini alıp almayacağı konusu yine gündeme gelmişti. Bu durum hakkındaki tartışmalardan birisi de Elon Musk ve eski Google CEO'su Larry Page arasında 2015 yılında daha ortada ChatGPT yokken gerçekleşmişti. Bu tartışmanın dolaylı bir sonucu olarak OpenAI kurulmuş ve başarısını ChatGPT üzerinde göstermiştir (Metz vd., 2023).

ChatGPT'nin halihazırda kullanımda olan sohbet robotu özelliği uzun bir çalışma sürecinin sonucunda ortaya çıkan bir üründür. GPT 3.5'den önce OpenAI şirketi, GPT-3 gibi sürümleri kendi internet sayfasında yazılım geliştiricilerinin kullanımı için program tasarlama arayüzü veya API olarak sunuyordu. Sohbet robotu çıkmadan önceki sürümler geniş kitleler tarafından bilinmiyordu. 2022'nin Kasım ayında sohbet robotu piyasaya sürüldüğünde OpenAI'ın bile beklemediği bir ilgiyle karşılandı (Heaven, 2023).

ChatGPT'nin bu kadar popüler olmasının sebeplerinden birisi de o güne kadar yapılmış en kapsamlı ve başarılı olarak çalışan yapay zekâ sohbet robotu olmasıydı. Robot, kullanıcıların bir sohbet robotuyla değil de bir insanla veya iş arkadaşıyla konuşuyormuş hissine kapılmasını sağlamıştı. Bu başarısının ardında şüphesiz yıllar süren bir çalışma vardı. Bu çalışmalar kullanıcı bildirimleri ve yeni teknolojik gelişmeler sayesinde halen daha devam etmektedir (Makridakis vd., 2023, s. 536).

OpenAI GPT-1, GPT-2, GPT-3 ve GPT-4 gibi farklı modeller yayınlamıştır. Her birinin eğitimi için kullanılan gittikçe artan veri seti bulunmaktadır. ChatGPT, "RLHF" (Reinforcement Learning from Human Feedback) adı verilen İnsan Geri Bildiriminden Destekli Öğrenme metoduyla geliştirilmiştir. İlk modeller yapay zekâyı oluşturan kişilerin hem kullanıcı hem de eğitici rolünde sohbet ettiği biçimde denetimle fine-tuning (*ince ayar*) adı verilen işlemle oluşturulmuştur. Bunun üzerine yine GPT mimarisini kullanan InstructGPT'yi de tanıtan OpenAI, onun ChatGPT'den farkını farklı odak noktaları ve eğitimleri üzerinden belirtmiştir. InstructGPT adından da anlaşılacağı üzere daha çok yönerge metni üretmeye odaklanmış ve adım adım rehberlik sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Buna istinaden ChatGPT daha genel amaçlı ve çeşitli metin tabanlı istemler ile sohbet üzerine kurulmuştur (Alawida vd., 2023, s. 3).

OpenAI, bir süre sonra GPT-4 mimarisini kullanan ve ücretsiz modeli GPT-3.5'ten daha gelişmiş ve güncel bir sürüm olarak hizmet veren ChatGPT Plus'ı tanıttı. Bu hizmet ile birlikte artık kullanıcılar daha fazla seçeneğe sahip olarak ChatGPT'yi eğitebiliyor ve bunun üzerine belirli alanlarda ChatGPT'yi amaçlarına uygun olarak kullanabiliyorlar. Yapabildiği görevler kendisine sorulduğunda ise cevabı şu şekildedir: Otomatik müşteri desteği ve hizmeti sağlamak, kullanıcı verisini analiz ederek kişisel içerik sunmak, bir dilden diğerine çeviri yapmak, yaratıcı içerik üretmek ve büyük veri setlerini inceleyip öngörüler sağlayarak araştırma ve analize yardımcı olmak (Makridakis vd., 2023, s. 545).

Karmaşık sorulara cevap vermesi bakımından GPT-4, GPT-3.5'e göre çok daha iyi bir performans göstermektedir. Çünkü GPT-4 aynı anda birçok farklı kaynaktan veri çekerek bunları sentezlemekte ve böylece karmaşık durumlarla başa çıkabilmektedir. GPT-4 multimodal (çok modlu) bir model üzerine kurulmuştur.

Yani, metin tabanlı olmanın yanı sıra görseller, videolar veya Excel dosyaları işleyebilmekte ve bunları üretebilmektedir. Bu özellikleri sayesinde kurumlar, reklam metni yazarları ve özel ya da profesyonel işlerini yapan kişiler tarafından kullanılmaktadır (Alawida vd., 2023, s. 9).

GPT-4 işlem kapasitesi, kelime haznesi ve eğitiminde kullanılan parametre sayısı gibi faktörlerle kıyas yapıldığında GPT-3'den nicel olarak öndedir. GPT-4 eğitilirken önceki modellere oranla fine-tuning yapılmış veri setleri ve işlemleri yüksek düzeyde kullanılmıştır. Kullanılan parametre sayısı da GPT-3 için 175 milyar iken GPT-4 için 300 milyardır (Alawida vd., 2023, s. 4).

Bu özellikler ışığında GPT-4, daha uzun metin istemlerini anlayabilmekte ve bağlamdan kopmadan cevap verebilmektedir. Fine-tuning sayesinde çeşitli konularda ve belirli alanlarda daha net sonuç sunmaktadır. Belirsizliği daha iyi anlayabilmekte ve daha net çıktılar üretebilmektedir. Aynı zamanda belirli güvenlik önlemleriyle kişilere zarar verebilecek veya etik değerlere karşı gelebilecek cevaplar vermesinin de önüne geçilmiştir (Plevris vd., 2023, s. 954).

Her ne kadar modeller arasındaki bu gözle görülür fark artmış olsa da GPT-3 ve GPT-4 güncelleme aldıkça bazı alanlarda iyileşme göstermiş, ancak bazı alanlarda da bilgisinin azaldığı veya eskisi kadar iyi cevap veremediği ortaya konmuştur. Chen vd. (2023), yaptıkları çalışmada ChatGPT'ye güncelleme yapılan zamanların belirli olmadığından bahsetmişlerdir. Bu doğrultuda 2023 Mart ve Haziran aylarında her iki modelde de aynı testleri uygulamışlardır. Onlar matematik problemleri, hassas sorular, kod yazma gibi farklı alanlarda deneyler yapmışlardır. Çalışmanın sonunda vardıkları husus ise zaman içerisinde her iki modelin de belirli alanlarda iyileşme gösterdiği, fakat bazı alanlarda da gerilediğidir. Onlara göre, Büyük Dil Modellerinin performansının eşit şekilde iyileştirilmesi zorludur. Modellerin belirli alanlardaki performansını iyileştirmek için yapılan fine-tuning işlemleri diğer alanlardaki davranış üzerinde beklenmedik yan etkiler ortaya çıkarabilmektedir.

Google da kendi yapay zekâ sohbet robotu Bard'ı 7 Şubat 2023'te kullanıma sunmuştur. ChatGPT'ye benzer şekilde sohbet sistemli çalışan Bard, kısa süre içerisinde 100 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. LaMDA (Diyalog Uygulamaları için Dil Modeli) ile çalışan Bard, ChatGPT'ye rakip olarak ortaya çıkmıştır. ChatGPT'nin ücretsiz modeli olan GPT-3.5, 2021'e kadar sınırlı olan bilgisi ve web üzerinde arama yapmadan veri tabanındaki bilgileri kullanarak cevap üretirken, Bard anlık olarak web araması yapabilmektedir. Aynı zamanda ChatGPT'nin parametre sayısının Bard'a oranla fazla olmasından dolayı da ChatGPT çeşitli görevleri daha iyi yapabilmekte ve bağlamı koruyarak cevaplar verebilmektedir. Önemli olan bir diğer faktör de Bard'ın ücretsiz olarak kullanılabilmesi, ancak GPT-4'e ancak ücretli üyelik ile erişilebilmesidir (Ram & Pratima Verma, 2023, ss. 260-261).

Lim vd. (2023), yapay zekâ sohbet robotlarının tıp alanındaki bilgisini test etmek üzere internette sıkça aranan bir konu olan miyopluk ile ilgili ChatGPT-3.5, ChatGPT-4 ve Bard'ın verdiği cevapları karşılaştırmışlardır. Buldukları sonuçlara göre ChatGPT-4 çıktılarının “iyi” olarak değerlendirilme oranı %80,6 iken, ChatGPT-3.5 için bu oran %61,3 ve Google Bard için ise %54,8'dir.

Tıp alanında bir başka çalışma da Teebagy vd. (2023) tarafından yapılmıştır. Göz Hekimliği Bilgisi Değerlendirme Programı'nın (OKAP) farklı alt kategoriler içeren sınavını hem ChatGPT-3.5 hem de ChatGPT-4'e uygulayarak elde ettikleri sonuçlara göre GPT-4, “%81'e %57; $p < 0.001$ ” oranla ChatGPT-3.5'den daha üstün gelmiştir. Bunun yanı sıra ChatGPT-4, tüm alt kategorilerde 3.5'den daha iyi performans göstermiş, sadece bir kategoride ikisinin de sonuçları eşit çıkmıştır.

ChatGPT'nin belirli vakalardaki intihar girişimi ihtimallerini değerlendiren Levkovich ve Elyosef (2023), ChatGPT-4'ün intihar girişimi ihtimallerini ruh sağlığı hekimlerinin değerlendirmeleriyle kıyasladıklarında sonuçların benzer olduğunu ortaya koymuşlardır. Aynı çalışmada ChatGPT-3.5, bu ihtimalleri hekimlerin değerlendirmelerine kıyasla göz ardı etmiştir. Bulgulara göre, intihar etme düşüncesini tespit etme konusunda ChatGPT-4 daha iyi çalışmaktadır. Buna rağmen, “psychache” olarak adlandırılan psikolojik ağrıyı tanıma konusunda ChatGPT-4'ün abartılı tahminlerde bulunduğu gözlenmiş ve bu konuda daha fazla çalışma yapılması gerektiği belirtilmiştir.

ChatGPT-4'ün birbirinden farklı alanlarda gösterdiği başarılarından birisi de hukuktur. ChatGPT için simüle edilen bir baro giriş sınavında ChatGPT-4 sınava giren kişiler arasında puan olarak ilk %10'luk dilime girerken, ChatGPT-3.5 son %10'luk dilimde kalmıştır (Ray, 2023, s. 124).

Görüldüğü gibi ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4 karşılaştırması konulu çeşitli alanlara yönelik birçok araştırma yapılmıştır. Araştırmaların büyük bir kısmı doğruluk oranının yüksekliğini konu ederken, burada sözü edilmeyen bir kısım araştırmalar ise onların insanlara göre yanlılık durumunu vb. problem olarak ele almışlardır.

EŞ ADLİLİK VE BELİRSİZLİKLER

“Eş sesli (*sesteş*)” ve “eş adlı” kavramlarını tanımlama konusunda kesin bir fikir birliği bulunmamaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüğüne göre “*sesteş*” kelimesi, “*söylenişleri aynı, anlam ve kökleri ayrı olan (kelimeler); eş sesli, homonim*” olarak tanımlanmaktadır (*Türk Dil Kurumu Sözlükleri*, 2022).

Yaygın olarak bilinen *sesteş* (eş sesli) terimi her ne kadar Türkçede belirli bir ölçüde söylenişleri aynı, anlamları farklı kelimeleri ifade etse de İngilizcede ve kimi dillerde eş seslilik kavramı, bir bakıma eş adlılığın alt başlığında bulunmaktadır. Eş adlılık kavramında önemli olan biçimin aynı, anlamın farklı

olmasıdır (Erkinay Tamtamış, 2021, s. 622). Bir diğer yazara göre de eş adlılık yerine kapsayıcı bir diğer terim eş gösterenliliktir. Dil, gösteren olduğu için somut bir niteliktedir ve eş gösterenlilik eş seslilik, eş adlılık, eş yazımlılık terimlerinin hepsini kapsayan bir üst başlık olmalıdır (Atmaca, 2013, s. 119).

Eş adlılık veya eş gösterenlilik altındaki kavramlar şu şekilde tanımlanmaktadır: Eş adlılık (*homonymy*), genel olarak yazılışı ve söylenişi aynı fakat anlamları farklı olan sözcükleri ifade etmektedir. İngilizce *bat (yarasa) – bat (sopa)*, Türkçe *ocak (eşya) – ocak (ay)* buna örnek olarak verilebilir. Eşyazımlılık (*homograph*), yazılışı aynı fakat söylenişi farklı olan sözcükleri tanımlamaktadır. İngilizce *tear (gözyaşı) – tear (yırtmak)*, Türkçe *seri (hızlı) – seri (dizi)* buna örnek olarak verilebilir. Burada her ne kadar biçimler aynı olsa da söylenişlerde vurgu veya ses farkı vardır. Eş seslilik (*homophone*) ise yazılışı farklı lakin söylenişi aynı olan kelimelerdir. İngilizce *brake (fren) – break (kırmak)*, Türkçe *grup (ekip) – gurup (güneşin batması)* da buna örnek olarak verilebilir (Hazar & Tarhan, 2013, s. 65). Bu durumda *ocak – ocak* örneğinde olduğu gibi eş adlı olan bir kelime hem eş yazımlı hem de eş seslidir. Fakat eş yazımlı olan bir kelime, eş sesli olmayabilir veya tam tersi durumda eş sesli olan bir kelime eş yazımlı olmayabilir. Her bir kelime biriminde bu durumlar dikkatle kontrol edilmelidir (Atmaca, 2013, s. 119).

Önemli olan bir diğer konu da yazılışları neredeyse aynı olan lakin küçük farklılıklarla birbirinden ayrılan ve aynı zamanda birbirlerinden farklı anlamlara gelen kelimelerin eş adlı kelime olarak kabul edilmez oluşudur. Bu hususta dikkat edilecek olan kural, seslerin üstünde bulunan düzeltme işaretidir (^). Örneğin, *mani (ruh hastalığı) – mâni (engel); hala (babanın kız kardeşi) – hâlâ (henüz)* kelimeleri düzeltme işaretiyle birbirinden farklılaşmaktadır.

Eş sesli kelimeler, konuşmayı metne çeviren sistemlerde önemli bir unsurdur. Neticede bu sistemler konuşulan metni yazıya dökmekte ve söylenişi aynı olan kelimeler arasında ayırım yapmakta zorlanmaktadır. Bu durumda ChatGPT gibi metin istemiyle çalışan bir sistemde yalnızca eş sesli (*homophone*) kelimeleri test etmek manasız olacaktır. Bunun yerine eş adlı, yani hem eş sesli hem de eş yazımlı kelimeler test edilmiştir.

Sözcükler arası anlam ilişkilerinden kaynaklı Doğal Dil İşleme sistemlerinde *belirsizlik (ambiguity)* durumu ortaya çıkmaktadır. Belirsizlikler bir sözcüğün, söz diziminin veya cümlenin birden fazla manaya gelebileceği durumlarda görülmektedir. Belirsizlikler birkaç farklı türde gerçekleşir ve bu belirsizlikleri giderme konusunda farklı yöntemler uygulanır. Bunlar dil bilimsel belirsizlik, sözcüksel belirsizlik, anlamsal belirsizlik ve söz dizimsel belirsizlik olmak üzere üç veya daha fazla şekilde gerçekleşebilir (Eyecioğlu Özmutlu, 2021, ss. 133-134).

Sözcüksel belirsizlik (*lexical ambiguity*), bir kelimenin birden çok anlama geldiği çok anlamlılık (*polysemy*) durumunda veya kelimenin eş adlı olması durumunda ortaya çıkar (Ortega-Martín vd., 2023, s. 2). Örneğin, “hayır” kelimesi tek başına sözcüksel belirsizlik oluşturmaktadır. “Hayır kurumuna hayır dedi.” ifadesi, cümle içerisinde eş adlı kelimenin farklı anlamlarda iki kere kullanılması nedeniyle sözcüksel belirsizlik oluşturmaktadır. Bazı yazarlar belirsizliğin, kelimenin biçiminde veya gramatik niteliğinde bulunmayıp anlamında bulunduğunu, bu durumun aynı zamanda anlamsal belirsizlik de oluşturduğunu vurgulamaktadır (Harsha vd., 2022, s. 1553).

Anlamsal belirsizlik (*semantic ambiguity*), cümle içerisindeki bağlam eksikliğinin birden fazla manaya yol açması durumunda gerçekleşir (Ortega-Martín vd., 2023, s. 2). Örneğin, “adam, evde otururken ayvayı yediğini fark etti.” cümlesi kişinin gerçekten bir meyve olarak ayva yediğini veya argo anlamıyla kötü bir duruma düştüğünü ve işinin bozulduğunu belirtebilir.

Söz dizimsel belirsizlik (*syntactic ambiguity*), cümle içerisindeki belirli bir söz grubunun birden fazla manaya gelecek şekilde cümle yapısında kullanılmasından dolayı oluşmaktadır (Ortega-Martín vd., 2023, s. 2). Örneğin, “adam kızı teleskopla gördü.” cümlesinden adamın kızı teleskopla görmüş olabileceği veya adamın teleskop taşıyan bir kızı görmüş olabileceği şeklinde iki farklı yorum çıkmaktadır (Eyecioğlu Özmutlu, 2021, s. 134). Bu durumda, cümle öğelerinin kullanıldığı yere bağlı olarak bir belirsizlik oluşmaktadır.

Eş adlı kelimelerin her biri sözcüksel belirsizlik (*lexical ambiguity*) oluşturmaktadır. Sözcüksel belirsizliği gidermenin yollarından birisi de cümle içerisinde belli bir bağlamla kullanılmasıdır. Aksi takdirde eş adlı bir kelimenin hangi anlamda olduğu tam olarak bilinemez. İnsanların dil bilgisi ve genel kültür becerileri, sözcüksel belirsizliği anlamada ve bunları gidermede yardımcı olmaktadır. Sözcüksel belirsizlik, özellikle belirli durumlarda kelime oyunları ve şakaları yapmak için bilerek kullanılmaktadır (Harsha vd., 2022, s. 1553).

Doğal Dil İşleme sistemlerinde sözcüksel belirsizlik “Word-Sense Disambiguation” (*WSD*) adı verilen ve “Kelime Anlam Belirsizliği Giderme” manasına gelen uygulama tarafından algılanır. Kelime Anlam Belirsizliği Giderme uygulamasının temel amacı, çok anlamlı veya eş adlı kelimeler sebebiyle cümlenin anlamının Doğal Dil İşleme sistemleri tarafından yanlış yorumlanmasını engellemektir (Harsha vd., 2022, s. 1554).

Kelime Anlam Belirsizliği Giderme uygulamalarında farklı algoritmalarla çözümler üretilmeye çalışılmıştır. Bu türler bilgi tabanlı, derlem tabanlı ve hibrit yöntemler olarak sınıflandırılabilir (Çetiner vd., 2021, s. 1). Doğal Dil İşleme sistemleri tarafından sözcüksel belirsizliğin ne kadar başarılı bir şekilde tespit

edilebildiğine dair çalışmalar bulunmaktadır. Ne var ki, bu çalışmaların birçoğu yüksek kaynaklı bir dil olan İngilizcede yapılmıştır. Türkçede yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır.

Ortega-Martín vd. (2023), yaptıkları deneysel çalışmada ChatGPT'nin dil bilimsel belirsizlikleri tespit etme konusundaki güçlü ve zayıf yanları belirtmişlerdir. Ayrıca, çalışmayı yüksek kaynaklı olan İngilizce dili özelinde yapmayı bir sınırlandırma olarak değerlendirip farklı bir yüksek veya düşük kaynaklı dil kullanılması durumunda sonuçların değişebileceğini vurgulamışlardır.

Liu ve Fang (2023), eş adlı sözcükleri bulunan özel isimlerle yaptıkları çalışmada çıkardıkları sonuçta, özel olarak bunun için eğitilmiş bir Büyük Dil Modeline kıyasla ChatGPT'nin henüz bu ayrımı başarılı bir şekilde yapma konusunda sınırlı olduğunu belirtmişlerdir. Bunun sebepleri arasında genel amaçlı kullanılan Büyük Dil Modelinin alanla ilgili sınırlı bilgisini göstermişlerdir. Ayrıca Büyük Dil Modelinin belirli bir alanla ilgili muhakeme yeteneğinin, özellikle eğitilmiş bir modele kıyasla daha az olmasından dolayı bu modellerin ilgili ayrımları tam olarak yakalayamayacağını açıklamışlardır. Yine de ChatGPT'nin ve Büyük Dil Modellerinin metinsel muhakeme gerektiren istemler için veya etiketli verilerin az olduğu durumlarda bilgi grafiği oluşturmaya yardımcı olmada gelecek vaat eden bir yönünün olduğunu vurgulamışlardır.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, ChatGPT-3.5 (ücretsiz) ve ChatGPT-4 (ücretli) Büyük Dil Modellerinin Türkçedeki eş adlı kelimelerin anlamlarını ayırt etmedeki başarılarını ayrı ayrı ölçmek ve bu yolla iki model arasındaki performans farkını ortaya koymaktır. Çalışma eş adlı kelimeler üzerinden bu farkı ortaya koymaya öncülük etmekte ve ChatGPT-4'ün gelecek vaat eden potansiyelinin altını çizmektedir.

Araştırma Verilerinin Hazırlanması ve Örneklem

Eş adlı kelimelerin tespiti ile ilgili internet üzerinden yapılan araştırmada bu kelimelerin yayımlandığı pek çok web sitesine rastlanmıştır (<https://www.dilbilgisi.net/>, <https://turkcealesi.net/>, <https://www.turkdilbilgisi.com/> gibi). Ayrıca bu kelimeleri içeren Yuva Yayınları tarafından yayımlanan “Resimli, Eş Anlamlı, Eş Sesli, Zıt Anlamlı Kelimeler Sözlüğü” (Eren, 2014), Parıltı Yayınları tarafından yayımlanan “Eşanlamlı Zıt Anlamlı Eşsesli Kelimeler Sözlüğü” (Kolektif, 2017) ve Ata Yayınları tarafından yayımlanan “Eşanlamlı Zıt Anlamlı ve Eş Sesli Kelimeler Sözlüğü” (Komisyon, 2023) olmak üzere üç kitap da bulunmaktadır. Başka bir çalışmada ise derli toplu, bilimsel bir sesteş (bu çalışmadaki karşılığı eş adlı) kelimeler sözlüğünün henüz mevcut olmadığı belirtilmektedir (Doğan, 2020, s. 229). Bu doğrultuda, araştırmada ele alınacak eş adlı kelimeler bahsedilen tüm kaynakların içinde en çok tekrar edilmiş

olanlardan seçilmiştir. Daha sonra bu eş adlı kelimelerin kaynaklarda verilen anlamları TDK Sözlüğündeki anlamlar ile karşılaştırılmıştır. Eş adlı kelimelerin kaynaklarda verilen bazı anlamlarının sözlükte geçmediği tespit edildiğinden bu kelimeler araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu yolla 200 eş adlı kelimededen oluşan bir veri tabanı elde edilmiştir. Dolayısıyla örneklem, olasılıklı olmayan örneklem türlerinden biri olan amaçlı (kasıtlı) örneklemdir.

ChatGPT'ye doğru istem girmek çıktının başarısı açısından önemli bir görevdir. Liu ve Fang'a göre (2023), iyi yapılandırılmış istemler oluşturmak GPT-3 gibi modellerin performansını önemli ölçüde artırarak daha doğru ve tutarlı çıktılar üretmelerini sağlayabilir. İstem ifadesinin, bağlamının ve biçiminin dikkatlice değerlendirilmesi, modelin anlayışını ve çıktı üretimini büyük ölçüde etkileyerek daha iyi bir görev performansı elde edilmesini sağlayabilir. OpenAI ise ChatGPT çıktılarında daha iyi sonuçlar elde etmek için gereken altı stratejiyi şu şekilde sıralamaktadır: *1-daha alakalı yanıtlar almak için sorgunuza ayrıntıları ekleyin, 2-modelden bir kişiliği benimsemesini isteyin, 3-girişin farklı bölümlerini açıkça belirtmek için sınırlayıcıları kullanın, 4-bir görevi tamamlamak için gereken adımları belirtin, 5-örnekler sağlayın, 6-çıktının istenen uzunluğunu belirtin (OpenAI, 2023).*

ChatGPT'nin başarı ölçümü için kullanılan istem kalıbı, farklı alternatifler denendikten sonra aşağıdaki biçimde tespit edilmiş ve tüm eş adlı kelimeler için yapılandırılmıştır:

“[cümle]” cümlesindeki “[kelime]” kelimeleri hangi anlamlara geliyor?

Örnek olarak, hayır kelimesine ilişkin istem:

“hayır kurumuna hayır dedi.” cümlesindeki “hayır” kelimeleri hangi anlamlara geliyor? biçimindedir.

ChatGPT-3.5'in bu istem için verdiği çıktı ise aşağıdaki gibidir:

“hayır kurumuna hayır dedi.” cümlesindeki “hayır” kelimeleri şu anlamlara gelebilir:

1. İlk “hayır”: Bu “hayır,” olumsuz bir yanıtı ifade eder. Yani kişi bu belirli bir kuruma veya teklife “hayır” demiş, kabul etmemiş veya reddetmiş demektir.

2. İkinci “hayır”: Bu “hayır,” muhtemelen bir hayır işi yapan kuruluşu veya yardım amaçlı bir kurumu ifade eder. Yani kişi, bu tür bir kuruma yapılan bağışı veya yardımı reddettiği anlamını taşır.

Cümlenin anlamı, bağlama ve kullanılan dile bağlı olarak değişebilir; ancak genel olarak “hayır” kelimesi olumsuz bir yanıtı veya bir kuruma yapılan bağışın reddedildiğini ifade etmek için kullanılır.

“hayır” eş adlı kelimesinin TDK Sözlüğündeki anlamları ise aşağıdaki şekildedir:

- “Yok, öyle değil, olmaz” anlamlarında onamama, inkâr bildiren bir söz.
- İyilik, karşılık beklenmeden yapılan yardım.

Görüldüğü gibi “hayır” kelimesine ilişkin istemin ChatGPT-3.5 çıktısı, onun iki farklı anlamını -her ne kadar ters sırada belirtmiş olsa da- doğru olarak değerlendirdiğini göstermektedir.

Bu yolla yazarlar 200 eş adlı kelimenin her biri için ayrı olmak üzere, eş adlı kelimenin her iki anlamını da aynı cümlede kullanan kasıtlı cümleler oluşturmuşlardır. Oluşturulan cümleler bağlam, biçim, anlam gibi özellikler bakımından uzman bir dil bilimci tarafından kontrol edilmiş ve eksiklikler giderildikten sonra istem ekranına taşınmıştır (örnek cümleler: “*mahalledeki tavşan ustasından bana tavşan motifli bir tepsi yapmasını istedim.*”, “*dedem ona aldığı mestleri görünce mest oldu.*”, “*papağanıma verdiğim katı yiyeceklerin onun katısına dokunmaması için dikkat etmeliyim.*”, “*ülkenin emiri vergilerin 3 akçe olacağına dair yeni emir yayınladı.*”, “*asmalardan toplanan üzümleri koruk yapmak için dama asma işini bana verdiler.*”).

Daha sonra bu cümleler ChatGPT-3.5 ve 4.0’e ayrı ayrı istem olarak girilmiş ve çıktılarda yer alan anlamlar doğru bilinenler için “1” ve yanlış bilinenler için “0” olmak üzere veri tabanına işlenmiştir. Bu değerler veri tabanının "ChatGPT-3.5'in 1. anlam başarısı", "ChatGPT-3.5'in 2. anlam başarısı", "ChatGPT-4'ün 1. anlam başarısı" ve "ChatGPT-4'ün 2. anlam başarısı" başlıklı sütunlarında yer almışlardır.

Bu noktada şu hususları da belirtmek gerekir:

Kasıtlı cümlelerde eş adlı kelimeler ek de alabilmişlerdir. Örnek olarak, “*hayır kurumuna hayır dedi.*” istemindeki hayır kelimelerinin eki yokken, “*ocak tanıtımı ocakta yapılacak.*” istemindeki ocak kelimelerinin birinde -de/da eki bulunmaktadır. Bazı cümlelerde ise her iki eş adlı kelime de ek alabilmiştir. Diğer yandan, kullanılan tüm ekler çekim ekidir (isim/fiil çekim ekleri). Zira yapım ekleri eklendiği kelimenin hem anlamını hem de türünü değiştirmektedir.

ChatGPT’ye istem olarak girilen 200 cümledeki bazı eş adlı kelimeler, cümle içindeki kullanımda ses düşmesine uğrayabilmiştir. Örnek olarak, “*rahman ve rahim olan Allah ana rahmindeki tüm bebeklerin koruyucusudur.*” istemindeki “rahim” eş adlı kelimesi “rahmindeki” biçiminde kullanılmış ve böylelikle ses düşmesine uğramıştır.

ChatGPT’ye istem olarak girilen 200 cümledeki eş adlı kelimeler, cümle içindeki kullanımda ünsüz yumuşamasına uğrayabilmiştir. Örnek olarak, “*dededen kalan bozuğu çalmak istedim, ancak akordu bozuktu.*” istemindeki “bozuk” eş adlı kelimesi “bozuğu” biçiminde kullanılmış ve böylelikle ünsüz yumuşamasına uğramıştır.

Tablo 1’de veri tabanından örnek bir kesit görülmektedir.

Tablo 1.

Veri Tabanından Örnek Bir Kesit

Eş adlı kelime	ChatGPT-3.5'in 1. anlam başarısı	ChatGPT-3.5'in 2. anlam başarısı	ChatGPT-4'ün 1. anlam başarısı	ChatGPT-4'ün 2. anlam başarısı
açık	1	1	1	1
açma	1	1	1	1
ağ	1	1	1	1
ağız	0	1	1	1
ahu	1	0	1	1
akar	0	1	1	1
akide	1	1	1	1
akrep	1	1	1	1
alay	1	1	1	1
arı	1	1	1	1

Araştırmanın Sınırlılıkları

ChatGPT'ye ilişkin sınırlılıklar

- İstem çıktıları ChatGPT-3.5 için 16.10.2023-17.12.2023 tarihleri arasında istenmiştir. ChatGPT-4 için ise bu tarihler 09.01.2024-15.01.2024 aralığındadır. Dolayısı ile her iki model için bu zaman aralıklarındaki iyileştirmeler araştırmanın sınırlılığı kapsamında değerlendirilebilir.
- Bir diğer sınırlılık ise ChatGPT-3.5'in bazen ayrıntılı (doyurucu) bir çıktı üretmesi, ancak kimi zaman da aşağıda görüldüğü gibi çok sınırlı bir çıktı üretmesi ile ilgili durumlardan oluşmaktadır. Örneğin, burada "bere" eş adlı kelimesinin 2. anlamı hiç açıklanmamıştır.

İstem:

"bere ve eldiven takmış olmama rağmen ormanda ağaç toplarken hem üşüdüm hem de ellerim yara bere içinde kaldı." cümlesindeki "bere" kelimeleri hangi anlamlara geliyor?

Çıktı:

"bu cümlede geçen "bere" kelimesi, başı örtmek ve ısıtmak amacıyla kullanılan, genellikle kış aylarında giyilen bir tür başlık anlamına gelmektedir."

İstem cümlelerine ilişkin sınırlılıklar

- İstem cümleleri "*sedir ağacından kendimize bir sedir yaptık.*" örneğinde olduğu gibi yüklemının türüne göre eylem cümlesi olabildiği gibi, "*bayramlarda çocuklara akide şekeri dağıtmak bizim dini akidelerimizdendir.*" örneğinde olduğu gibi isim cümlesi de olabilmektedir.
- İstem cümlelerinin hepsi "*traktörle ormandan odun getirmeye çalışırken*

yolda biriken mile saplanınca direksiyon milim kırıldı.” örneğinde olduğu gibi yüklemimin yerine göre kurallı cümledir. Devrik cümle veya eksilteli cümle kullanılmamıştır.

- İstem cümleleri “*heybetiyle meydana giren şah, atını şaha kaldırarak halkı selamladı.*” örneğinde olduğu gibi anlamına göre olumlu cümle olabildiği gibi, “*sağcı çatışmacılardan sağ kalan olmadı.*” örneğinde olduğu gibi olumsuz cümle de olabilmıştır. Ayrıca istem cümleleri “*hayatım farı biraz abartmışsın, benim arabanın farı o kadar parlamıyor.*” örneğinde olduğu gibi ünlem cümlesi de olabilmıştır. Soru cümlesi kullanılmamıştır.
- İstem cümleleri “*bahçedeki setin arkasındaki düzlükte birkaç set maç yaptık.*” örneğinde olduğu gibi yapısına göre basit cümle olabildiği gibi, “*biz piknikte mangalda palamut pişirirken sincaplar da palamut topluyordu.*” örneğinde olduğu gibi birleşik cümle de olabilmıştır. Ayrıca “*arkadaşım çok tetik bir çocuktü, tetiğe herkesten önce basardı.*” örneğinde olduğu gibi sıralı cümle veya “*kafkas boyundan gelenler genellikle renkli gözlü ve orta boyda olurlar.*” örneğinde olduğu gibi bağılı cümle de olabilmıştır.
- İstem cümleleri “*güreşte rakibim kulağıma pes bir tonla pes dedi.*” örneğinde olduğu gibi anlatımına göre öznal anlatımlı cümle olabildiği gibi, “*üflemleri sazlardan bazılarında saz kullanılır.*” örneğinde olduğu gibi nesnel anlatımlı cümle de olabilmıştır. Bu konuda bir ayrıma gidilmemiştir.

Eş adlı kelimelere ilişkin sınırlılıklar

- Veri tabanında yer alan bazı eş adlı kelimeler peşlerine aldıkları kelimelerle yeni bir kelime haline de gelebilmektedir. Örneğin, “ser” kelimesi için serasker ve “dar” kelimesi için de darağacı biçimindeki kelimeler TDK Sözlüğünde yer almaktadır. Böyle kelimelere istem cümlelerinde yer verilmemiştir.
- Veri tabanında yer alan eş adlı kelimelerin kullanılan bütün anlamları TDK Sözlüğünde düzeltme işareti olmadan tanımlanmaktadır. Ancak “mani” eş adlı kelimesi bu durumun bir istisnadır. Yine de bu kelimenin kullanılan her iki anlamında da TDK Sözlüğüne göre düzeltme işareti bulunmaktadır. Bu durum çalışmanın literatür bölümünde tartışılan eş seslilik durumuna işaret etmekle birlikte, çalışmada eş adlılık üst başlığı kullanılmıştır.
- Veri tabanında yer alan eş adlı kelimelerin bazıları önlere aldıkları kelimelerle TDK Sözlüğüne göre birleşik kelime oluşturabilmektedir. Örneğin, “bez” eş adlı kelimesi cümlede “sargı bezi”, “bere” eş adlı kelimesi de “yara bere” biçiminde birleşik kelime yapısında kullanılabilmıştır (birleşik kelime yapısında kelimenin hem önüne hem de sonuna ikinci kelime gelebilir).
- Veri tabanında yer alan eş adlı kelimelerin bazıları cümle içinde kullanılırken TDK Sözlüğünün verdiği Atasözleri, Deyimler, Birleşik Fiiller veya Kalıp Sözler kapsamında kullanılabilmıştır. Örnek olarak, “*öğretmenim bana cebiri*

sevdirmek için cebir kullanmak zorunda kaldı.” cümlesinde “cebir” eş adlı kelimesi “cebir kullanmak” birleşik fiili biçiminde kullanılmıştır.

- Veri tabanında yer alan eş adlı kelimeler cümle içinde kullanılırken anlam bakımından farklı türlere ait olabilmektedir. Örnek olarak, “bere” eş adlı kelimesinin “yara bere” biçimindeki kullanımı veya “ser” eş adlı kelimesinin “ser verip sır vermemek” biçimindeki kullanımı deyim anlama, “cebir” ve “baş” eş adlı kelimeleri terim anlama (matematik, anatomi), “pusula” eş adlı kelimesi somut anlama, “akide” eş adlı kelimesinin inanç anlamındaki kullanımı soyut anlama vurgu yapar. Argo anlam ve mecaz anlama yer verilmemiştir.
- Veri tabanında yer alan eş adlı kelimeler cümle içinde kullanılırken özel isim olarak kullanılmamıştır. Örnek olarak, “han” eş adlı kelimesi “*karsta ziyaret ettiğim tarihi hanı 1200’lü yıllarda ziyaret edenler arasında önceki Türk devletlerinin hanlarının da bulunduğunu öğrendim.*” cümlesinde örneğin “Cengiz Han” biçiminde kullanılmamıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Yazarlar tarafından oluşturulan kasıtlı cümlelerin farklı özellikler bakımından uzman bir dil bilimci tarafından kontrol edilmesi ve eksiklikler giderildikten sonra istem ekranına taşınması araştırmanın güvenilirliğine ilişkin bir ölçüttür. Ayrıca ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4’ün 1. ve 2. anlam başarılarının her iki yazar tarafından da aynı sonuçla veri tabanına işlenmesi “tekrarlı olduğunda da aynı sonuçlara ulaşmak” ilkesine göre yine güvenilirlik kapsamında değerlendirilmiştir. Geçerlilik ise burada ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4’ün 1. ve 2. anlam başarı oranlarına karşılık gelmektedir.

Araştırmada ChatGPT-4 tarafından önerilen yöntemlerle (başarı oranı dağılım analizi, eş adlı kelimeye göre performans değişikliği, eş adlı kelimenin karakter sayısı ve başarı oranı, istatistiksel testler) sağlanan çıktılar, yazarlar tarafından hesaplanan gerçek değerlerle karşılaştırılmıştır. Ayrıca başlangıçta öne sürülen hipotez ChatGPT-4’ün başarısının daha yüksek olacağı yönünde idi. Bu hipotez araştırma sonucunda doğrulanmış olup, onun amaç bakımından keşfedici olduğuna vurgu yapar.

Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

İstem cümleleri ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4’e Türkçe dilinde, analiz istemleri ise ChatGPT-4’e İngilizce dilinde girilmiştir. ChatGPT-4 çıktıları aşağıda Türkçe diline çevrilerek verilmiştir (şekiller hariç). Bulgular ChatGPT-4 tarafından önerilen analizler -8 tane- doğrultusunda gerçekleştirilmiş olup amaç doğrultusunda 4 tanesi kullanılmıştır.

Başarı oranı dağılım analizi (Success rate distribution analysis)

İstem: *Can you visualize the success rates both for not considering the success rates of first and second words and the first one you did?*

Çıktı: Verilen çıktı Tablo 2'ye uyarlanmıştır.

Tablo 2.

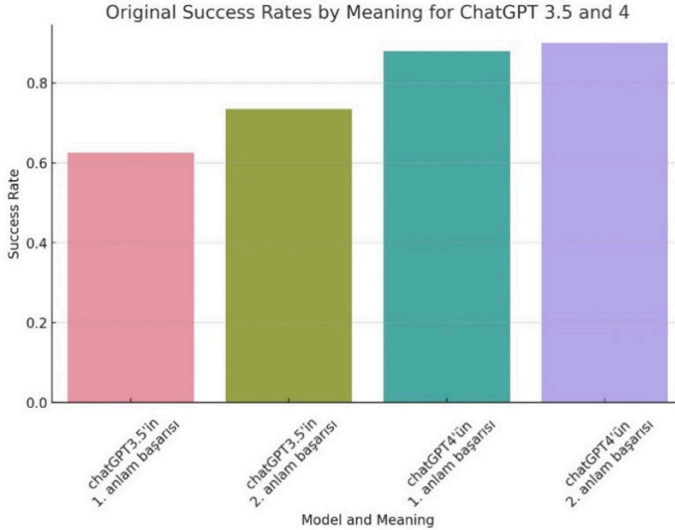
ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün Anlam Başarı Oranları

ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün Anlam Başarıları	Oranlar (%)
ChatGPT-3.5'in 1. anlam başarısı	62,5
ChatGPT-3.5'in 2. anlam başarısı	73,5
ChatGPT-4'ün 1. anlam başarısı	88,0
ChatGPT-4'ün 2. anlam başarısı	90,0

Tablo 2'de görüldüğü gibi ChatGPT-3.5'e göre daha gelişmiş bir Büyük Dil Modeli olan ChatGPT-4'ün her iki anlam başarı oranı da daha yüksektir. Ayrıca her ikisinde de eş adlı kelimenin cümledeki 2. kullanımları 1.'ye göre daha doğru olarak bilinmiştir. Bu durumun sebebi, istem cümlelerinin İngilizce dilinde olduğu gibi cümlenin sonundan başına doğru anlamlandırılmaya çalışma çabası olabilir. ChatGPT-4 tarafından verilen çıktı görselleri ise aşağıdaki gibidir.

Şekil 1.

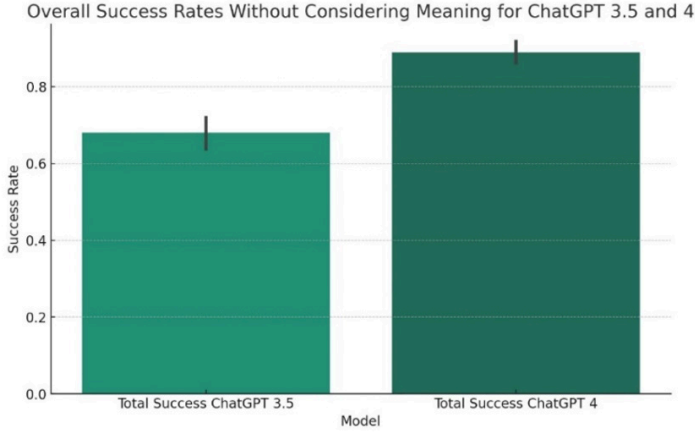
3.5 ve 4'ün Ayrı Ayrı Başarı Değerleri



(ChatGPT-4'ten alınan istem çıktısı)

Şekil 2.

3.5 ve 4'ün Toplam Başarı Oranları



(ChatGPT-4'ten alınan istem çıktısı)

Gerçek değer: Yazarlar tarafından da manuel değerlendirmeye ulaşılan sonuçlar Tablo 2, Şekil 1 ve Şekil 2'nin aynısıdır.

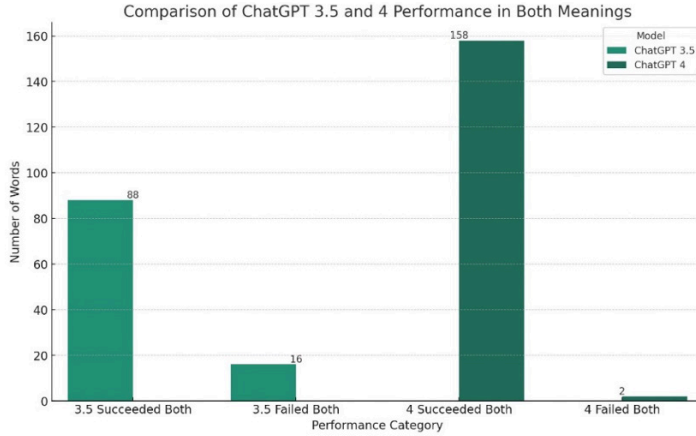
Eş adlı kelimeye göre performans değişikliği (Performance variation by word)

İstem: *Can you visualize where ChatGPT-3.5 succeeded in both meanings and where it failed in both meanings? Can you visualize where ChatGPT 4 succeeded in both meanings and where it failed in both meanings? Can you combine these two graphics into one?*

Çıktı: Verilen çıktı Şekil 3'te görülmektedir. Buna göre, ChatGPT-3.5 her iki anlamda da 200 eş adlı kelimedenden 88'inin anlamını doğru bir biçimde bilmiş, oysa her iki anlamda da 200 eş adlı kelimenin 16'sında anlamı bilmede başarısız olmuştur. ChatGPT-4 ise her iki anlamda da 200 eş adlı kelimedenden 158'inin anlamını doğru bir biçimde bilmiş, her iki anlamda da 200 eş adlı kelimenin sadece 2'sinde anlamı bilmede başarısız olmuştur. Görüldüğü gibi ChatGPT-4 ChatGPT-3.5'e göre her iki anlamı bilmede %80, bilememede ise %80 oranlarında daha başarılı olmuştur.

Şekil 3.

3.5 ve 4'ün Her İki Anlamı Bilme ve Bilememe Değerleri



(ChatGPT-4'ten alınan istem çıktısı)

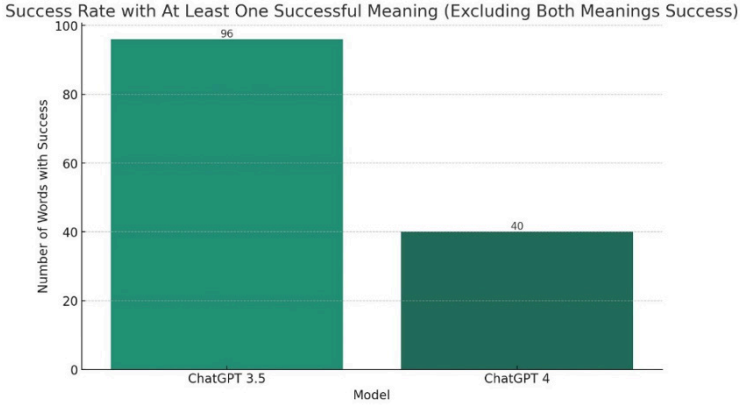
Gerçek değer: Yazarlar tarafından da manuel değerlendirmeye ulaşılan sonuçlar Şekil 3'ün aynıdır.

İstem: *Regardless of 1st meaning and 2nd meaning, can you visualize the success rate where they have at least 1? Can you exclude where they succeeded in both meanings?*

Çıktı: Verilen çıktı Şekil 4'te görülmektedir. Bu grafik, 1. anlam veya 2. anlam fark etmeksizin eş adlı kelimelerden en az birinin anlamını bilen ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'e ait değerleri görselleştirmektedir. Bu sorgu bir önceki sorgunun tersi biçimindedir. Buna göre, her ne kadar ChatGPT-3.5'in değerleri ChatGPT-4'e göre daha yüksek gözükse de aslında bu durum yanıltıcıdır. Zira ChatGPT-4'ün her iki anlamı da bildiği değerler çok yüksek olduğu için buradaki herhangi bir anlamdan sadece bir tanesini bilmeye ilişkin değerler daha düşük kalmıştır.

Şekil 4.

3.5 ve 4'ün Her İki Anlamdan En Az Birini Bilme Değerleri



(ChatGPT-4'ten alınan istem çıktısı)

Gerçek değer: Yazarlar tarafından da manuel değerlendirmeye ulaşılan sonuçlar Şekil 4'ün aynısıdır.

Eş adlı kelimenin karakter sayısı ve başarı oranı (Word length and success rate)

İstem: *Can you make this Word Length vs Success Rate analysis for the cases where both meanings are 1? Can you give me the rates for this graph?*

Çıktı: Verilen çıktı Tablo 3'e uyarlanmıştır.

Tablo 3.

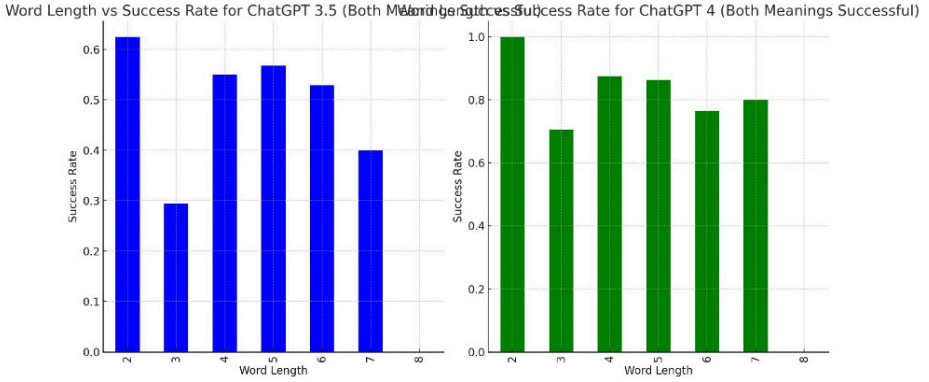
Eş Adlı Kelimenin Karakter Sayısına Göre ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4 Başarı Oranları

Eş Adlı Kelimenin Karakter Sayısı	ChatGPT-3.5 Başarı Oranları (%)	ChatGPT-4 Başarı Oranları (%)
2	62.5	100.0
3	29.4	70.6
4	55.0	87.5
5	56.8	86.4
6	52.9	76.5
7	40.0	80.0
8	0.0	0.0

ChatGPT-4'ün ChatGPT-3.5'e göre olan genel yüksek başarı oranı, eş adlı kelimelerin karakter sayılarında da belirgin bir biçimde kendini göstermektedir. Diğer yandan, her ikisinde de başarı oranları kelimelerin karakter sayısındaki artışa/azalışa göre düzgün bir dağılım göstermemektedir. Son olarak, eş adlı kelimenin karakter sayısı 8'e çıktığında hem ChatGPT-3.5 hem de ChatGPT-4 kelimenin her iki anlamını da bilememişlerdir. İlgili grafik Şekil 5'te görülmektedir.

Şekil 5.

3.5 ve 4'ün Eş Adlı Kelimenin Karakter Sayısına Göre Anlamı Bilme Değerleri



(ChatGPT-4'ten alınan istem çıktısı)

Gerçek değer: Yazarlar tarafından da manuel değerlendirmeye ulaşılan sonuçlar Şekil 5'in aynısıdır.

İstatistiksel Testler (Statistical Testing)

Bu noktada çıkarımsal istatistiksel testlerin yapılabilmesi için veri tabanına birinci olarak "eş adlı kelime türü 1" ve "eş adlı kelime türü 2" olmak üzere 2 bağımsız değişken eklenmiştir. Buna göre, ChatGPT'ye istem olarak girilen 200 cümledeki her bir eş adlı kelime, kelime türü bakımından incelenmiş ve veri tabanına kaydedilmiştir. Örnek olarak, "hayır kurumuna hayır dedi." istemindeki hayır kelimelerinin türleri sırasıyla isim ve ünlem biçimindedir. Kelime türü tespitinde TDK Sözlüğü esas alınmıştır.

Çıkarımsal testlerden ki-kare testi uygulanmıştır. Bu test aynı örnekteki kategorik değişkenleri karşılaştırmak için kullanılmaktadır.

ChatGPT-3.5 için ki-kare testi (kelime türü):

İstem: *Can you make chi-square test on this? First meaning and second meaning columns should be lines. Eş adlı kelime türü 1 and Eş adlı kelime türü 2 should be columns. I want crosstab.*

Çıktı: Tüm kategorilerin dahil edildiği ki-kare testinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

- ki-kare istatistiği: 6.00
- p-değeri: 0.307

Şekil 6.

Eş Adlı Kelime Türlerine Göre Ki-Kare Testi (ChatGPT-3.5)

Success Rate	İsim	Sıfat	Zarf	Zamir	Ünlem	Fiil
0 (Failure)	112	10	1	0	2	3
1 (Success)	218	37	7	2	2	6

P değeri yaklaşık 0,307'dir ve bu istatistiksel anlamlılık için kullanılan tipik eşik olan 0,05'ten daha yüksektir. Bu, çeşitli kelime türleri arasındaki (hem birinci hem de ikinci anlamlar için) başarı oranlarındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Daha basit bir ifadeyle, başarı oranlarının farklı kelime türleri arasında önemli ölçüde farklılık gösterdiğini gösteren güçlü bir kanıt yoktur.

Gerçek değer: Yazarlar tarafından ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün 1. ve 2. anlam başarılarına ilave olarak eş adlı kelime türü 1 ve eş adlı kelime türü 2 sütunlarının eklendiği tablo SPSS programına aktarılmış ve ki-kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda p değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Diğer bir ifade ile manuel değerlendirme sonucu ChatGPT-4 çıktısıyla aynı olmuştur.

ChatGPT-4 için ki-kare testi (kelime türü):

İstem: *Can you make chi-square test on this? First meaning and second meaning columns should be lines. Eş adlı kelime türü 1 and Eş adlı kelime türü 2 should be columns. I want crosstab.*

Çıktı: Tüm kategorilerin dahil edildiği ki-kare testinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

- ki-kare istatistiği: 1.90

- p değeri: 0.863

Şekil 7.

Eş Adlı Kelime Türlerine Göre Ki-Kare Testi (ChatGPT-4)

Success Rate	Fiil	İsim	Sıfat	Zamir	Zarf	Ünlem
0 (Failure)	1	37	6	0	0	0
1 (Success)	8	293	41	2	8	4

P değeri yaklaşık 0,863 olup istatistiksel anlamlılık için kullanılan standart eşik olan 0,05'ten çok daha yüksektir. Bu, çeşitli kelime türleri arasındaki başarı oranlarındaki farklılıkların (hem birinci hem de ikinci anlamlar için) istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Daha basit bir ifadeyle, başarı oranlarının farklı kelime türleri arasında önemli ölçüde farklılık gösterdiğini gösteren güçlü bir kanıt yoktur.

Gerçek değer: Yazarlar tarafından ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün 1. ve 2. anlam başarılarına ilave olarak eş adlı kelime türü 1 ve eş adlı kelime türü 2 sütunlarının eklendiği tablo SPSS programına aktarılmış ve ki-kare testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda p değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Diğer bir ifade ile manuel değerlendirme sonucu ChatGPT-4 çıktısıyla aynı olmuştur.

Yine bu noktada çıkarımsal istatistiki testlerin yapılabilmesi için veri tabanına ikinci olarak "eş adlı kelimelerin ek durumu" olmak üzere 1 bağımsız değişken daha eklenmiştir (eş adlı kelime türleri yerine). ChatGPT'ye istem olarak girilen 200 cümledeki her bir eş adlı kelime ek alıp almama durumuna göre incelenmiş ve ekli/eksiz biçiminde veri tabanına kaydedilmiştir.

Çıkarımsal testlerden ki-kare testi uygulanmıştır. Bu test aynı örneklemdaki kategorik değişkenleri karşılaştırmak için kullanılmaktadır.

ChatGPT-3.5 için ki-kare testi (ek durumu):

İstem: *Can you make chi-square test on this? First meaning and second meaning columns should be lines. Eş adlı kelimelerin ek durumu should be column. Can you make the test separately for each meaning?*

Çıktı: Her anlam için ayrı ayrı yapılan ki-kare testlerinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

1. anlam

- ki-kare istatistiği: 5.95

- p değeri: 0.015

2. anlam

- ki-kare istatistiği: 0.35

- p değeri: 0.554

Şekil 8.

Eş Adlı Kelimelerin Ek Alma Durumlarına Göre Ki-Kare Testi (ChatGPT-3.5)

1st Meaning:		
Success Rate	ek var	ek yok
0 (Failure)	62	13
1 (Success)	82	43

2nd Meaning:		
Success Rate	ek var	ek yok
0 (Failure)	36	17
1 (Success)	108	39

İlk anlam için p değeri yaklaşık 0,015'tir. Bu, istatistiksel anlamlılık testleri için kullanılan ortak alfa düzeyi olan 0,05'ten düşüktür. Bu durum, eş adlı kelimelerin ek durumunun birinci anlama ilişkin başarı oranları arasındaki dağılım farkının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. İkinci anlam için p değeri yaklaşık 0,554 olup 0,05'ten büyüktür. Bu da eş adlı kelimelerin ek durumunun ikinci anlam başarı oranları arasındaki dağılım farkının istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir.

Gerçek değer: Yazarlar tarafından ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün 1. ve 2. anlam başarılarına ilave olarak eş adlı kelimelerin ek durumu sütununun eklendiği tablo SPSS programına aktarılmış ve ki-kare testi yapılmıştır. Yapılan 1. ve 2. anlam analiz sonuçlarına göre, 1. anlamda p değeri 0,05'den küçük çıkmıştır. Dolayısıyla bu ilişki anlamlıdır. Oysa 2. anlamdaki p değeri 0,05'ten büyüktür ve ilişki anlamsızdır. 1. anlamdaki ilişki şunu ifade etmektedir: ChatGPT-3.5'de kelimelerin ek almama durumunda başarı oranı ek alma durumuna göre 3,3 kattan daha yüksektir. Aynı durum ek alma durumu için de geçerlidir, ancak bu oran daha düşüktür (1,3 kat). Sonuç olarak, manuel değerlendirme sonucu ChatGPT-4 çıktısıyla aynı olmuştur.

ChatGPT-4 için ki-kare testi (ek durumu):

İstem: *Can you make chi-square test on this? First meaning and second meaning columns should be lines. Eş adlı kelimelerin ek durumu should be column. Can you make the test separately for each meaning?*

Çıktı: Her anlam için ayrı ayrı yapılan ki-kare testlerinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

1. anlam
 - ki-kare istatistiği: 1.16
 - p değeri: 0.282
2. anlam
 - ki-kare istatistiği: 1.22
 - p değeri: 0.270

Şekil 9.*Eş Adlı Kelimelerin Ek Alma Durumlarına Göre Ki-Kare Testi (ChatGPT-4)*

1st Meaning:		
Success Rate	ek var	ek yok
0 (Failure)	20	4
1 (Success)	124	52

2nd Meaning:		
Success Rate	ek var	ek yok
0 (Failure)	17	3
1 (Success)	127	53

Birinci ve ikinci anlamlar için p değerleri sırasıyla 0,282 ve 0,270'tir. Bunların her ikisi de istatistiksel anlamlılık için kullanılan 0,05'lik standart eşikten daha yüksektir. Bu durum, eş adlı kelimelerin ek durumunun hem birinci hem de ikinci anlamlara ilişkin başarı oranları arasındaki dağılım farklılıklarını istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Daha basit bir ifadeyle, başarı oranlarının her iki anlam için de kelimelerin ek alma durumuna göre önemli ölçüde değiştiğini gösteren güçlü bir kanıt yoktur.

Gerçek değer: Yazarlar tarafından ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4'ün 1. ve 2. anlam başarılarına ilave olarak eş adlı kelimelerin ek durumu sütununun eklendiği tablo SPSS programına aktarılmış ve ki-kare testi yapılmıştır. Yapılan 1. ve 2. anlam analiz sonuçlarına göre, her iki anlamda da p değeri 0,05'den büyük çıkmıştır. Dolayısıyla ilişkiler anlamsızdır. Sonuç olarak, manuel değerlendirme sonucu ChatGPT-4 çıktısıyla aynı olmuştur.

Bu noktada şu hususu vurgulamak gerekir ki, kelime türleri ve ek alma durumlarına göre analiz yapılmasının sebebi, bu durumların bağımsız bir değişken olamayacağını göstermekti. Zira ChatGPT-4 eğitiminin arka planında bir sonraki öğeyi tahmin etmeye dayalı bir model bulunmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada ChatGPT-3.5 ve ChatGPT-4 Büyük Dil Modellerinin performansları Türkçedeki eş adlı kelimeler üzerinden incelenmiştir. ChatGPT-4'ün eşadlı kelimelerin anlamlarını bilme başarısı ortalamada ChatGPT-3.5'e göre 1,3 kat daha fazla oranda gerçekleşmiştir. Daha fazla parametreye ve veri setine sahip olan ChatGPT-4 için bu sonuç "beklenen" değerdir.

ChatGPT-4 ayrıca verilen tabloya göre yapılabilecek analizler konusunda

önerilerde de bulunmuştur. Bunlardan birisi eş adlı kelimenin karakter sayısına göre her iki Büyük Dil Modelinin performanslarının karşılaştırılması olmuştur. Buna göre, 8 karakter uzunluğundaki eş adlı kelimenin her iki anlamını her iki dil modelinin de bilememiş olmasına karşın, ChatGPT-4 diğer karakter sayısına sahip tüm eş adlı kelimelerde ChatGPT-3.5' e göre üstün performans göstermiştir. Bu oranlar 1,44 ile 2,4 arasında değişmektedir.

ChatGPT-4 analiz önerilerinden bir diğeri de verilen tablo üzerinde yapılabilecek istatistiksel testlerdir. Bunlardan ki-kare testi uygulanmıştır. İlk ki-kare testi eş adlı kelime türlerine göre yapılan testlerdir. Burada hem ChatGPT-3.5 hem de ChatGPT-4'de kelime türleri arasındaki başarı oranlarındaki farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bir diğer deyişle, kelime türünün isim, sıfat, zarf, ünlem vb. olması başarı oranını etkileyen değişkenler değildir. Manuel değerlendirmeye de bu durum ispatlanmıştır.

İkinci ki-kare testi eş adlı kelimenin ek alma durumuna göre yapılan testlerdir. Burada ChatGPT-3.5 için yapılan test anlamlı sonuçlara ulaşırken, ChatGPT-4 için bu durum söz konusu olmamıştır. Başka bir deyişle, bir kelime ek aldığımda ChatGPT-3.5'de buna göre başarı oranı farklılık göstermekte, ancak ChatGPT-4'de göstermemektedir. Yine manuel değerlendirmeye bu durum da ispatlanmıştır. Diğer yandan, bu farklılık Büyük Dil modellerinin değişen performansından kaynaklanmıştır. Parametre setinin genişliği, daha yeni eğitim verileri, araştırma geribildirimleri bu performans değişikliğinin nedenleri arasında sayılabilir. Ayrıca burada ChatGPT-3.5 için elde edilen anlamlı sonuç olumsuz bir performans olarak değerlendirilmektedir. Zira ek alma durumuna göre bağımlılık, Büyük Dil Modellerinin “bir sonraki veriye bakarak çıktı üretme” prensibi ile örtüşmemektedir.

Elde edilen sonuçlar, görüldüğü gibi ChatGPT-4'ün eş adlı kelimelerin farklı anlamları ile ilgili istemlere doğru çıktı üretme potansiyelini vurgulamakta ve buna ilişkin değerli içgörüler sunmaktadır. Ayrıca bu karşılaştırmalı analiz, farklı Büyük Dil Modelleri arasındaki doğruluğun detaylı bir şekilde anlaşılmasını sağlamaktadır. Dahası ChatGPT-4 tarafından önerilen analizleri de ortaya koymakta ve bunların doğruluğunu manuel değerlendirme ile hesaplanan gerçek değerlerle karşılaştırarak göstermektedir.

Son olarak, ChatGPT-4'ün Türkçe eş adlı kelimeleri anlamada ChatGPT-3.5'e göre daha iyi performans göstermesi, daha kapsamlı ve bağlama duyarlı yapay zekâ sistemlerine doğru hızla ilerlendiğini göstermektedir. Bu ilerleme sadece yapay zekânın dil işleme yeteneklerini geliştirmekle kalmamakta aynı zamanda ayrıntılı dil anlayışı gerektiren çeşitli alanlardaki potansiyel kullanımını da artırmaktadır.

KAYNAKÇA

Alawida, M., Mejri, S., Mehmood, A., Chikhaoui, B., & Isaac Abiodun, O. (2023). A comprehensive study of chatgpt: advancements, limitations, and ethical considerations in natural language processing and cybersecurity. *Information*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/info14080462>

Atmaca, E. (2013). Eski oğuz türkçesinden günümüz türkiye türkçesine eşgösterenlilik. *Dil Araştırmaları*, 12(12), 117-138.

Chen, L., Zaharia, M., & Zou, J. (2023). How is ChatGPT's behavior changing over time? <https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.09009>

Çetiner, M., Yıldırım, A., Onay, B., & Öksüz, C. (2021). KeNet ile kelime anlam belirsizliği giderme. 29th Signal Processing and Communications Applications Conference (SIU).

Doğan, E. (2020). Türkiye Türkçesinin bilinen ilk sesteş kelimeler sözlüğü lisânımızda elfâz-i müteşâbihe (1924) adlı eser üzerine. *Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi (Türklad)*, 4(2), 229-249. <https://doi.org/10.30563/turklad.794981>

Eren, U. (2014). *Resimli, eş anlamlı, eş sesli, zıt anlamlı kelimeler sözlüğü*. Yuva yayınları.

Erkınay Tamtamış, H. K. (2021). Türkçede eş adlılık. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 5(1), 619-653. <https://doi.org/10.34083/akaded.899583>

Eyecioglu Özmütlu, A. (2021). Doğal dil işleme. In *Bilgisayar Bilimlerinde Teorik Ve Uygulamalı Araştırmalar* (ss. 129-154). Efe Akademi Yayınları.

Harsha, N. S., Kumar, C. N., Sonthi, V. K., & Amarendra, K. (2022). Lexical ambiguity in natural language processing applications. 2022 International Conference on Electronics and Renewable Systems (ICEARS),

Hazar, M., & Tarhan, O. (2013). *Türk anlam bilimi terimleri sözlüğü*. Eğitim Yayınevi.

Heaven, W. D. (2023). *The inside story of how ChatGPT was built from the people who made it: MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2023/03/03/1069311/inside-story-oral-history-how-chatgpt-built-openai/>

Kolektif. (2017). *Eş anlamlı zıt anlamlı eşsesli kelimeler sözlüğü*. Parıltı Yayınları.

Komisyon. (2023). *Eş anlamlı zıt anlamlı ve eş sesli kelimeler sözlüğü*. Ata Yayınları.

Levkovich, I., & Elyoseph, Z. (2023). Suicide risk assessments through the eyes of chatgpt-3.5 versus chatgpt-4: vignette study. *JMIR Ment Health*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.2196/51232>

Lim, Z. W., Pushpanathan, K., Yew, S. M. E., Lai, Y., Sun, C.-H., Lam, J. S. H., Chen, D. Z., Goh, J. H. L., Tan, M. C. J., & Sheng, B. (2023). Benchmarking large language models' performances for myopia care: a comparative analysis of ChatGPT-3.5, ChatGPT-4.0, and Google Bard. *EBioMedicine*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.ebiom.2023.104770>

Liu, S., & Fang, Y. (2023). Use large language models for named entity disambiguation in academic knowledge graphs. Proceedings of the 2023 3rd International Conference on Education, Information Management and Service Science (EIMSS 2023),

Makridakis, S., Petropoulos, F., & Kang, Y. (2023). Large language models: their success and impact. *Forecasting*, 5(3), 536-549. <https://doi.org/10.3390/forecast5030030>

Metz, C., Weise, K., Grant, N., & Isaac, M. (2023, December 3). *Ego, fear and money: how the a.i. Fuse Was Lit*. <https://www.nytimes.com/2023/12/03/technology/ai-openai-musk-page-altman.html?smid=url-share>

OpenAI. (2023). *Prompt engineering*. <https://platform.openai.com/docs/guides/prompt-engineering>

Ortega-Martín, M., García-Sierra, Ó., Ardoiz, A., Álvarez, J., Armenteros, J. C., & Alonso, A. (2023). Linguistic ambiguity analysis in ChatGPT. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.06426>

Plevris, V., Papazafeiropoulos, G., & Jiménez Rios, A. (2023). Chatbots put to the test in math and logic problems: a comparison and assessment of chatgpt-3.5, chatgpt-4, and google bard. *AI*, 4(4), 949-969. <https://doi.org/10.3390/ai4040048>

Ram, B., & Pratima Verma, P. V. (2023). Artificial intelligence AI-based Chatbot study of ChatGPT, Google AI Bard and Baidu AI. *World Journal of Advanced Engineering Technology and Sciences*, 8(1), 258-261. <https://doi.org/10.30574/wjaets.2023.8.1.0045>

Ray, P. P. (2023). ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 121-154. <https://doi.org/10.1016/j.iotcps.2023.04.003>

Teebagy, S., Colwell, L., Wood, E., Yaghy, A., & Faustina, M. (2023). Improved performance of chatgpt-4 on the okap exam: a comparative study with chatgpt-3.5. *medRxiv*. <https://doi.org/10.1101/2023.04.03.23287957>

Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2022, 04/12/2023). <https://sozluk.gov.tr/>

GELENEKSEL VE SOSYAL MEDYADAKİ HABERLERİN EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIMA GÖRE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: DİLAN-ENGİN POLAT HABERLERİ

H. Hale KÜNÜÇEN
Başkent Üniversitesi, Türkiye
kunucen@baskent.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-9895-5830>

Aylin ÇAYDAŞ BOZBAŞ
Başkent Üniversitesi, Türkiye
aylincaydas@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2163-6062>

<i>Atf</i>	KÜNÜÇEN, H.H.; ÇAYDAŞ BOZBAŞ, A. (2024). GELENEKSEL VE SOSYAL MEDYADAKİ HABERLERİN EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIMA GÖRE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: DİLAN-ENGİN POLAT HABERLERİ. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 391-418.
------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Medya, toplumda yer alan bireylerin bilgi almalarını sağlayıcı bir görev üstlenmektedir. Ancak medya bilgi aktarma işlevini kapitalist ekonomik ve siyasi bir yapı içerisinde yerine getirir. Pazar ekonomisinin ve siyasi bir otoritenin sınırlandırdığı kapitalist toplumlarda faaliyet gösteren diğer tüm endüstriler gibi medya da kâr amacı ile hareket eder. Bunun sürdürülebilirliği için çoğunlukla iktidar ile yakın ilişkiler yürütür. Bu nedenle medyanın bilgi üretim sürecinde iktidarın denetimi söz konusudur. Bu denetime bağlı olarak kapitalist sistem içerisinde medya sahiplikleri önem kazanır. Bu durum medya sahiplerinin bilgi üretme sürecinde olduğu gibi toplumdaki bireylerin bilgi alma düzeylerinde de etkilidir. Bunun anlaşılabilirliği, ekonomi-politik incelemeyi gerekli kılar. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, geleneksel medyaya alternatif olarak yeni/ sosyal medya kanalları oluşmaya başlamıştır.

Bu çalışmada, Türk medyasında bir süredir gündemi meşgul eden Dilan Polat ve eşi Engin Polat çiftinin yargılanmalarıyla başlayan ve tutuklanmaları ile sonuçlanan haber metinleri incelenmiştir. Dilan-Engin Polat haberlerinin üretim sürecinin geleneksel ve sosyal medyada nasıl ele alındığı ekonomi-politik yaklaşıma göre karşılaştırmalı analiz edilmiştir. Çalışmada, geleneksel medya olarak iktidar ile yakınlığıyla bilinen *Demirören Holding* sahipliğindeki *Milliyet*

Geliş Tarihi: 06.06.2024 / Kabul Tarihi: 03.07.2024, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i3004

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

web portalı tercih edilmiştir. Sosyal medya olarak ise, iktidarın müdahalesinin erişim yasağı koymaktan öteye geçemediği için görece daha özgür bir ortam olduğu düşünülen X’de yer alan @Haber isimli hesapta konuya ilişkin haber metinlerinin nasıl ele alındığı incelenmiştir. Çalışma kapsamında, konuya ilişkin haber metinleri hangi medya kanalından elde edildiğine göre sınıflandırılarak ekonomi-politik yaklaşıma göre betimsel yöntem ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda konuya ilişkin haber metinlerinin ele alınış biçimlerinin ekonomi politik yaklaşım bağlamında medya sahiplikleri ve iktidar ilişkileri doğrultusunda farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Geleneksel medya, Sosyal medya, Ekonomi-politik, Milliyet, X.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF NEWS IN THE TRADITIONAL AND SOCIAL MEDIA ACCORDING TO ECONOMIC-POLITICAL APPROACH: DILAN-ENGIN POLAT NEWS

ABSTRACT

The media undertakes the task of enabling individuals in society to receive information. However, the media fulfills its function of conveying information within a capitalist economic and political structure. Like all other industries operating in capitalist societies constrained by a market economy and a political authority, the media, too, is driven by profitable motives and often maintains close relations with the government to sustain this. For this reason, the production of information by the media is subject to the control of the government; thus, media ownership gains importance within the capitalist system. This situation has an impact on the production of information by media owners as well as on the level of information received by individuals in society. The comprehensibility of this situation is based on the economic-political. With the development of technology, social media channels have emerged as an alternative to traditional media, and social media.

In this study, the news texts of the case in which Dilan Polat and her husband Engin Polat, who have been on the agenda for a while in the Turkish media, were analyzed. The news production process of the case in which Dilan-Engin Polat judged and arrested were comparatively analyzed in the context of the economic-political approach in traditional and social media. In the study, the web portal *Milliyet* owned by *Demirören Holding*, which is known to be close to the government, was preferred as the traditional media. As for social media, it was analyzed how the news texts on the issue were handled in the account named *@Haber* on the *X*, which is considered to be a relatively freer space since the government's intervention does not go beyond imposing access bans. Within the scope of the study, the news texts on the subject were classified according to the media channels from which they were obtained and analyzed comparatively with the descriptive method in the context of the economic-political approach. In line with the findings obtained, it has been determined that how news texts on the subject are handled differs in the context of the economic-political approach in line with media ownership and power relations.

Keywords: *Traditional Media, Social Media, Economic-Political, Milliyet, X.*

GİRİŞ

Günümüzde modern toplumlarda tıpkı bireyler gibi kurum ve kuruluşlar da birbirine bağımlıdır. Örneğin, bir medya kuruluşu ya da bir film yapım şirketinin farklı kurumlarla olan ilişkileri, bu sektörlerin ekonomik olarak iç içe geçtiğinin bir göstergesidir. Bu durum toplumu oluşturan siyasal yapı ile toplumun bir parçası olan kurum ve kuruluşların ekonomik ilişkilerinin bağlantısını da ortaya koyar. McQuail ve Windahl (2017, s. 265), serbest pazara dayalı sistemlerde ekonomik güçlerin çoğu zaman bir siyasal örgüt olduğunu vurgular. Medya da toplumun bir parçası olarak işlev görmekte ve toplumsal düzlemde siyasal yapı ile zorunlu olarak ilişkisini sürdürmektedir.

Bilindiği gibi, haber üretimi bilgi aktarım sürecini de içerisinde barındırmaktadır. Ancak, pek çok durumda bilgi araçlarının içeriği değerini çok çabuk yitirir (Desmoulins, 1995, s. 19). Bu durum, kısa zaman için ilgiyi üzerinde tutabilecek medyada bilgilerin bağlamına ve içeriğine uygun aktarımının önemini gözler önüne serer. Bilgi üretim süreçleri üzerindeki denetimin, mülkiyetin paylaşım tarihi ile koşut bir seyir izlediğini belirten Güngör (2022, s.143), bilgi ile uğraşanların yönetimlerin yakın denetiminde olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle 1980 sonrası çapraz tekelleşme ile bu denetim daha olanaklı bir hâle gelmiştir. Politik, ekonomik ve ideolojik sistemlerde işleri yürüten, icra eden, kararlar alan ve analiz yapan kişiler nüfusun küçük bir yüzdesini oluşturan seçilmişler sınıfından oluşur (Chomsky, 2005, s. 4). Bu seçilmişler sınıfına ek olarak Adorno'nun belirttiği gibi (2020, s. 49), medya üretimlerinin gerçekleştiği üretim merkezlerinin de az sayıda olması, bu seçilmişler sınıfından oluşan yetki sahiplerinin örgütlenmesini gerektirir. Sonuç itibarıyla haberlerin üretildiği medya kuruluşları ile haberleri üretenlerin sayıca azlığı birbirleriyle ilişki içerisinde olmalarını gerekli kılarak medya kuruluşlarının ve çalışanlarının bağımlılıklarını imler. Barret'e göre (2006, s. 1), medya endüstrilerini diğer medya endüstrileri ile birleştiren, yöneticilerle siyasal, ekonomik ve toplumsal seçkinleri bir araya getiren faktörleri birbirine bağlayan ve sıklıkla medya mülkiyeti ve kontrolü gibi makro sorunlarla ilişkilendiren "ekonomi-politik" terimi, medya araştırmalarında da genel olarak eleştirel bir anlam taşımaktadır. Ekonomi-politik çoğunlukla birleşme, ticarileşme süreçlerini ve bu sürecin medya pratikleri ile medya içeriği üzerindeki etkilerini inceler. Dolayısıyla, medya içeriklerinin aktarımındaki farklılıkların kaynağını medya mülkiyeti yapılanması, art alanındaki ilişkiler ve ticarileşme faaliyetlerinin oluşturduğu söylenebilir. Endüstri ile tüketicinin çıkarları, endüstrinin gerçekten sunacak bir şeyi olduğu durumlarda bile örtüşmez (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 340). Bu nedenle, her türden endüstride olduğu gibi medya endüstrisinde de eleştirel bakış açısı art alandaki ilişkileri anlamak için gereklidir. Eleştirel kuramsal perspektiften değerlendirme yapan Horkheimer'a göre (2005, s. 374), reel ilişkiler hakkındaki önermeler temel kavramalardan türer ve tam da böylelikle ilişkilerin zorunlu olduğunun görülmesi sağlanır. Böylelikle, bu yapılanma biçiminden kaynaklanan zorunlu ilişkilerin medya içeriklerine

yansımaları görülebilir.

Medya sektöründe içsel ve dışsal kontrol mercileri bulunur. Medya sahipleri ve yöneticiler gibi medya sektörüne içsel kontrol mercilerine ek olarak, medya organizasyonlarına dışsal kontroller de ileri sürülebilir. Bunların başında kuşkusuz devlet/ hükümet gelmektedir (Adaklı, 2006, s. 75). Dolayısıyla, bu kontroller medyada yer alan haber metinlerinin aktarım biçimleri üzerinde etki sahibidir. Medya sektöründeki kontrol mekanizması, yayın yasağı, erişim engeli gibi sansürler şeklinde yer almaktadır. 19. yüzyılda temel haklara ilişkin mevzuat birçok ülkede ortaya çıktı ve basın özgürlüğü, öncelikli olarak sansürün yasaklanması şeklinde gündeme gelse de sansüre ilişkin bu kaygı, bir iç mesele olmaktan öteye geçememiştir (Hamelink, 1994, s. 151). Günümüzde birçok devlet tarafından uygulanan yayın sansürü bulunmaktadır. Bu sansürler kimi zaman açıkça kimi zaman da örtük bir biçimde gerçekleştirilir. Bunu ortaya çıkarmanın yollarından birisi, medya içeriklerini ekonomi-politik yaklaşımla analiz etmektir. Herman ve Chomsky'nin vurguladığı gibi (2006, s. 81), güç manivelalarının bir devlet bürokrasisinin elinde bulunduğu ülkelerde, çoğu zaman resmi sansür yoluyla tamamlanan medya üzerindeki teknelci denetim, medyanın hâkim seçkinler grubunun çıkarlarına hizmet ettiğini açıkça ortaya koyar. Medyada özel mülkiyetin söz konusu olduğu ve resmi bir sansürün olmadığı ülkelerde ise, işleyen bir propaganda sistemini görmek çok daha zordur. İkinci türden ülkelerde ise, söz konusu yapılanma biçiminden kaynaklanan üstü kapalı sansürün medya içeriklerine etkisini görülmeyebilir. Bunu ortaya çıkarabilmek için medya içeriklerinin ekonomi-politik yaklaşımla analiz edilmesi gerekebilir.

Güçlü hükümet kontrollerinin medya çoğulculuğunu bastırdığı toplumlarda, politisizme dayanan yani, ekonomik medyanın siyasi analizini yapan bir bakış açısına ihtiyaç vardır. (Fung, 2005, s. 48). Dolayısıyla, medya sahipleri ile iktidar arasındaki yakın ilişkinin haber metinlerinin içeriklerini etkilemesi olağandır. Siyaset ile medya organları arasında tartışmasız bir biçimde bağ olduğunu vurgulayan Desmoulis (1995, s. 23), bu bağların ortaya çıkarılmaları güç olmakla birlikte, medya ekonomisi üzerinde etkili olduğunu belirtir. Ekonomik varlıklarını devam ettirmek isteyen medya sahiplerinin haber üretim ve aktarım sürecinde iktidara bağımlı olduğu söylenebilir. Benzer bir biçimde Salama ve Valier'in belirttiği gibi (1974, s. 79), kapitalist sistem içerisinde şirketler, büyümek veya yok olmak zorundadır ve kendilerini her şeyden koruyan bir yönetim biçimini seçme olanakları yoktur. Griffin'in aktarımıyla (2006, s. 380), Hall'un kitle iletişim araçlarına en önemli katkısı, güç ilişkilerini dikkate almadan anlam hakkında konuşmanın boşuna olduğunu sürekli hatırlatmasıdır. Çünkü medya içeriklerinin oluşturulmasında art alandaki güç ilişkileri son derece etkili olabilmektedir. Dolayısıyla, medya içeriklerinin anlamı üzerine konuşurken, öncelikli olarak medya endüstrilerindeki güç ilişkilerini kavramak gerekir. Medya patronlarının ekonomik çıkarları sıklıkla profesyonel gazeteciliğin önüne

geçmektedir (Hamelink, 1994, s. 162). McChesney'in de vurguladığı gibi (2006, s. 99), ticari çıkarlar haberleri üretir ya da doğrudan etkiler, dürüstlüğü yozlaştırır. Böylelikle, haber metinlerinin iktidar sahiplerinin çıkar (lar)ına hizmet edecek biçimde bağlamından koparılarak aktarılabilir hale gelir. Hamelink'e göre (1994, s. 175-176), haber ve yorum aktarımı yapan kitle iletişim araçlarının endüstriyel bir holdingin parçası olduğu durumlarda özel bir sorun ortaya çıkar. Holding, medyanın eleştirel incelemesini gerektiren, ancak medyayı kontrol eden aktörlerin ifşa edilmeye karşı korumayı tercih ettiği faaliyetlerde bulunabilir. Bilgi endüstrisindeki oligopolleşme, aynı zamanda sivil ve siyasi temel hak olan ifade özgürlüğüne de zarar verebilir. Oligopolist piyasalarda egemen çıkarların belirli görüşlerin dağıtımını reddetmesi kolaylaşır. Bu açıdan bakıldığında, oligopol medya endüstrisinde haber metinlerinin ele alınma ve yorumlanma biçimlerinin hükümet çıkarları ile uyumlu olması beklenen bir durumdur.

Günümüzde haber üretimi ve aktarımı yapan kitle iletişim kurumlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı ile yine medya sahiplerinin iktidarla yakın ilişkiler yürütmesi denetime fırsat sunan bir yapılanma biçimine işaret etmektedir. Bu yapılanma biçiminin anlaşılması Mosco'ya göre (2009, s. 2), kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan toplumsal ilişkilerle beraber güç ilişkilerinin incelenmesini içeren ekonomi-politik incelemeyi gerekli kılar. Bu nedenle ekonomi-politik yaklaşım iletişim çalışmalarında yapılacak analizlerde önemli bir perspektif sağlar.

Ekonomi-politik yaklaşım 1940'lardan itibaren bilim insanlarının çalışmalarına rehberlik ederek günümüzde de küresel ölçekte devam etmektedir (Cao & Zhao, ve McChesney & Schiller'den akt. Mosco, 2009, s. 1). Özellikle günümüzde geleneksel medyaya ek olarak internetin gelişmesiyle birlikte yeni bir medya türü olan sosyal medya da eklenmiştir. Bu durum geleneksel medyada iktidarın yerleşik gücünün internet ortamlarında nasıl işlendiğine yönelik ekonomi-politik çalışmaları zorunlu kılmıştır (Mosco, 2009, s. 9-10). Medya kuruluşlarının hem geleneksel medyada hem de erişimi izin verdiği ölçüde sosyal medya ortamlarında kendi ideolojileri doğrultusunda kamuoyunun düşünce ve kanaatlerini oluşturmaya/değiştirmeye çabaladığı görülmektedir. İnternetin geleceği hakkında tahminde bulunmak zor olmakla birlikte, ortaya çıkışı, yeni teknolojilerin medya siyaseti yapımcılarının geleneksel ve kamusal politika oluşturma konusundaki kaygılarını artırdığı iddiasını güçlendirmiştir (Chesney, 2006, s. 281). Bu nedenle, geleneksel medya organları internet mecralarında yer alabilmek için harekete geçmişlerdir. Hâlihazırda toplum tarafından bilinip tanındıkları için hedef kitlelerine kolaylıkla kendilerini kabul ettirebilmişlerdir.

Medyanın ideolojik olduğu kadar ekonomik bir rolü de olduğu açıktır (Gandy, 1992, s. 36). Ekonomi-politik yaklaşım çerçevesinde söz konusu ekonomik rol bağlamında medya kuruluşunun ne kadar kârlı ve verimli işlediğinin ötesinde bu kârlılık ve verimin kaynaklarına, verilen tavizlere, sömürülen emeğe ya da

medyanın yabancılaştırıcı etkilerine odaklanılır (Özçetin, 2021, s. 210). Fung'a göre (2005, s. 49), medya kapsamındaki ekonomik yaklaşımda, ekonomik yapı tarafından meydana getirilen medya mesajlarındaki ideolojinin incelenmesi gerekir. Çoğunlukla izleyiciler/okuyucular tarafından bu yapılanma biçimi fark edilmediğinden bunun ortaya çıkarılabilmesi için çalışmadaki haber metinlerinin incelenmesinde, ekonomi-politik yaklaşıma göre karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Çalışmada *Demirören Holding* sahipliğindeki *Milliyet* web portalı ile eski adı ile *Twitter* yeni adı ile *X* uygulamasında yer alan *@Haber* hesabındaki haber metinleri ekonomi-politik yaklaşımla değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda tespit edilen aynı konuya ilişkin haber metinlerinin ele alınış ve yorumlanış biçimlerindeki farklılığın kaynağını çoğunlukta bu kârlılık kaygısının oluşturduğu görülmüştür. Bundan dolayı çalışmada ele alınan konuya ilişkin haber metinlerinin farklı mülkiyet yapılanmasına sahip iki farklı yayın organında nasıl aktarıldığı ekonomi-politik yaklaşıma göre incelenerek değerlendirilmiştir.

AMAÇ VE YÖNTEM

Medya sahipleriyle iktidar arasındaki yakın ilişkilerin haber metinlerinin ele alınma ve aktarıma biçimlerinde önemli etkenlerden biri olduğu bu çalışmanın temel varsayımdır. Çalışma, medya mülkiyetinin haber metinlerinin ele alınış ve yorumlanış biçimlerinde farklılaşmaya neden olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Türk medyasında bir süredir gündemde olan Dilan-Engin Polat haberlerinin hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada nasıl ele alındığı karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. İnceleme, geçmiş verilere erişim sınırlılığında dolayı 15 Kasım 2023 tarihinden başlatılmış 30 Kasım 2023 tarihine kadar 15 günlük dönemi kapsayacak biçimde gerçekleştirilmiştir. Medya mülkiyeti ve iktidar ile yakın ilişkilerin söz konusu haber metinlerinin ele alınış ve yorumlanış biçimlerinde farklılaşmaya neden olduğunu ortaya koyabilmek için çalışmanın kuramsal temeli ekonomi-politik yaklaşım olarak tercih edilmiştir.

Çalışmada, geleneksel medya olarak Türkiye'de iktidara yakınlığıyla bilinen *Demirören Holding* sahipliğindeki *Milliyet* web portalı tercih edilmiştir. Medya ekonomi-politiği, kuşkusuz çok yönlü bir süreci ifade eder. *Demirören Holding*, medya endüstrisinin yanı sıra dijital, sanayi, turizm, eğitim, şans oyunları ve lojistik alanlarında da faaliyet göstermektedir. *Demirören Holding* bünyesinde yer alan ve 2018 yılında kurulan Şanstech adlı spor bahis sitesinin kendisine ait web sitesinde belirttiği gibi kurulduğu tarih itibarıyla Türkiye'deki spor bahis ihalesini kazanarak tekel konumunda yer almaktadır. *Evensel.net*'te yer alan 19 Mayıs 2022 tarihine ait habere göre *Demirören Holding* sahipliğinde yer alan *Kemer Country Hotel*'in satın alınması sırasında bir kamu bankası olan Ziraat Bankası'ndan usulsüz kredi çekildiği aktarılmaktadır. 23 Mart 1916 yılında Ziraat Bankası için çıkarılan yasanın 1. maddesinde "Ziraat Bankası çiftçilere kolaylık sağlamak ve tarımın gelişmesine destek olmak için kurulmuştur"

ifadesi yer almaktadır. Çiftçileri desteklemek için kurulduğu belirtilen bir kamu bankasının bir medya patronunu desteklemesi hükümet ile yakın ilişkilerinin olabileceğini düşündürmektedir. Konuya ilişkin olarak *Demirören Holding*'e ait web siteleri dışında literatürde yer alan Genel ve Polat'ın (2022, s. 2039, 2043) yaptığı *Demirören Holding*'in ekonomi-politiğinin değerlendirildiği bir bilimsel çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Aynı çalışmada, *Demirören Holding*'in medya yoğunlaşması kavramı bağlamında dördüncü gücü paylaşma ve bu noktada etkin olma, bu sayede faaliyette olduğu diğer sektörlerdeki yatırımların etkinliğini artırma, devlet ihalelerini alma, devlet bankalarının kredilerinden yararlanma, devlet teşviklerinden ve diğer rantlardan öncelik kapma vb. imkânlarından yararlanma amacıyla medya sektöründe yer aldığı vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, *Demirören Holding*'in hükümet ile yürüttüğü yakın ilişkileri sayesinde ekonomik kazanç elde ettiği görülmektedir. Kendisini Türkiye'nin lider, Avrupa'nın ise 4. büyük medya organizasyonu olarak tanımlayan *Demirören Holding* en fazla yazılı basın (gazete) sahipliği olmasından ötürü *-Milliyet, Hürriyet, Posta ve Fanatik* gazeteleri ile toplam 4 gazetenin yayıncı/ ortak şirketidir. Çalışmada konuya ilişkin Türk mediasındaki genel yönelimi ortaya koymak için *Demirören Holding* sahipliğinde olan bir gazete tercih edilmiştir. Sosyal medya olarak ise, Türkiye özelinde iktidarın müdahalesinin erişim yasağı koymaktan öteye geçemediği eski adı *Twitter*, yeni adı *X* olan sosyal medya platformu tercih edilmiştir. Dolayısıyla, *X* sosyal medya platformunun geleneksel medyaya nazaran görece daha özgür bir medya ortamı olduğu düşünülmektedir. Geçmişte *Twitter* adı ile bilinen ve 5 Ağustos 2023 tarihinde Elon Musk tarafından satın alınarak ismi *X* olarak değiştirilen sosyal medya platformundan çalışma boyunca yeni adı *X* olarak söz edilecektir. *X*'de yer alan *@Haber* isimli hesapta konuya ilişkin haber metinleri değerlendirme kapsamına alınmıştır. Böylelikle medya sahipliği ile iktidar ilişkilerinin haber üretim sürecinde haber metinlerinin ele alınış ve yorumlanış biçimlerinde yol açtığı farklılık değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında sosyal medya hesabı belirlenirken bağımsız haber kanalı olması ve takipçi sayısının fazla olması kriterleri ön planda tutulmuştur. *Twitter*, merkezi Kaliforniya eyaletinde bulunan ve dünya çapında hizmet gösteren bir Amerikan sosyal medya şirketi iken, 25 Nisan 2022 tarihinde Elon Musk tarafından satın alınarak *X* adını alan uygulama, halka açık ve özel bir şirket haline dönüşmüştür. Ancak *X* uygulamasının Türk hükümeti ile ekonomik-politik kapsamda herhangi bir ilişkisi bulunmamaktadır. Dolayısıyla, *X* uygulamasının bağımsız bir haber kuruluşu olduğu ifade edilebilir. Ekonomi-politik yaklaşım, medya sahiplikleri ile iktidar ilişkilerine vurgu yaptığından iki farklı mülkiyet sahipliğinde söz konusu haber metinlerinin ele alınışındaki farklılığı ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hem geleneksel medya hem de sosyal medya çerçevesinde karşılaştırmalı bir analiz gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada kapsam ve konusuna uygunluğundan dolayı nitel araştırma yaklaşımlarından betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Tümdengelimci analiz

türüne karşılık gelen betimsel analiz, verilerin önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi, düzenlenmesi ve yorumlanmasını içeren nitel bir veri analiz türüdür (Yıldırım & Şimşek, 2021, s. 244). Haber metinlerinin ele alınmış ve yorumlanmış biçimleri konu ve kapsam içeriğinden dolayı “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” olmak üzere beş tema çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmada seçilen haber metinleri ekonomi-politik yaklaşım ile inceleneceği için beş temadan “siyasi/politik” ve “ekonomi” başlıklı iki tema tercih edilmiştir. İlgili olayda Dilan-Engin Polat çiftinin sahip oldukları güzellik merkezleri üzerinden yasal olmayan uygulamalar nedeniyle gözaltı, yargılama ve tutuklanma kararından dolayı çalışma, “polis/adliye” temasını içermektedir. Olaya konu olan Dilan Polat’ın aynı zamanda sosyal medya fenomeni olması ve gözaltına alınma kararı öncesinde hâlihazırda paylaşımları ile gündeme gelmesi nedeniyle “magazin” teması çalışmaya dâhil edilmiştir. Olaya konu olan işletmenin bir güzellik merkezi olmasından dolayı çalışmaya “sağlık/güzellik” teması da eklenmiştir.

Belirlenen beş temanın ilgili web portalında ve sosyal medya hesaplarındaki haber metinlerinde yer alıp almadığı incelenmiştir. İlgili temaların haber metinlerinde yer almasının ötesinde “olumlu”, “olumsuz”, ya da “nötr” olmak üzere hangi bağlam (lar)da yer aldığı tespit de yapılmıştır. Belirlenen temaların hangilerinin haber metinlerinde yer alıp almadığı ile hangi bağlamda yer aldığı da saptanmıştır. Bu saptamaya bağlı olarak ekonomi-politik yaklaşım bağlamında bir değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirmeye göre, geleneksel ve sosyal medyada yer alan haber metinlerinde bu temalardan bazılarında yer verilmediği ve bağlamının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu farklılığın nedenleri incelenmiştir. İncelemeden elde edilen sonuçlar, ekonomi-politik yaklaşıma göre medya mülkiyeti ve iktidar ilişkileri bağlamında tartışılarak ortaya konmaya çalışılmıştır.

ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLAR

Çalışma kapsamında, farklı ölçütlerde iktidar müdahalesinin olduğu farklı mülkiyet yapısına sahip iki medya ortamı tercih edilmiştir (*Milliyet web portalı* ve *X*). Dilan-Engin Polat’ın gözaltına alınarak medyada haber değeri taşımaya başladıkları ilk tarih; 1 Kasım 2023 tarihidir. Ancak çalışmada yer alan *Milliyet* web portalında 15 Kasım 2023 öncesindeki haberlere ulaşılamadığı için haber metinlerinin incelenmesi 15 Kasım 2023 tarihinden başlatılmıştır. *Milliyet* web portalındaki erişim engelinden dolayı çalışmada ekonomi-politik yaklaşım kapsamında ele alınan *X* hesabındaki *@Haber* hesabındaki haberlerin karşılaştırması yapılamayacağı için konuya ilişkin haber metinlerinin incelenmesi de 15 Kasım 2023 tarihinden başlatılmıştır. Çalışma, 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *Milliyet* web portalı ve *X*’te Dilan-Engin Polat hakkındaki haber metinleri ile sınırlıdır. Günümüzde de (2024) Dilan-Engin Polat haberleri hem geleneksel hem de sosyal medya kanallarında yer almaya devam etmektedir.

Bu çalışmada, araştırma ve yayın etiğine uygun koşullar sağlanarak 20 Mayıs 2024 tarihinde Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan etik kurul onayı alınmıştır.

BULGULAR VE YORUM

Bu çalışmada, Dilan Polat ve eşi Engin Polat'ın yargılanma sürecine ilişkin haberler kapsamında *Milliyet* web portalı, X'de yer alan *@Haber* adlı hesap çerçevesinde söz konusu haber metinlerinin ele alınış ve yorumlanış biçimleri incelenmiştir. Çalışma kapsamındaki yayın organlarının konuya ilişkin haber metinlerinde “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” olmak üzere beş temadan hangilerine yer verdiği ya da vermediği araştırılmıştır. Aynı zamanda, medya mülkiyet yapısı ve iktidar ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışma kapsamındaki yayın organlarının ekonomi-politik yaklaşıma göre incelenmesi sonucunda, medya sahipliği ile iktidar ilişkilerinin ilgili haber kanallarının konuya ilişkin haber metinlerini ele alış ve yorumlayış biçimlerinde farklılaşmaya neden olduğu görülmüştür.

15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *Demirören Holding* sahipliğindeki *Milliyet* web portalında konuya ilişkin 34 haber metni tespit edilmiştir. İlgili tarihlerde *Milliyet* web portalında yer alan 34 haber metninin incelenmesi ekonomi-politik yaklaşıma göre ve çalışmada ele alınan “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” şeklindeki beş tema dolayımında gerçekleştirilmiştir. İnceleme sonucunda, ilgili tarihlerde konuya ilişkin haber metinlerinde “siyasi/politik” temasına yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Dilan-Engin Polat haberlerinin siyasi ve politik taraflarının olması nedeniyle ilgili tarihler boyunca bu temaya ilişkin herhangi bir haber metninin bulunmayışı konunun bağlamı ile örtüşmediği düşüncesini doğrulamaktadır. Bu nedenle *Milliyet* web portalında Dilan-Engin Polat haberlerinin bağlamından kopararak aktarıldığı ifade edilebilir. Bu durum, *Demirören Holding* ile iktidar arasındaki yakınlığın konuya ilişkin haber metnine yansıdığını ortaya koymaktadır. Buna bağlı olarak, konunun siyasi/ politik boyutuna yer verilmediği sonucuna varılmaktadır. Dilan-Engin Polat haberlerine ilişkin süreçte ilgili konunun “siyasi/politik” yönünün kapsam dışı bırakılması bu durumu kanıtlar niteliktedir. Bu temanın konunun kapsamı gereği önem sıralaması yüksek olduğu halde 15 günlük süreçte hiç yer almamış olması dikkat çekmektedir. Oysaki haber metinlerinde “siyasi/politik” temanın özellikle yer alması beklenmiştir. Ancak yine de herhangi bir kuşkuya neden olmaması ve varsayımı doğrulamak için *Milliyet* web portalında ilgili tarih aralığı dışında kalan haber metinleri 07 Ocak 2024 tarihine kadar incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda, “siyasi/politik” temasına ait herhangi bir haber metnine rastlanmamıştır. Bu durum *Milliyet* web portalında yer alan haber metinlerinde “siyasi/politik” temaya yer verilmediği varsayımını doğrulamaktadır.

Milliyet web portalında konuya ilişkin haber metinleri sayısal olarak sırasıyla “magazin”, “polis/adliye”, “ekonomi” ve “sağlık/güzellik” temaları şeklinde yer almaktadır. Haber metinlerinin bu sıralamayla aktarımının konunun özü ile uyumlu olmadığı görülmektedir. Haber aktarım sürecinde konunun magazin boyutuna yoğunlaştırılması, siyasi/politik taraflarının dışlanması haber metinlerinin eksik/ hatalı bir biçimde aktarıldığının en belirgin göstergesidir. Haber metinlerinde ele alınan temalardan sadece 1 haber metni ile en azı “sağlık/güzellik”tir. İlgili şahıslardan Dilan Polat’ın güzellik merkezlerinin olduğu göz önünde bulundurulduğunda haber metinlerinin içeriğinin “sağlık/güzellik” teması ile ilgili olması beklenen bir durumdur. Ancak gündemde yer alan konu daha çok silahlı saldırı, sahte fatura düzenleme ve kara para aklama gibi yasa dışı eylemler etrafında şekillendiği için “sağlık/güzellik” temasının haber metinlerinde sıklıkla yer almaması da anlaşılabilir. Çünkü konunun özü gereği “sağlık/güzellik” teması yalnızca ilgili şahıslardan Dilan Polat’ın sahip olduğu güzellik merkezlerini imlemektedir.

Milliyet web portalında konuya dair haber metinlerinde “ekonomi” teması 4 haber metni ile üçüncü sırada yer almaktadır. İlgili konunun silahlı saldırı, sahte fatura düzenleme, vergi kaçakçılığı ve kara para aklama yoluyla gelir elde etme üzerine olması kolaylıkla ekonomi ile ilişkilendirilebilmesini gerektirir. Ancak *Milliyet* web portalındaki haber metinlerinin olayın ekonomik boyutuna daha az sayıda haber ile yer verdiği görülmektedir. Özellikle konunun “ekonomi” ve “siyasi/politik” taraflarının gündem dışı bırakıldığı ve haber metinlerinde az yer bulduğu görülmektedir. Bu durum ekonomi-politik yaklaşım ile değerlendirildiğinde, *Milliyet* web portalının sahibi *Demirören Holding*’in iktidar ile yakın ilişkiler yürütmesi nedeniyle konunun “siyasi/politik” ve “ekonomik” boyutlarına yer verilmediği sonucuna varılmaktadır.

Dilan-Engin Polat’a ait haber metinlerinin gözaltı, tutuklanma ve yargılama süreçlerini aktarmasından dolayı “polis/adliye” temasına ait haberlerin diğer dört temaya göre sayıca fazla olduğu görülmektedir. İlgili tarihlerde 14 tane “polis/adliye” temasına yer verildiği tespit edilmiştir. Çalışma kapsamındaki tarihler Dilan-Engin Polat çiftinin gözaltı sürecinden sonrasını kapsamaktadır. Dolayısıyla haberler, çoğunlukla tutuklanma ve yargılanma süreçlerini aktarmaktadır. Bu nedenle haber metinlerinde “polis/adliye” temasının sayıca fazla olması beklenen bir durumdur.

İlgili şahıslardan Dilan Polat’ın yasa dışı eylemleriyle gündeme gelmeden önce sosyal medya paylaşımlarıyla dikkat çektiği bilinmektedir. Dolayısıyla konunun magazin yanının olduğu açıktır. Çalışma kapsamında, ilgili tarihlerde 21 haber metni ile en fazla “magazin” teması kapsamında haberlerin aktarıldığı bulgulanmıştır. Ancak konunun magazin boyutunun öne çıkması, asıl önemli noktalarının geri planda bırakılmasına neden olmuştur. Bundan dolayı, 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *Milliyet* web portalında Dilan-Engin Polat

haberlerinin bağlamından kopararak ele alındığı ve yorumlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Haber metinlerinde siyasi/ politik boyuta hiç yer verilmemesi ve ekonomik yanının yeteri düzeyde ele alınmaması, durumun mülkiyet yapısındaki ilişkilere kaynaklandığını düşündürmektedir.

Tablo 1.

Dilan-Engin Polat haberlerine ilişkin milliyet web portalında yer alan haber metinlerinin ilgili tarihlerde temalara göre sayısal olarak sınıflandırılması¹.

TARİH	HABER METİNLERİNE İLİŞKİN TEMALAR					TOPLAM HABER METNİ SAYISI ²
	Siyasi / Politik	Polis / Adliye	Ekonomi	Magazin	Sağlık / Güzellik	
15.11.2023	0	1	0	0	0	1
16.11.2023	0	4	0	1	0	4
17.11.2023	0	2	1	0	0	2
18.11.2023	0	2	1	1	0	4
19.11.2023	0	0	0	0	0	0
20.11.2023	0	0	0	0	0	0
21.11.2023	0	1	1	2	1	4
22.11.2023	0	1	0	3	0	3
23.11.2023	0	2	1	5	0	7
24.11.2023	0	0	0	0	0	0
25.11.2023	0	0	0	1	0	1
26.11.2023	0	0	0	0	0	0
27.11.2023	0	0	0	0	0	0
28.11.2023	0	1	0	3	0	3
29.11.2023	0	0	0	2	0	2
30.11.2023	0	0	0	3	0	3

¹ İlgili tarihte yer alan haber metninin birden fazla tema ile ilişkilendirildiği durumlarda söz konusu haber metni ilgili temaların tümünde gösterildiği için toplam haber metni ile ilgili temalarda yer alan haber metni sayısı değişkenlik gösterebilir.

² Tablo1’de yer alan “Toplam Haber Metni Sayısı”, *Milliyet* web portalında konuya ilişkin olarak ilgili tarihte yer alan haber metinlerinin toplam sayısını ifade etmektedir. Haber metinlerinin tematik analizi esnasında haber metninin birden fazla temayı içerdiği durumlarda araştırmacı tarafından ilgili haber metni birden fazla temada belirtilmiştir. Bkz: Tablo2.

Milliyet web portalında 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında çalışmada ele alınan “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” olmak üzere 5 tema kapsamında konuya ilişkin 34 haber metni incelenmiştir. İnceleme sonucunda, “siyasi/politik” teması hariç tüm temalarda konuya ilişkin haber metnine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak, çalışma kapsamında ele alınan tarihler ilerledikçe haber metninin “polis/adliye” temasından “magazin” temasına doğru bir dönüşüm geçirdiği gözlemlenmiştir. 19 Kasım 2023 tarihinden itibaren 30 Kasım 2023 tarihine kadar 5 gün boyunca Dilan-Engin Polat haberlerine yer verilmediği tespit edilmiştir. Yine 19 Kasım 2023 tarihinden itibaren haber metinlerinde “magazin” temasının “polis/adliye” temasına nazaran daha fazla yer aldığı bulgulanmıştır. Dilan-Engin Polat haberlerinin kapsamı gereği gözaltı, tutuklama ve yargılama süreçlerini içermesinden dolayı doğru bilgi akışı için haber metninin aktarılmasında “polis/adliye” temasının bulunması gereklidir. Bu verilere göre Dilan-Engin Polat haberlerinin gün ilerledikçe bağlamından koparılıp aktarıldığı görülmüştür. Üstelik 19, 20, 24, 26 ve 27 Kasım 2023 tarihlerinde konuya ilişkin habere yer verilmemesi ilgili konuyu gündemden düşürme çabası olarak değerlendirilebilir.

Tablo 2. Dilan-Engin Polat haberlerine ilişkin milliyet web portalında yer alan haber metinlerinin tematik analizi³.

TARİH	HABER METİNLERİNE İLİŞKİN TEMALAR				
	Siyasi / Politik	Polis / Adliye	Ekonomi	Magazin	Sağlık / Güzellik
15.11.2023	-	İlgili şahısların şirketlerine kayyum atandığı belirtilmiştir.	-	-	-
16.11.2023	-	Banu Parlak'ın güzellik merkezinin ilgili şahıslar tarafından kurşunlanmasına ilişkin yürütülen soruşturmanın ilgili şahısların telefon ve trafik kayıtlarının incelenmesiyle kanıtlandığı belirtilmiştir. (1.Haber) ⁴ , Erkek tutukluların güvenlik gerekçesiyle cezaevlerinin değiştirildiği belirtilmiştir (2.Haber), İlgili şahısların avukatlarının tutuklu-luğuna yönelik itirazının ikinci defa reddediildiği belirtilmiştir (3.Haber), Tutuklanan aile avukatının etkin pişmanlıktan faydalanmak için ifade verdiği belirtilmiştir (4.Haber).	-	İlgili şahısların güzellik merkezini kurşunlandıkları Banu Parlak'ın şarkıcı kimliği vurgulanmıştır (1.Haber).	-
17.11.2023	-	İlgili şahısların avukatlarının görüş esnasında taraflar arasında gidip gelmeleri ve bu durumun şahısların ifadelerini etkilemeleri ihtimalinden dolayı cezaevlerinin değiştirildiği belirtilmiştir (1.Haber), Tutuklanan aile avukatının farklı bir cezaevine sevk edildiği belirtilmiştir (2.Haber).	İlgili şahısların elde ettikleri paranın kaynağının yasadışı bahis olduğu vurgulanmıştır (1.Haber).	-	-

³ İlgili tarihte yer alan haber metninin birden fazla tema ile ilişkilendirildiği durumlarda söz konusu haber metni ilgili temaların tümünde gösterilmiştir.

⁴ İlgili tarihte konuya ilişkin fazla haber metninin bulunması durumunda söz konusu haber metinleri web portalındaki sıralamaya göre tabloda gösterilmiştir.

18.11.2023	-	İlgili şahısların internet satışlarının ve düzenledikleri faturların sahte olduğu belirtilmiştir (1.Haber).Tutuklanan aile avukatının etkin pişmanlıktan faydalanmak için ifade verdiği belirtilmiştir (2.Haber)	İlgili şahısların sahte faturalar düzenleyip kaynağı belirsiz parayı sisteme soktukları vurgulanmıştır (3.Haber).	İlgili şahısların tutuklu yargılanan sosyal medya fenomeni Nihal Candan ve Bahar Candan ile birlikte kara para akladıkları iddiası ve babaları Hakan Candan'ın sosyal medya hesabını kapattığı bilgisine yer verilmiştir (4.Haber).	-
9.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
20.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
21.11.2023	-	İlgili şahısların şirketlerinin mali müşavirlerinden Zümrüt Yerebakan'ın serbest bıraktığı bilgisi aktarılmıştır (4.Haber).	İlgili şahısların faturaların neredeyse yarısını iptal ederek haksız kazanç elde ettikleri belirtilerek kayyum atanan şirketlerinde yer alan kasaların boş olduğu ve paralarının yurtdışında tutulabileceği ihtimalinin bulunduğu vurgulanmıştır (1.Haber).	İlgili şahısların ardından gözlerin lüks yaşantılarıyla gündeme gelen diğer fenomenlere çevrildiği belirtilerek Eylül Öztürk ve Kenan Özkan çifti lüks yaşantılarından dolayı hedef gösterilmiştir (1.Haber). İlgili şahısların yaşantısı ile benzerlik gösteren başka fenomenlerin de olduğu vurgulanarak Eylül Öztürk ve Kenan Özkan çifti hedef gösterilerek söz konusu kişilerin konuya ilişkin kendilerini savunma amacıyla yaptıkları açıklamalardan panikledikleri çıkarımında bulunulmuştur (3.Haber).	Güzelik Uzmanı ve İşletmeleri Esnaf Odası Başkanı Ayşe Aydın'ın sektör ile ilgili ifadelerine yer verilerek tüketicilere yönelik Instagram adlı sosyal medya uygulamasında zenginlik beklentisi artırılarak görsellerin kullanılması gerektiği yönünde uyarılarına yer verilmiştir (2.Haber).
22.11.2023	-	İlgili şahısların şirket avukatları Ahmet Gün'ün ardından şirketlerin mali müşavirlerinden Zümrüt Yerebakan'ın da etkin pişmanlık hükümlerinden faydalanarak itirazı olduğu belirtilmiştir (2.Haber).	İlgili şahısların tutuklanmalarıyla lüks yaşantılarını paylaşan fenomenlerden Şule Kayatürk ve Tayyar Türk çiftinin soruşturma korkusuyla paylaşımlarında tam tersi bir strateji izleyerek sade köy hayatı ve yer sofrası gibi unsurlara yer verdikleri ve villa yaşantısından fakirliğe keskin bir dönüşüm geçirdikleri belirtilmiştir (1.Haber). İlgili şahısların tutuklanmalarıyla lüks yaşantılarını paylaşan ve mal varlığı ile gündeme gelen fenomenlerden Eylül Öztürk'ün biyografisi aktarılmıştır (3.Haber).	İlgili şahısların tutuklanmalarıyla lüks yaşantılarını paylaşan fenomenlerden Şule Kayatürk ve Tayyar Türk çiftinin soruşturma korkusuyla paylaşımlarında tam tersi bir strateji izleyerek sade köy hayatı ve yer sofrası gibi unsurlara yer verdikleri ve villa yaşantısından fakirliğe keskin bir dönüşüm geçirdikleri belirtilmiştir (1.Haber). İlgili şahısların tutuklanmalarıyla lüks yaşantılarını paylaşan ve mal varlığı ile gündeme gelen fenomenlerden Eylül Öztürk'ün biyografisi aktarılmıştır (3.Haber).	-

28.11.2023	İlgili şahısların tutuklanmasıyla diğer güzellik merkezi sahipleri ve sosyal medya fenomenleri hakkında benzer iddiaların ortaya atıldığının vurgulanmasının ardından güzellik merkezi sahibi ve sosyal medya fenomeni Özlem Öz ve Tayyar Öz çifti hakkında soruşturma başlatıldığı bilgisi aktarılmıştır (1.Haber).	-	Oyuncu ve sunucu Esra Balamir'in Dilan Polat ile tanışma hikâyesine yer verilmiştir (2.Haber), İlgili şahıslar gibi güzellik merkezleri bulunan ve lüks yaşantılarını sosyal medyada paylaştıran Özlem Öz ve Tayyar Öz çiftimin biyografisine yer verilerek kim olduklarına ilişkin bilgiler paylaşılmıştır (3.Haber), Dilan Polat'ın 2019 yılında sosyal medya hesabından paylaştığı fotoğraftaki Eylül Öztürk ve eşi Kenan Özkan, Yavuz Korkut ve Merve Korkut çifti, Tolunay Topal ve İleyda Topal çifti, Ömer Bağ ve Tuğba Bağ çifti ve Şule Kayatürk'ün de yer aldığı fenomenler hakkında soruşturma kapsamında yurtdışına seyahat yasağı talep edildiği aktarılmıştır (3.Haber).	-
29.11.2023	-	-	İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın 2019 yılında sosyal medya hesabından paylaştığı fotoğrafta yer alan fenomenlere yurt dışına seyahat yasağı talep edildiği aktarılmıştır (1.Haber), İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın 2019 yılında sosyal medya hesabından paylaştığı fotoğrafta yer alanlar arasında diğer sosyal medya fenomenleri ile birlikte kendisi de sosyal medya fenomeni olan ve daha önce hakkındaki iddiaları reddeden Eylül Öztürk'ün de bulunduğu vurgulanmıştır (2.Haber).	-
30.11.2023	-	-	İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın 2019 yılında sosyal medya hesabından paylaştığı fotoğrafta yer alan fenomenlere yurt dışına seyahat yasağı talep edildiği aktarılmıştır (1.Haber), İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın 2019 yılında sosyal medya hesabından paylaştığı fotoğrafta yer alanlar arasında diğer sosyal medya fenomenleri ile birlikte kendisi de sosyal medya fenomeni olan ve daha önce hakkındaki iddiaları reddeden Eylül Öztürk'ün de bulunduğu vurgulanmıştır (2.Haber), İlgili şahıslarla aynı fotoğrafta yer alması ve sosyal medya fenomeni olması ile gündeme gelen Eylül Öztürk'ün biyografisine yer verilmiştir (3.Haber).	-

15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *X* uygulamasında yer alan *@Haber* adlı hesapta konuya ilişkin 11 haber saptanmıştır. *X* uygulamasında bulunan *@Haber* adlı hesapta ilgili tarihlerde tespit edilen 11 haber metni ekonomi-politik yaklaşım ile ve çalışma kapsamında ele alınan “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” olmak üzere 5 temaya göre incelenmiştir. *X*'de bulunan *@Haber* hesabında konuya ilişkin haber metinlerinde çalışmanın kapsamını oluşturan tarihlerde “sağlık/güzellik” temasına yer verilmediği gözlemlenmiştir. İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın güzellik merkezlerinin olduğu göz önünde bulundurulduğunda haber metinlerinin bu bağlamda aktarılması beklenmektedir. Dilan-Engin Polat haberleri daha çok silahlı saldırı, sahte fatura düzenleme, vergi kaçakçılığı ve kara para aklama gibi yasa dışı eylemler etrafında şekillendiği için haber metinlerinin “sağlık/güzellik” teması etrafında sunulmaması anlaşılabilir bir durumdur. Bu hususta daha kapsamlı bir değerlendirme yapabilmek için söz konusu sosyal medya hesabında yer alan diğer Dilan-Engin Polat haberleri de incelenmiştir. *Milliyet* web portalında “siyasi/politik” temasına ait haber metninin olup olmadığının tespiti için çalışma kapsamı dışında tarihlere bakıldığı gibi *X*'te benzer bir yöntemle çalışma kapsamı dışındaki tarihlerdeki haber metinleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda, 12 Aralık 2023 tarihinde “sağlık/güzellik” temasına yer veren bir haber metnine ulaşılmıştır. *Milliyet* web portalında da “sağlık/güzellik” temasına ilişkin bir haber metni tespit edilmiştir. Dolayısıyla, her iki medya ortamında da “sağlık/güzellik” teması kapsamında haber metinlerinin benzer biçimde ele alındığı söylenebilir. Aynı zamanda, her iki medya ortamında da “sağlık/güzellik” temasına ait az sayıda haber metninin olması, ilgili temanın konunun bağlamıyla yakından ilişkili olmadığını doğrular niteliktedir. Sonuç olarak, haber metinlerinin incelenmesinde, *X*'de bulunan *@Haber* hesabında 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında yalnızca “sağlık/güzellik” temasına yer verilmediği bulgulanmıştır.

15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *X* uygulamasındaki *@Haber* hesabında bulunan haber metinlerinde en az “magazin” temasına yer verildiği tespit edilmiştir. Bu temaya ait 2 haber metni bulunmuştur. Bu durum *X* uygulamasının geçmişte *Twitter* iken sahip olduğu misyonunu sürdürerek bu doğrultuda konun kapsamına uygun bir biçimde haber aktarmaya yoğunlaştığını göstermektedir. Dolayısıyla *X* uygulamasının konunun magazin boyutuna yer vermeden ve bağlamından koparmadan sade bir biçimde aktardığı görülmektedir. Dilan-Engin Polat haberlerinin “siyasi/politik”, “polis/adliye” ve “ekonomi” temaları kapsamında bağlamına uygun biçimde aktarılması durumu konunun esas yanları olan tutuklanma, yargılanma ve ekonomik ilişkiler kısımlarının vurgulanmasına katkı sağlamıştır.

Dilan-Engin Polat haber metinleri sayıları birbirine eşit olacak biçimde 4 haber metni ile “ekonomi”, “siyasi/politik” ve “polis/adliye” temaları ile aktarılmıştır. Dilan-Engin Polat haberlerinin gözaltı, tutuklama ve yargılama süreçlerini içerdiği görülmektedir. Aynı zamanda, silahlı saldırı, kara para aklama, vergi

kaçırma, sahte faturalandırma yapma türünden yasadışı eylemler bulunmaktadır. *X* uygulamasındaki @Haber hesabında haber metinlerinin bağlamına uygun bir biçimde aktarıldığı söylenebilir. Çünkü Dilan-Engin Polat haberlerinin *X*'de bulunan @Haber adlı hesapta ele alınış ve yorumlanış biçimleri incelendiğinde, ilgili tarihlerdeki haber metinlerinde yoğun olarak yer verilen temaların konunun bağlamı ile uyumlu olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3.

*Dilan-Engin Polat haberlerine ilişkin x'de bulunan @haber adlı hesapta yer alan haber metinlerinin ilgili tarihlerde temalara göre sayısal olarak sınıflandırılması*⁵.

TARİH	HABER METİNLERİNE İLİŞKİN TEMALAR					TOPLAM HABER METNİ SAYISI ⁶
	Siyasi / Politik	Polis / Adliye	Ekonomi	Magazin	Sağlık / Güzellik	
15.11.2023	1	2	1	0	0	3
16.11.2023	0	1	1	0	0	2
17.11.2023	0	0	0	0	0	0
18.11.2023	0	0	0	0	0	0
19.11.2023	0	0	0	0	0	0
20.11.2023	0	0	0	0	0	0
21.11.2023	0	0	0	0	0	0
22.11.2023	0	0	0	0	0	0
23.11.2023	0	0	1	1	0	2
24.11.2023	1	0	1	0	0	1
25.11.2023	0	0	0	0	0	0
26.11.2023	2	1	0	1	0	3
27.11.2023	0	0	0	0	0	0
28.11.2023	0	0	0	0	0	0
29.11.2023	0	0	0	0	0	0
30.11.2023	0	0	0	0	0	0

⁵ İlgili tarihte yer alan haber metninin birden fazla tema ile ilişkilendirildiği durumlarda söz konusu haber metni ilgili temaların tümünde gösterildiği için toplam haber metni ile ilgili temalarda yer alan haber metni sayısı değişkenlik gösterebilir.

⁶ Tablo1'de yer alan "Toplam Haber Metni Sayısı", *X*'de bulunan @Haber adlı hesapta konuya ilişkin olarak ilgili tarihte yer alan haber metinlerinin toplam sayısını ifade etmektedir. Haber metinlerinin tematik analizi esnasında haber metninin birden fazla temayı içerdiği durumlarda araştırmacı tarafından ilgili haber metni birden fazla temada belirtilmiştir. Bkz: Tablo4.

X uygulamasında yer alan *@Haber* hesabında 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında çalışmada ele alınan “siyasi/politik”, “polis/adliye”, “ekonomi”, “magazin” ve “sağlık/güzellik” olmak üzere 5 tema kapsamında konuya ilişkin tespit edilen 11 haber metni incelenmiştir. İnceleme sonucunda, ilgili tarihler boyunca “sağlık/güzellik” teması hariç tüm temalarda konuya ilişkin haber metnine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. 17-22 Kasım 2023 ile 27-30 Kasım 2023 tarihleri arasında ilgili konunun gündemden düştüğü zaman diliminde haber metinlerine yer verilmediği görülmektedir. *X* sosyal medya uygulamasında Dilan-Engin Polat haberleri her yönüyle ele alındığı için bu durum konunun gündemden düşürülme çabası olarak değerlendirilmemektedir. Aksine, konunun bağlamına uygun bir biçimde her yönüyle ele alındığı ve ilgili tarihler boyunca yalnızca “sağlık/güzellik” temasına yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun konunun içeriğinin tutuklama, yargılanma ve ekonomik ilişkiler olması nedeniyle 15 günlük süreçte ele alınacak düzeyde önemi olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak yine de herhangi bir kuşkuya neden olmaması açısından *X* uygulamasındaki *@Haber* hesabında ilerleyen tarihlerde “sağlık/güzellik” temasına yer verilip verilmediği incelenmiş ve 12 Aralık 2023 tarihinde bu temaya sahip bir haber metnine ulaşılmıştır. Dolayısıyla *X* uygulamasında bulunan *@Haber* hesabında “sağlık/güzellik” temasına bilinçli olarak yer verilmediği düşünülmemektedir.

Tablo 4. *Dilan-Engin Polat haberlerine ilişkin x'de bulunan @haber adlı hesapta yer alan haber metinlerinin tematik analizi⁷.*

TARİH	HABER METİNLERİNE İLİŞKİN TEMALAR				Sağlık / Güzellik
	Siyasi / Politik	Polis / Adliye	Ekonomi	Magazin	
15.11.2023	İlgili şahısların vergi kaçırabilmelerinin ihmalden kaynaklanabileceği gündeme getirilmiştir (3.Haber).	İlgili şahısların tutukluluğuna yapılan itirazın reddediği belirtilmiştir (1.Haber). İlgili şahısların cezaevlerinin ayrıldığı bilgisi aktarılmıştır (2.Haber).	İlgili şahısların kara para aklama gibi yasal olmayan girişimlerde bulunmasının yatırımcı üzerinde ülkeye duyulan güveni zedeleyebileceği belirtilmiştir (3.Haber).	-	-
16.11.2023	-	İlgili şahısların tutukluluğuna yapılan itirazın sulh ceza hâkimliğinin ardından asliye ceza mahkemesinin de reddettiği bilgisi aktarılmıştır (2.Haber).	İlgili şahısların vergi kaçırma larının devletin kasasına olumsuz etkisi üzerinde durulmuştur (1.Haber).	-	-
17.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
18.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
19.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
20.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
21.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				
22.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.				

⁷ İlgili tarihte yer alan haber metninin birden fazla tema ile ilişkilendirildiği durumlarda söz konusu haber metni ilgili temaların tümünde gösterilmiştir.

23.11.2023	-	-	İlgili şahısların lüks yaşantısının altında diğer vatandaşların hakkının olduğu iddia edilerek haksız kazancın esnafın başta olmak üzere neredeyse tüm vatandaşlar üzerinde olumsuz etkisinin olduğu vurgulanmıştır (2.Haber).	İlgili şahıslardan Dilan Polat'ın eşi Engin Polat'ı arayarak intihar etmek istediğini söylediği belirtilmiştir (1.Haber).	-
24.11.2023	İlgili şahısların büyük ölçekte yasadışı para elde edebilmelerinde hükümetin yönetim anlayışındaki eksikliğin etkili olabileceği tartışılmıştır.	-	İlgili şahısların büyük ölçekte yasadışı para elde etmelerinin ülke ekonomisine verdiği zarar üzerinde durulmuştur.	-	-
25.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.	-	-	-	-
26.11.2023	İlgili şahısların yasadışı girişimlerinin tespit edilmesinde geç kalınmasının ardında ilgili şahısların devletin organları ile işbirliği yapma ihtimalinin olabileceği ifade edilmiştir (1.Haber), ilgili şahısların avukatlarının şahısların tahliye olmaları gerektiği yönündeki açıklamasının siyasi art alanının olabileceği belirtilerek söz konusu açıklamaların şahısların serbest bırakılmasına yönelik tepkileri ölçme amacı taşıdığı iddiasında bulunulmuştur (2.Haber).	İlgili şahısların avukatlarının ilgili şahısların tahliye olmaları gerektiği hatta buna geç bile kalındığı şeklindeki açıklamalarına yer verilmiştir (2.Haber).	-	İlgili şahıslar başta olmak üzere bu tarz yasadışı girişimlerde bulunmaların ülke ekonomisine zarar verdiği bilgisi aktarılmıştır (3.Haber).	-
27.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.	-	-	-	-
28.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.	-	-	-	-
29.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.	-	-	-	-
30.11.2023	Bu tarihte konuya ilişkin herhangi bir haber metni bulunmamaktadır.	-	-	-	-

Milliyet web portalında 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında Dilan-Engin Polat haberleri kapsamında yer alan 34 haber metninden 20 tanesi “olumlu”, 12 tanesi “nötr” ve 2 tanesi “olumsuz” olacak biçimde en fazla “olumlu” haber metnine yer verildiği saptanmıştır. *Milliyet* web portalının konunun belli taraflarını aktarmasının ötesinde, Dilan-Engin Polat haberlerini yoğun olarak tek bir bağlamda ele aldığı gözlemlenmiştir. Haber metinlerinin bağlamı ile iktidarın konuya ilişkin devletin yargı organları tarafından çözüme kavuşturularak başarıya ulaşılmış bir şekilde olayın perde arkasını görmezden gelme yönündeki tutumunun benzerlik gösterdiği görülmektedir. Aynı zamanda bu durum, ekonomi-politik yaklaşıma göre yapılan incelemeden elde edilen bulgularla da benzerlik göstermektedir. *Milliyet* web portalının çalışma kapsamındaki tarih aralığında Dilan-Engin Polat haberlerini devletin organları tarafından çözüme kavuşturularak başarıya ulaşılmış bir biçimde yansıtma eğiliminde olduğu görülmektedir. Böylelikle, konunun “olumlu” bağlamda aktarıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, *X* uygulamasında bulunan @*Haber* hesabında konuya ilişkin 11 haber metninden 8 tanesinin “olumsuz”, 2 tanesinin “olumlu”, 1 tanesinin ise “nötr” olarak aktarıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda *X* uygulamasındaki @*Haber* hesabında *Milliyet* web portalının aksine, haber metinlerinin daha çok “olumsuz” bağlamda ele alındığı gözlemlenmektedir. Ekonomi-politik yaklaşım ile incelenen *X*’deki @*Haber* hesabı ve *Milliyet* web portalının aynı konuya ait aynı tarihlerde yer verdiği haber metinleri arasındaki bu farklılığın mülkiyet yapısı ve iktidar ilişkilerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Haber metinlerinin hem tematik analizi sonucunda ulaşılan sonuçların konunun içeriği ile uyumlu olması hem de bağlamının incelenmesi sonucunda elde edilen verilerin bu sonuç ile örtüşmesi çalışmanın varsayımını doğrulamaktadır.

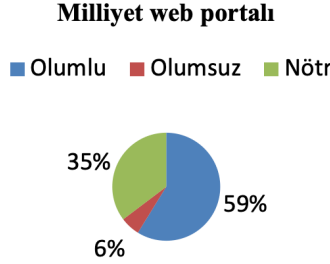
Tablo 5.

Milliyet web portalında ve *x*’de @*haber* hesabında dilan-engin polat haberleri kapsamında yer alan haber metinlerinin bağlamına ilişkin bilgiler.

HABER KAYNAĞI	HABER METİNLERİNİN BAĞLAMI		
	OLUMLU	OLUMSUZ	NÖTR
Milliyet Web Portalı	20	2	12
<i>X</i> uygulamasındaki @ <i>Haber</i> Hesabı	2	8	1

Tablo 6.

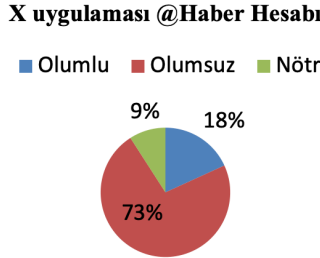
Milliyet web portalındaki dilan-engin polat haberleri kapsamında yer alan haber metinlerinin bağlamının yüzde olarak gösterimi.



15-30 Kasım 2023 tarihleri arasında *Milliyet* web portalında yer alan Dilan-Engin Polat haberlerinin %59'unun "olumlu" bağlamda aktarıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular *Milliyet* web portalının konu hakkında yer verdiği haber metinlerindeki temalar ile örtüşmektedir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, *Demiröeren Holding* sahipliğindeki yayın organının mülkiyet yapısı ve iktidar ilişkileri dolayımında konuya ilişkin haber metinlerini istenilen şekilde biçimlendirdiği doğrulanmıştır.

Tablo 7.

X uygulamasında bulunan @haber adlı hesaptaki dilan-engin polat haberleri kapsamında yer alan haber metinlerinin bağlamının yüzde olarak gösterimi.



X uygulamasındaki @Haber hesabında 15-30 Kasım 2023 tarihleri arasındaki Dilan-Engin Polat haberlerinin %73'ünün "olumsuz" bağlamda aktarıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular *X* uygulamasında yer alan @Haber adlı hesapta ilgili konu hakkında yer verilen haber metinlerinin temalar ile örtüşmektedir. Bağımsız bir haber kanalı olduğunu vurgulayan ve Türkiye özelinde iktidar ile yakın ilişkileri bulunmayan *X* uygulamasındaki @Haber hesabının Dilan-Engin Polat haberlerini tüm yönleriyle aktardığı düşünülmektedir. Haber metinlerinin tematik analizi sonucunda ulaşılan verilerin konunun özü ile uyumlu olması ve bağlamının ilgili konunun içeriği ile örtüştüğü görülmektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, *X* uygulamasındaki @Haber hesabında Dilan-Engin Polat haberlerinin kapsamına uygun bir biçimde aktarıldığı varsayımı doğrulanmıştır.

Dilan-Engin Polat haberlerinin çalışmaya konu olan her iki medya ortamında da halen yer almaya devam etmesi, konunun önemini ve güncelliğini koruduğunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Kitle iletişim araçları ile aktarılan haber metinleri ilgili medya kanalının sahip olduğu ideolojik bağlam ya da medya sahibinin ilişkileri dolayımında sunulur. Dolayısıyla ilgili yayın organının sahip olduğu ideolojiyle ve iktidar ile yakın ilişkilerinin neden olduğu bağımlılık ve sınırlılıkla haber metinlerine yer verme eğiliminde olduğu söylenebilir. Böyle bir durumda medya mülkiyetine bağımlı olarak şekillenen haber metinlerinin içeriklerinin egemen ideolojinin dışına çıkması beklenemez. Medya kuruluşu sahiplerinin iktidar ile yürüttüğü yakın ilişkiler sahip oldukları yayın organında aktardıkları haber metinlerinin içerik ve aktarım biçimlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan, söz konusu ilişkileri sürdürmek istemelerine bağlı olarak da bu döngü devam eder.

Çalışma kapsamında, Dilan-Engin Polat haberlerinin geleneksel ve sosyal medyada ele alınış ve yorumlanış biçimlerinde belirgin bir farklılık olduğu görülmüştür. İktidar ile yakın ilişkiler yürüttüğü bilinen *Demirören Holding* sahipliğindeki *Milliyet* web portalında konuya ilişkin haber metinlerinin siyasi ve politik boyutuna hiç yer verilmeyerek ekonomik boyutuna ise çok az yer verildiği görülmektedir. Bununla birlikte, konunun magazin tarafının ön plana çıkarılarak Dilan-Engin Polat haberlerinin bağlamından kopararak sunulduğu tespit edilmiştir. *Milliyet* web portalında konuya ilişkin haber metinlerinin daha çok “olumlu” bağlamda aktarıldığı tespit edilmiştir. Haber metinlerinin bağlamının tematik analiz sonuçları ile uyumludur. Bu sunum biçiminin iktidarın konuyu çözüme kavuşturduğu algısını yaratmada etkili olduğu düşünülmektedir. Haber metinlerinde konunun siyasi/ politik taraflarına yer verilmeyerek toplumun konunun bu boyutu üzerine düşünmesi ve değerlendirme yapması kısıtlanmaya çalışılmıştır. Haber metinleri aracılığıyla sorunun çözüme kavuşturulduğu ve devlet organlarının görevlerini layığıyla yerine getirdikleri aktararak olayın perde arkası gösterilmemektedir. Ekonomi-politik yaklaşım ile bu sonuçlar değerlendirildiğinde, durumun medya mülkiyeti ile söz konusu medya patronunun iktidarla yakın ilişkilerinden kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. Çünkü Dilan-Engin Polat haberlerinin konunun yapısı gereği gözaltı, tutuklama ve yargılama süreçlerini içermesi ve kara para aklama, vergi kaçırma ve sahte faturalandırma gibi unsurları barındırması nedeniyle siyasi, politik ve ekonomik taraflarının ön planda olması gerekmektedir. Ancak *Milliyet* web portalında 15-30 Kasım 2023 tarihlerinde yer alan haberlerde Dilan-Engin Polat haberlerinin bu biçimde aktarılmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda, ilgili yayın organında Dilan-Engin Polat haberlerinin aktarımı ile iktidarın konuya ilişkin söylemleriyle örtüştüğü görülmektedir. Dolayısıyla, *Milliyet* web portalında Dilan-Engin Polat haberlerinin iktidarın istediği biçim(ler)de ele alındığı ifade edilebilir. Elde edilen

bulgulara göre bu durumun iktidar ile yakın ilişkiler sürdüren medya mülkiyet yapılanmasından kaynaklandığı ortaya çıkmıştır.

Bağımsız haber kanalı olduğunu vurgulayarak ön plana çıkan ve sahipliğinin Türkiye özelinde iktidar ile ilişkisinin bulunmadığı *X* uygulamasındaki *@Haber* adlı hesapta ilgili konunun tam tersi biçimde ele alındığı ve yorumlandığı gözlemlenmiştir. Özellikle *X* uygulamasında yer alan *@Haber* adlı hesaptaki haber metinlerinin konunun içeriğine uygun olması nedeniyle daha doğru ve kapsamlı bir yayın politikası izlediği kanısına varılmıştır. Çalışmada ele alınan iki yayın organının konuya ilişkin haber metinlerini ele alış ve yorumlayış biçimlerindeki farklılık, durumun iktidar ilişkileri ve mülkiyet yapılanmasından kaynaklandığı bilgisini güçlendirmektedir.

Çalışma sonucunda, *Milliyet* web portalında çalışmada belirlenen tarih aralığında ilgili konu hakkında *X* uygulamasındaki *@Haber* hesabına göre sayıca daha fazla haber metnine yer verdiği tespit edilmiştir. *Milliyet* web portalında konuya ilişkin haber metinleri en fazla “magazin” teması çerçevesinde sunulurken; *X*’de bulunan *@Haber* adlı hesapta haber metinlerinin sayısı birbirine eşit olacak biçimde “siyasi/politik”, “polis/adliye” ve “ekonomi” temaları kapsamında aktarılmıştır. Bu aktarım biçimi Dilan-Engin Polat haberlerinin özü ile örtüşmektedir. *Milliyet* web portalında ise, konunun, medya sahipliği ve iktidar ile yakın ilişkiler nedeniyle iktidarın lehine olacak biçimde eksik ve hatalı aktarıldığı sonucuna varılmıştır. Özellikle konunun *X*’deki bağımsız yayın organı olduğunu vurgulayan *@Haber* adlı hesapta tam tersi biçimde aktarılması çalışmada gerçekleştirilen karşılaştırmalı analiz ve değerlendirmeyi doğrulamaktadır. Ayrıca bu çalışma, yeni medya türü olarak *X*’in ölçümlenmeye uygun bir iletişim ortamı sağladığını da doğrulamaktadır.

Haber metinlerinin sunulmasındaki farklılıkların bir diğer boyutunun ise, Dilan-Engin Polat çifti ile iktidar/ iktidar yapılanması arasındaki yakın ilişkilerden de kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Bu varsayım, başka bir araştırma konusu olarak çalışılabilir. Ancak bu çalışmada ekonomi-politik yaklaşımla, medya patronunun iktidar ile yakın ilişkilerinin haber metinlerinin içerik ve aktarımına yansımaları incelenmiştir. Bu kapsamda, konuya dair haber metinlerinin farklı medya ortamlarında ele alınış ve yorumlanış biçimlerine ilişkin farklılıklar betimsel analiz yöntemiyle ortaya konmaya çalışılmıştır. Böylelikle, yeni medya ortamını aktif kullanan bireylerle geleneksel medya ile daha pasif olan bireylerin haber alma özgürlüklerindeki farklılık da görülmüştür. Oysa bilgi edinme/ haber alma özgürlüğünün bireyin yurttaş olarak içinde bulunduğu toplumun açıklık derecesini gösteren bir ölçüt olduğu bilinmektedir. Şüphesiz ki, küreselleşmeyle beraber teknolojik gelişmeler birçok açıdan iletişim biliminde yeni kuramsal çalışmalara neden olacaktır.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de medya endüstrisi: Neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri*. (1. Baskı). Ütopya Yayınevi.

Adorno, T. W. (2020). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi*. (Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, Çev.). (11. Baskı). İletişim Yayınları.

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın diyalektiği: Felsefi fragmanlar*. (Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan, Çev.). (Birinci Basım). Kabalıcı Yayınevi.

Boyd-Barret, O. (2006). Ekonomi politik yaklaşım. Levent Yaylagül, (Ed.) *Kitle iletişiminin ekonomi politiği*. (ss. 1-16). Dalbaz Yayınevi.

Cao, J., & Zhao, Y. (Eds.) (2007) *The political economy of communication: A reader*. Fudan University Press.

Chomsky, N. (2005). *Medya denetimi*. (Elif Baki, Çev.). (Birinci Basım). Everest Yayınları.

Demirören Holding (2024, Mayıs 11). *Türkiye’nin lider, Avrupa’nın 4. Büyük medya organizasyonu*. <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/yazili-medya/>

Demirören Holding (2024, Temmuz 1). <https://www.demiroren.com.tr/>

Desmoulin, N. T. (1995). *Medya ekonomisi*. (Galip Üstün, Çev.). (2. Basım). İletişim Yayınları.

Evrensel Haber Merkezi. (2022, Mayıs 19). *Kemer Country: Orman olarak başlayan yolculuk apartmanla mı son bulacak?* <https://www.evrensel.net/haber/461890/kemer-country-orman-olarak-baslayan-yolculuk-apartmanla-mi-son-bulacak#:~:text=ESAT%20ED%C4%B0N'DEN%20DEM%C4%B0R%C3%96REN'E,ve%20yerle%C5%9Fim%20yerleri%20in%C5%9Fa%20etmi%C5%9Fti>

Fung, Y. H. (2006). Medya ekonomisinin politikası ve medya politikasının ekonomisi: Kısa bir bakış. Levent Yaylagül, (Ed.) *Kitle iletişiminin ekonomi politiği*. (s. 31-60). Dalbaz Yayınevi.

Gandy, O. H. (1992). The political economy approach: A critical challenge. *Journal of media economics*, 5(2), 23-42.

Genel, M. G., & Polat, G. (2022). Demirören medya grubunun ekonomi-politiği. *Ankara International Congress on Scientific Research-VII*.

Griffin, E. (2006). *A first look at communication theory*. (Sixth Edition). McGraw Hill.

Güngör, N. (2022). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. (6. Baskı). Siyasal Kitabevi.

Hamelink, C. J. (1994). *The politics of World communication: A human rights perspective*. Sage Publications.

Herman, E. S., & Chomsky, N. (2006). *Kitle medyasının ekonomi politiği: Rızanın imalatı*. (Ender Abadoğlu, Çev.). Aram Yayıncılık.

Horkheimer, M. (2005). *Geleneksel ve eleştirel kuram*. (Mustafa Tüzel, Çev.) (1. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.

McChesney, R. W. (2006). *21. Yüzyılda iletişim politikaları: Medyanın sorunu*. (Çiğdem Çıdamlı, Emel Coşkun, Erdoğan Usta, Çev.). (Birinci Basım). Kalkedon Yayıncılık.

McChesney, R. W., & Schiller, D. (2003) 'The political economy of international communication: Foundations for the emerging global debate about media ownership and regulation', paper no. 11, United Nations Research Institute for Social Development, Technology, Business, and Society Programme.

McQuail, D., & Windahl, S. (2017). *İletişim modelleri kitle iletişim çalışmalarında*. (Konca Yumlu, Çev.). (4. Baskı). İmge Kitabevi.

Milliyet (2024, Şubat 15). <https://www.milliyet.com.tr/>

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. (2. Baskı). Sage.

Özçetin, B. (2021). *Kitle iletişim kuramları kavramlar, okullar, modeller*. (5. Baskı). İletişim Yayınları.

Salama, P., & Valier, J. (1974). *Ekonomi politik el kitabı*. (Bülent Özen, Çev.). Gözlem Yayınları.

Şans Group (2024, Temmuz 1). *Avrupa'nın en büyük spor bahisleri tekeli*. <https://sansgroup.com.tr/aboutUs>

Twitter (2024, Şubat 10). <https://twitter.com/Haber>

Yıldırım, A., & Şimsek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (12. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

Wikipedia (2024, Temmuz 1). *Twitter (Şirket)*. [https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Twitter_\(%C5%9Firket\)](https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Twitter_(%C5%9Firket))

Ziraat Bankası (2024, 1 Temmuz). *Savaş döneminde Ziraat Bankası*. <https://www.ziraatbank.com.tr/tr/bankamiz/hakkimizda/bankamiz-tarihcesi#:~:text=Yasan%C4%B1n%20.%20maddesinde%20%22Ziraat%20Bankas%C4%B1,yard%C4%B1mc%C4%B1%20olmak%20i%C3%A7in%20kurulmu%C5%9Ftur%22%20denilmektedir>

YENİ MEDYADA YALAN HABER OLGUSU VE DOĞRULAMA PLATFORMU OLARAK TEYİT.ORG ÜZERİNE BİR İNCELEME

Kudret GÜL
Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye
kudretgul@sdu.edu.tr
<https://orcid.org/0009-0002-4354-4617>

<i>Atıf</i>	GÜL, K. (2024). YENİ MEDYADA YALAN HABER OLGUSU VE DOĞRULAMA PLATFORMU OLARAK TEYİT.ORG ÜZERİNE BİR İNCELEME. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 419-458.
-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Yalan haberler, dijital medya teknolojilerinin gelişmesi ve kullanıcıların artık içerik üreticisi olduğu yeni medya ortamları nedeniyle son zamanlarda daha yaygın hale gelmiştir. Yeni medya platformlarının küreselleşmeyi arttırması ve içeriklerin daha hızlı yayılmasını kolaylaştırması yalan haberlerin daha hızlı dolaşıma girerek önemli etik sorunların oluşmasına sebep olmaktadır. Bu durum özellikle yeni medya platformlarında dijital medya okuryazarlığının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Dezenformasyona sahip haberler dijital çağda, insanların çeşitli konulardaki fikirlerini manipüle etmek için kullanılmakta ve kullanıcılar arasında üretilen yalan içerikler hızla gerçek bilgilerin yerini almaktadır. Bu nedenle yankı odası ve filtre balonu gibi kavramlar söz konusu olduğunda kullanıcıların ideolojik olarak kendi görüşleriyle uyumlu içerikleri tüketme ve bu içeriklerde yer alan yalan haberlere inanma eğilimlerinin daha fazla olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı haber doğrulama platformlarının kuruluş amaçlarını ortaya koymak, Teyit.org platformunun hangi kategorilerde yayımlanan içerikleri analiz ettiğini tespit etmek, içerik türlerinin neler olduğunu bulmak ve içeriklerin hangi yeni medya platformlarında paylaşıldığını tespit etmektir. Çalışma bu yönüyle detaylı analizler içermekte ve elde ettiği farklı bulgulardan dolayı önemli görülmektedir. Çalışmanın örneklemini 25 Ekim 2023 - 25 Aralık 2023 tarihleri arasında paylaşılan 140 adet şüpheli içerik oluşturmaktadır. Aynı zamanda çalışmanın bu zaman aralığında seçilmesinin bir diğer sebebi İsrail- Hamas savaşının bu tarihler arasında şiddetlenmesidir. Buna bağlı olarak savaş ile ilgili paylaşılan içeriklerde de artış gözlenmektedir. Bu sebepler çalışmanın bu tarihler aralığında seçilmesinde etkili olmuştur. Bu zaman aralığında paylaşılan içerikler nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise

yayımlanan içeriklerin çoğunun yalan bilgilerden oluştuğu ve en fazla İsrail-Hamas savaşı ile politika kategorisinde yayımlanan içeriklerden oluştuğu tespit edilmiştir. İçeriklerin en fazla video ve sosyal medya iletilerinden oluştuğu elde edilen bulgular arasındadır. Ayrıca içeriklerin en fazla X ve Tiktok platformlarında paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak çalışmada yalan habere karşı neler yapılabilir sorusunun cevabı aranmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yeni Medya, Yalan Haber, Doğrulama Platformları, İçerik Analizi, Teyit.org.*

A STUDY ON THE PHENOMENON OF FAKE NEWS IN NEW MEDIA AND TEYİT.ORG AS A VERIFICATION PLATFORM

ABSTRACT

Fake news has recently become more widespread due to the development of digital media technologies and new media environments where users are now content producers. The fact that new media platforms increase globalisation and facilitate faster dissemination of content causes fake news to circulate faster and cause important ethical problems. This situation shows how important digital media literacy is, especially on new media platforms. Disinformation news is used in the digital age to manipulate people's opinions on various issues, and false content produced among users quickly replaces real information. Therefore, when it comes to concepts such as echo chamber and filter bubble, it is stated that users are more likely to consume content that is ideologically compatible with their own views and to believe the fake news in this content. In this context, the aim of the study is to reveal the founding purposes of news verification platforms, to determine in which categories the Teyit.org platform analyses the content published, to find out the types of content and to determine on which new media platforms the content is shared. In this respect, the study includes detailed analyses and is considered important due to its different findings. The sample of the study consists of 140 suspicious content shared between 25 October 2023 and 25 December 2023. At the same time, another reason for choosing this time period for the study is that the Israel-Hamas war intensified between these dates. Accordingly, there is an increase in the content shared about the war. These reasons were effective in the selection of the study between these dates. The contents shared in this time interval were analysed by qualitative and quantitative content analysis method. When the results obtained in the study are analysed, it is determined that most of the content published consists of false information and mostly consists of content published in the category of Israel - Hamas war and politics. It is among the findings that most of the content consists of video and social media messages. In addition, it was determined that the content was mostly shared on X and Tiktok platforms. In addition to these, the study tried to find the answer to the question of what can be done against fake news.

Keywords: *New Media, Fake news, Verification Platforms, Content Analysis, Teyit.org*

GİRİŞ

Haberler; bir zaman dilimi içerisinde meydana gelen olayları, sorunları ya da fikirleri aktarma işlevini yerine getiren, insanları bilgilendiren yazılardır. Bu yazılar, matbaanın icadından ve gazetelerin daha yaygın bir şekilde dağıtılmaya başlanmasından bu yana hızını ve etki alanını genişletmiştir. Bu sayede ekonomik, siyasi ve sosyal içeriklerin yer aldığı birçok yazılı materyal piyasaya çıkmıştır. Bu yazılı materyaller zaman içerisinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle dönüşüme uğrayarak günümüz yeni medya platformlarında paylaşılar hale gelmiştir.

Web 2.0 ve iletişim aygıtlarının gelişimi gazeteciliği dönüştürerek çok farklı noktalara taşımıştır. İnternet; gücü, hızı, zaman ve mekândan bağımsız kullanım kolaylığı sayesinde haberlerin oluşturulması ve yayılması da dâhil olmak üzere her süreçte devrim yaratmıştır. Web 2.0 teknolojisi ise sadece alıcı konumundaki kitleleri birer içerik üreticisi haline getirerek büyük bir değişim yaratmıştır. Kullanıcılar bu teknolojiler sayesinde kendi videolarını, fotoğraflarını ve yazılarını hazırlayıp paylaşabilmektedir. Radyo, televizyon ve gazeteden oluşan geleneksel medyanın yanı sıra, bireylerin de içerikler ürettiği, gündem oluşturabildiği ve diğer insanlarla etkileşim oluşturduğu yeni medya platformları ortaya çıkmıştır (Brandtzaeg ve Folstad, 2017, s. 60).

Geleneksel medyanın aksine, yeni medyanın gelişen haber üretme ve tüketme yöntemleri, farklı seslerin duyulması için daha fazla platform sağlayarak demokrasiye büyük katkı sağlamış, ancak bu süre zarfında bazı etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Yeni medyanın en önemli etik sorunlarından biri yalan bilgi ve haberlerdir. İnternet ortamlarında üretilen haber ve bilgilerin dolaşım hızı artış göstermiş, her gün daha fazla kullanıcı bilgiye erişim daha kolay olduğu için dijital medya ortamlarını kullanır hale gelmiştir. Bu bağlamda; geleneksel medyayı kendi çıkarları için kullanan şirketler ve politikacılar bu sefer de yeni medya araçlarını hem ideolojik hem de maddi kazanç elde etmek için kullanmaya başlamışlardır. Kitlelere sahte fotoğraflar, başlıklar, videolar ve haberler gibi birçok içerikle ulaşılmaya ve manipüle edilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda, 2016 ABD Başkanlık Seçimleri ve İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden (BREXIT) çıkışı sırasında “yalan haber” fikri daha da önem kazanmıştır. Her iki durumda da seçmenlerin düşüncelerini etkilemek için yalan haberler kullanılmıştır (Lowrey, 2015, s. 355).

Bu çalışmanın temel amacı; yeni medya uygulamalarında paylaşılan haberlerin doğrulanması bağlamında, Türkiye’de faaliyet gösteren doğrulama platformu Teyit.org’un yapısı ve işlevini inceleyerek, platformda paylaşılan içeriklerin hangi kategorilerde yer aldığını bulmak, içerik türlerini (video, sosyal medya iletilisi, fotoğraf vb.) tespit etmek ve hangi medya platformlarında (Twitter, Tiktok, Youtube vb.) dolaşıma sokulduğunu ortaya koymak ve elde edilen bulgular sonucunda ise yeni medya platformlarında yalan habere karşı neler yapılabilir sorusuna cevap oluşturmaktır.

Bu bağlamda çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; yeni medya ve haber üretim pratikleri açıklanmıştır. Sonrasında ise literatür taraması kısmında alanyazında yer alan yalan haber ve dijital teyit platformları konuları hakkında yapılan çalışmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise dijital doğrulama platformlarının tarihsel gelişimi, yapısı ve Teyit.org platformu hakkında bilgiler verilmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise araştırmadan elde edilen bulgular şekiller ve tablolar halinde açıklanmıştır. Sonuç kısmında da elde edilen bu bulgular yorumlanarak değerlendirilmiştir.

Bu sebeple çalışma Teyit.org'un 25 Ekim 2023- 25 Aralık 2023 tarihleri arasında gerçekleştirdiği doğrulama analizlerini kapsamaktadır. Teyit.org platformunda paylaşılan içerik sayısı çok fazla olduğu için araştırmada sınırlandırmaya gidilmiştir. Örneklem alınma yoluna gidilerek seçilen zaman aralığında yer alan 140 adet içerik incelenmiştir. Aynı zamanda çalışmanın bu zaman aralığında seçilmesinin bir diğer sebebi İsrail- Hamas savaşının bu tarihler arasında şiddetlenmesidir. Buna bağlı olarak savaş ile ilgili paylaşılan içeriklerde de artış gözlenmektedir. Bu sebepler çalışmanın bu tarihler aralığında seçilmesinde etkili olmuştur. Araştırmada, belirtilen tarih aralığındaki içerikler nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Bu çalışmada kullanılacak yöntem, bir metnin öğelerinin önceden belirlenmiş olan kategorilere göre sınıflandırılmasına dayanan bir araştırma yöntemi olan içerik analizi tekniğidir (Duvarger,1989, s. 144). Bu bağlamda, eksik olarak düşünülen noktaların tamamlanması amacıyla içerik analizinin her iki türü (nicel ve nitel analiz yöntemi) bu çalışmada kullanılmıştır (Gökçe, 2006, s. 40-41). Nitel ve nicel içerik analizlerinin odak noktaları birbirinden farklı olsa da birbirlerini tamamlayıcı nitelikte oldukları görülmektedir. Bu durum da bilimsel çalışmaların yapılması anlamında önemli bir durumdur.

İçerik analizi yöntemi kullanılarak, Teyit.org'un incelediği haberlerin hangi kategorilerde yayımlandığı, içerik türlerinin neler olduğu, hangi medya platformlarında paylaşıldığı (X, Tiktok, Instagram vb.) tespit edilecek ve elde edilen bulgular ile yeni medya platformlarında ortaya çıkan etik bir sorun olan yalan haber ve bilgiler üzerine değerlendirme yapılacaktır. Bunlara ek olarak yalan habere karşı neler yapılabilir sorusunun cevabı aranmaya çalışılacaktır.

Bu bağlamda çalışmada kullanılacak olan yöntem aktarıldıktan sonra alanyazında yapılan diğer çalışmalardan örnekler verilerek elde ettikleri bulgular açıklanacaktır. Yalan haber ve doğrulama platformları konularında alanyazında yüksek lisans tezleri ve makale çalışmaları yer almaktadır.

İlk olarak Gülsüm Erkan ve Ahmet Ayhan (2018) tarafından yazılan “Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org” başlıklı makalenin konusu ve elde ettiği bulgular açıklanacaktır. Öncelikle makalenin konusu açıklanacak olursa; 24 Haziran 2018 tarihi için

belirlenen erken seçim kararı sonrasında, sosyal medyada siyasi dezenformasyon amaçlı yapılan paylaşımlar Teyit.org doğrulama platformu üzerinden incelenmiş ve bu tür yanlış bilgilerin önlenmesinde doğrulama platformlarının rolü analiz edilmiştir (Ayhan ve Erkan, 2018, s. 1). Makaleden elde edilen bulgular incelendiğinde ise; Politika başlığı altında incelenen 47 içeriğin 33’ü yanlış, 6’sı karma ve 8’inin doğru olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucu yanlış olarak bulunan içeriklerde ise fotomontaj ve yalan bilgi gibi manipülasyonların yapıldığı belirlenmiştir. Teyit.org tarafından incelenen sosyal medya paylaşımlarına bakıldığında, bu paylaşımların dezenformasyon amacı taşıdığı net bir şekilde görülmektedir (Ayhan ve Erkan, 2018, s. 13).

Diğer çalışma ise Çömlekçi (2019) tarafından yazılan “Sosyal Medyada Dezenformasyon ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri” başlıklı makaledir. Makalenin konusu açıklanacak olursa; İki haber doğrulama platformu olan Teyit.org ve Snopes.com’da paylaşılan içerikler incelenmiştir. İlk olarak bu platformların özellikleri ortaya konulmuş, kullandıkları haber doğrulama yöntemleri tespit edilmiş ve içerik analizi ile bu platformların haber doğrulama süreçlerinde hangi konulara öncelik verdikleri belirlenmiştir (Çömlekçi, 2019, s. 2). Çalışma sonucunda 2019 yılının Ocak ayında her iki doğrulama platformunda toplamda 192 haberin incelendiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda kamuoyunu şekillendiren göç gibi politik ve ekonomik konulara özellikle odaklanıldığı, kamu sağlığını tehdit edebilecek sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin doğrulanmasına da özel önem verildiği görülmektedir (Çömlekçi, 2019, s. 13).

Bu çalışmada ise diğer çalışmalardan farklı olarak daha detaylı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında ise; içeriklerin analiz sonuçlarının (yanlış, doğru, karma, sonuçlandırılmadı) neler olduğunu, içeriklerin en çok hangi kategorilerde (İsrail- Hamas savaşı, politika, yaşam vb.) paylaşıldığını, içerik türlerinin (video, sosyal medya iletisi vb.) neler olduğunu ve hangi medya platformlarında yayıldığı (Twitter, Tiktok, Youtube vb.) tespit etmeyi amaçlamaktadır. İçeriklerin kategorilere ayrılarak tespit etmeyi amaçlayan bölüm diğer çalışmalara göre daha detaylı yapılmıştır. Ayrıca kategorilendirme yapılırken İsrail-Hamas savaşı gibi ek kategoriler eklenerek çalışma detaylandırılmıştır. Bunun sebebi ise makalenin örneklemini oluşturan 25 Ekim 2023- 25 Aralık 2023 tarihleri aralığında çatışmaların şiddetlenmesine paralel olarak yeni medya platformlarında paylaşılan içeriklerin sayısının artmasıdır. Bu bağlamda İsrail-Hamas savaşı kategorisinde paylaşılan içerik sayısının diğer kategorilere göre daha fazla olduğu ve bu kategoride paylaşılan bütün içeriklerin analiz sonucunun yanlış olduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak içeriklerin hangi platformlarda paylaşıldığını tespit etmeyi amaçlayan bölüm incelendiğinde ise daha detaylı bir sınıflandırma yapıldığı görülmektedir. Aynı zamanda içerikler en fazla X platformunda paylaşıldığı görülmektedir. Bu durumda X platformunun işlevini ve yalan içeriklerin neden bu kadar fazla dolaşıma sokulduğunu anlamak açısından önemli bir bulgudur. Diğer önemli

bulgu ise Tiktok platformunda paylaşılan içeriklerin sayısının X platformundan sonra en fazla olması ve neredeyse tamamının analiz sonucunun yanlış olmasıdır. Bu durumda, Tiktok platformunun artık güncel savaş, politika gibi konuların paylaşıldığı bir yeni medya ortamına dönüştüğünü göstermektedir.

YENİ MEDYA VE HABER ÜRETİM PRATİKLERİ

Medya ve iletişim tarihi, teknolojik gelişmelerin son 500 yılda ilerlemesiyle sürekli değişime uğramıştır. Marshall McLuhan (akt. Güngör, 2013, s. 178), insanlık tarihini teknolojik unsurları merkeze alarak üç bölüme ayırmaktadır. 1500'lü yıllardan önce, konuşma ve söze öncelik veren bir kabile dönemi vardı. İkinci dönem ise matbaa ile başlayan 1500-1900 yıllarını kapsayan yazılı iletişimin (gazeteler, dergiler vb.) geliştiği ve yaygınlaştığı dönemdir. Üçüncü dönem ise radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının geliştiği ve yaygınlaştığı 1900'lü yıllardan sonrasını kapsayan elektronik çağ dönemidir.

Tarihteki her teknolojik ilerleme yeni olarak adlandırılrsa da sonradan icat edilen her yeni teknoloji bir önceki teknolojiyi eski hale getirmektedir. Bu şekilde yeni kavramı zaman içerisinde evrimleşerek değişikliğe uğramaktadır. Yeni geliştirilen teknolojik bir buluş veya var olan teknolojiye eklemeler yapmak, bir önceki yaygın bir şekilde kullanılan teknoloji pratiklerini eski konumuna getirmektedir. Kendi tarihsel süreçleri açısından fotoğraf, sinema, telefon ve televizyon bir anlamda yeni medya örnekleriydi (Manovich, 2014, s. 170). Medyada bu kavramlar geleneksel ve yeni olarak ikiye ayrılmaktadır. Geleneksel medya kavramı; genellikle tek yönlü iletişim kanallarına sahip, yazılı, görsel ve işitsel teknolojilerini kapsayan kitle iletişim araçlarıdır. Yeni medya kavramı ise internet sonrası gelişen ve sosyal medya araçlarını da kapsayan teknolojileri ifade etmektedir.

Yeni medya kavramını tanımlayacak olursak; internet ve web 2.0 teknolojilerinin getirdiği yenilikler sayesinde, bilgiye erişimdeki yaşanan hız ve kolaylık faktörleri ile hayatımıza dahil olan yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya platformlarını içeren bir kavramdır. Ancak bu tanımlamanın ötesinde yeni medyanın daha kapsayıcı ve geniş bir tanıma sahip olması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında yeni medyayı Manovich'in temel fikirlerini kullanarak tanımlamak ve geleneksel medyadan farklılaştığı yönleri vurgulamak daha kapsayıcı ve iyi bir kavramsallaştırma yapabilmek adına önemlidir. Bu ilkeler ışığında yeni medya kavramı; değişkenlik, sayısal temsil, otomasyon, modülerlik ve kod çevrimi gibi özelliklerle açıklanmıştır (Manovich, 2001, s. 27-48).

Yeni medyanın sayısal olarak ifade edilmesine olanak sağlayan sayısal temsil, programlanabilir özelliği ile dikkat çekmektedir. Modülerlik kavramı yeni medyanın parçalı ve çok yönlü yapısını öne çıkarmaktadır. Görüntü, ses, şekil vb. medya unsurları daha büyük bir bütünün parçası olurken kendi özelliklerini de koruyabilmektedir. Örneğin, bir html belgesinde her biri kodlarla temsil

edilen farklı konular bulunabilir ve belgenin bütününe zarar vermeden herhangi bir konuyu eklemek veya silbilmek mümkündür. Yeni medyada otomasyon teknolojisi, sayısal temsil ve modülerlik sayesinde mümkün olmaktadır. Kullanıcılar farklı yazılımların kullanılmasının sonucu olarak üretim sürecinin bir kısmının dışında kalmaktadır. Fakat otomasyon teknolojilerinin gelişmesi sayesinde istenilen işlemin yapılabilmesine imkân tanımaktadır. Yeni medyanın değişken yapısı, durağan olmasını engellemekte ve istenildiği anda yeni bir yapıya girmesine neden olabilmektedir. Aynı zamanda bu özellik kullanıcıyı yeni medya ürünlerinin üretilmesinde aktif katılımını sağlayarak hiper ortam (hypermedia) oluşturmaktadır. Kod çevrimi kavramı ise protokollerin nasıl dönüşebilir özelliklere sahip olduğunu anlatmaktadır (Manovich, 2001, s. 49-66).

Lister vd. (2009, s. 13), yeni medya kavramını açıklarken Manovich'ten farklı olarak belirli özelliklere odaklanmaktadır. Bu özellikleri ise şu şekilde sıralamak mümkündür: Etkileşimli, hipermetinsel, sanal, sayısal, ağ bağlantılı ve simülasyon. Buna karşılık Van Dijk (2016) ise yeni medyanın sayısal yapısı, etkileşimli özelliği ve entegre olma özellikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Yeni medyanın sayısal yapısı onu diğer çalışmalardan ayırarak farklılık göstermektedir. Van Dijk, etkileşimsellik özelliğinin üç farklı seviyede hayata geçtiğini ileri sürmektedir. Bunları sırasıyla şöyle ifade etmektedir: Düşük etkileşim, eşzamanlılık ve yüksek etkileşimsellik (Dijk, 2016, s. 10). Yeni medyanın üç temel özelliğini; eşzamansızlık, kitlesizleştirme ve etkileşim olarak kavramsallaştıran Rogers (1986, s. 5-7) ise özellikle etkileşim kavramının altını çizmektedir. Bu bağlamda yeni medyanın etkileşimli unsurları geleneksel medyayı değiştirip dönüştürerek kaynak ile alıcı arasındaki mesajın manipüle edildiği bir iletişim ortamının oluşmasına sebep olmaktadır. Rogers'a (1986) göre ise yeni medyanın kitlesizleştirme özelliği sayesinde bütün kitlelere içerik üretimi yerine, kullanıcıların kişisel özelliklerine uygun içerik üretebilme imkanına sahip olduğunu aktarmaktadır. Rogers'ın vurguladığı son nokta olan eş zamansızlık özelliği, kaynak ve hedefin etkileşimlerinin farklı zaman ve mekanlarda da devam etmesini sağlayan bu sayede kullanıcı odaklı yapısıyla yeni medyanın milyonlarca kullanıcı tarafından tercih edilmesine neden olmaktadır.

Aynı zamanda Van Dijk (2016, s. 16-18), medyada gerçekleşen dönüşümleri teknik ve yapısal iletişim devrimleri olarak ikiye ayırmaktadır. Zaman ve uzam koordinatlarında temel değişikliklerin oluşmasını sağlayan dönüşümler yapısal iletişim devrimleridir. Teknik iletişim devrimi ise bağlantılar, yapay hafızalar veya hafızaların içeriğinin yeniden üretilmesi özelliklerinden oluşmaktadır. Van Dijk (2016, s. 20-24) bu bağlamda yeni medya kavramını üç öğeyle betimlemektedir. Bu özellikler sırayla şunlardır: Yöndeşme (yakınsama), interaktiflik, dijital kod ve hiper metin. Yeni medyanın en önemli yapısal özelliği yakınsama olarak tanımlanmaktadır. Yakınsama süreci sonucunda, birçok iletişim aracı tek bir platformda birleşmiş ve aynı zamanda kademeli olarak birbirine entegre olmuştur. Yeni medyanın ikinci yapısal özelliği ise interaktifliktir.

İnteraktiflik özelliği ise çok yönlü iletişim sağlanabilmesi ve eşzamanlı yapısıyla dikkat çekmektedir. Son olarak hiper metin ve dijital kod yeni medyanın teknik özelliklerini oluşturmaktadır. 0 ve 1 dizilerinden oluşan her bir verinin bitlere dönüşerek iletilmesi dijital kodları oluşturmaktadır. Farklı veri kümelerinin birbirine bağlanması ise hiper metinleri meydana getirmektedir.

Barber (2008) ise; kullanıcıya yeni ekran sunmanın yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en temel özellik olduğunu ifade etmekte ve bu şekilde kullanıcılar arasındaki etkileşimi de farklı bir boyuta taşıdığını aktarmaktadır. Lister vd. (2009) göre yeni medyanın görsel unsurlara daha çok önem verdiği, Van Dijk'in (2016) de kişilerarası iletişimin artık doğrudan doğruya olmadığı söylemleri Barber'in yeni ekran kavramını destekleyen özelliklerdir.

Yeni medya içerikleri nicelik ve özellik bakımından geleneksel medyada var olan içeriklere göre ciddi bir değişim geçirmiştir. Van Dijk (2016) bu değişimi 5 başlık altında anlatmaktadır:

- İletişim yüklenmesi: Yeni medya sayesinde kullanıcılar artık daha kolay mesaj alıp gönderebilmektedir. Bu durum yoğun bir iletişim ortamı yaratmıştır. Günümüzde ise bireylerin tüketebileceklerinden çok daha fazla veri akışı oluşmaktadır
- Enformasyon yüklenmesi: Bilgi akışındaki artışın pozitif bir etki yaratması beklenirken onun yerine enformasyon artışından kaynaklanan sorunlar artış göstermiştir. Bilgi miktarı arttıkça kullanıcıların bilgiyle olan ilişkilerinin kalitesi düşmüştür.
- Veri ve enformasyon miktarında patlama: Yeni medyanın ortaya çıkışıyla birlikte kullanıcıların verilere ve bilgilere erişimi önemli ölçüde artmıştır.
- Enformasyon araçları: Bilgi miktarındaki artış ve iletişim ortamlarının aktif oluşu; arama motorları ya da içeriklerin düzenlenmesini sağlayan yapay zeka teknolojileri gibi araçları yeni medya platformlarının içerisine dahil etmiştir. Bu durum kullanıcılar için risk taşımaktadır. Bu araçları her zaman kullanan kullanıcılar kendi yeteneklerinin azalmasına ve karşılaştıkları pek çok farklı kaynağa erişmede sorun yaşayabilmektedirler.
- İçeriğin kalitesi: Artan veri miktarı karşısında nitelikli bilgiye erişmek de giderek zorlaşmaktadır. Kullanıcılar nitelikli ve güvenilir bilgiye erişmekte sorunlar yaşamaktadır (Van Dijk, 2016, s. 301-307).

Özetle yeni medya dijital teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan bir terimdir. Eski medya biçimleri bilgisayarlar aracılığıyla dijitalleştirilip ortak değerlere dönüştürülmekte, medya tanımlanabilir bir dönüşüm sonucunda programlanabilir bir konuma getirilmektedir. Bunlara ek olarak yeni medya; iletişim süreçlerini ve telekomünikasyonu bir araya getirmekte, içerisinde entegrasyon özelliğini barındırmakta ve bu özellik sayesinde de interaktif iletişim ortamının oluşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda yeni medya farklı yer ve zamanlarda erişilebilen,

aynı anda birçok işlemin yürütülmesine imkân sağlayan, hipermetinsellik özelliği ile farklı veriler arasında bağlantı kurulmasına imkân tanıyan, zaman ve mekan kavramlarının değişmesine sebep olan ve iletişim ortamları ve aygıtlarını temsil eden bir kavram olarak tanımlanabilmektedir (Güney, 2014, s. 56).

19. yüzyılda matbaanın gelişmesiyle birlikte gazetecilik alanında; telgraf, daktilo, fotoğraf ve telefon kullanılmıştır. 20.yüzyıla gelindiğinde ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişme gösterdiği ve gazetecilik pratiklerinin de dönüşüme uğradığı bir dönem olmuştur (Toruk, 2008, s. 72). 21. yüzyıla gelindiğinde ise küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte geleneksel medya mecraları bilgi iletişim teknolojileri ile bir araya gelmekte ve üretilen içerikler, gelişen teknolojinin sağladığı kolaylıklar ve hız ile farklı mecralarda dolaşıma sokularak insanlar arasındaki etkileşimi çok fazla arttırmaktadır (Örs, 2016, s. 173).

Günlük hayatta kullanılan tabletler, akıllı telefonlar ve laptoplar artık birer iletişim aracına dönüşmüştür. Geleneksel medya kuruluşlarının bu teknolojik cihazların artan kullanım oranlarına uyum sağlaması artan rekabet ortamında zorunlu hale gelmiştir. Geleneksel haber kuruluşları olan gazeteler; haber siteleri, tablet ve akıllı telefon uygulamaları ile kullanıcılarını kaybetmemeyi amaçlamaktadır. Bu sebeple gelişen mobil teknolojilere yatırım yaparak medyanın rekabetçi ortamında ayakta kalmaya çalışmaktadırlar.

Türkiye de dahil olmak üzere dünya genelinde bazı gazeteler kâğıt baskıyı durdurarak sadece çevrimiçi ortamda haberleri yayımlamaya devam etmektedirler. Türkiye’de de bu duruma örnek olarak şu gazeteler verilebilir: Radikal Gazetesi 28 Haziran 2014 tarihinde, Habertürk Gazetesi 5 Temmuz 2018, Vatan Gazetesi ise 1 Kasım 2018 tarihinde son yazılı örneklerini vererek yayın hayatlarına son vermişlerdir. Tüketicilerin artık yazılı medyayı tercih etmediği göz önüne alındığında, bu durumun gazete şirketleri üzerinde ciddi anlamda olumsuz bir ekonomik etkisi olacağı kesindir.

Doğru haber yapma ve kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğunu esas alması gereken gazeteciliğin, ekonomik nedenlerden dolayı kâr odaklı faaliyetlere yönelmesi birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Medyada haberlerin reyting kaygısıyla yapılması, içeriğinden ve kamuoyunu doğru bilgilendirip bilgilendirmediğinden daha önemli olması, habercilik değerlerinin (nesnel, tarafsız, objektif vb.) yok sayıldığı bir medya ortamının oluşmasına neden olmaktadır. Ayrıca yeni medya ortamlarında kullanıcılar haberlerin linklerine ne kadar fazla tıklarsa haberin değeri de o oranda artış göstermektedir.

Son dakika haberlerinin anında kullanıcılara ulaştırılabilmesi, çevrimiçi haber sitelerine yüklenen içeriklerin her saniye güncellenmesiyle mümkün olmaktadır. Böyle bir medya ortamında rekabet de artık kaçınılmaz hale gelmektedir. Rekabetin ve hızın bu kadar artış gösterdiği yeni medya mecralarında haberin kesinliği, doğruluğu ve objektifliği gibi unsurları da tartışmaya açık hale

getirmiştir. Bilgi ile eğlencenin birleştiği ve haber ile reklam arasındaki çizginin bulanıklaştığı bu yeni medya mecralarında, gazeteciliğin halkı doğru ve tarafsız bir şekilde bilgilendirme görevi de bu tür durumlarda tehlikeye girebilmektedir.

Bu bağlamda yeni medyada dijitalleşme, haber üretim süreçlerinde olduğu gibi birçok farklı sektörde de önemli değişikliklere yol açmıştır. Teknolojik ilerlemeler ve toplumsal değişimler, haberin üretiminden, dağıtımına ve tüketimine kadar her aşamasını yeniden şekillendirmiştir. Dijitalleşmeyle gelen bu değişim haberlerin hızla üretilip yayılmasını sağlamıştır (Fenton, 2009). Sonuç olarak yeni medya platformları haberlerin hızlı ve sürekli olarak güncellenmesini sağlayarak, geleneksel medya araçlarına kıyasla kullanıcıların en son gelişmeleri kolaylıkla öğrenmesini sağlamaktadır.

Bunlara ek olarak yeni medya ortamlarında haberler, daha geniş kitlelere erişebilmekte ve çeşitli cihazlar üzerinden sosyal medyada paylaşılabilir. Büyük veri analizi ve veri madenciliği, daha derinlemesine ve mantıklı haberlerin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Dijital haber platformları ise, okuyuculardan gelen geri bildirimleri dikkate alarak haber üreticilerine içerik konusunda rehberlik edebilmektedir. Dijital haberler de görsel etkileşimi arttıracak öğelerle zenginleştirilerek daha çekici ve anlaşılır bir şekilde kitlelere sunulmaktadır.

Dijitalleşme, haber üreticilerine metin tabanlı haberlerin yanı sıra video, ses, infografikler, animasyon ve fotoğraf gibi çeşitli medya formatlarını kullanma imkânı sağlamaktadır. Bu durum, haberlerin daha etkili bir şekilde aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal medya platformları ise, haberlerin paylaşılması, yorumlanması ve hızla yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu sayede kullanıcılar haberlerin üretimi noktasında katkıda bulunarak vatandaş gazeteciliği kavramının ortaya çıkmasını sağlamaktadırlar (Picard, 2014). Bu durum, olayların daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesine ve farklı kaynaklardan gelen bilgilere dayalı haberlerin hazırlanmasına imkân sağlamaktadır.

Aynı zamanda dijitalleşme, haber üretiminde veri madenciliği tekniklerinin kullanılmasını mümkün hale getirmektedir. Bu durum, haber üreticilerinin daha derinlemesine veri araştırmaları yapmalarına ve daha kapsamlı hikayeler oluşturmalarına olanak tanımaktadır. Yeni medya platformları ise kullanıcılara ilgi alanlarına ve tercihlerine göre özelleştirilmiş haberler sunabilmektedir. Bu durum da her kullanıcının kendi haber akışını oluşturmasını sağlamaktadır fakat aynı zamanda filtre balonu gibi kullanıcıların kendi görüşlerini yansıtan haberlere maruz kalmalarına da neden olabilmektedir (Entman ve Usher, 2018).

Bunlara ek olarak dijitalleşme, haberlerin doğruluğu, güvenilirliği ve sürdürülebilirliği konularında da farklı sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sahte haberler ve haber kaynaklarının güvenilirliği bu sorunların birkaçını oluşturmaktadır. Sonuç olarak dijitalleşme, haber üretiminin daha hızlı ve etkili bir şekilde yapılmasını sağlamış ancak yeni sorunların oluşmasına da

neden olmuştur. Bu bağlamda haber endüstrisi bu değişen ortama uyum sağlama ve kaliteli, güvenilir haberler üretme konusunda oldukça çaba göstermektedir (Carlson, 2020).

Dijitalleşen haberler, geleneksel medya kuruluşlarının yanı sıra internet ve dijital teknolojiler aracılığıyla üretilen ve dağıtılan haberleri de kapsamaktadır. Geleneksel gazetelerin veya televizyon kanallarının internet siteleri, güncel haberleri anında yayımlamak için kullanılmaktadır. Örneğin, büyük haber kuruluşları BBC News, CNN ve The New York Times internet sitelerinden güncel olaylarla ilgili haberleri yayımlamaktadırlar.

Sosyal medya uygulamaları arasında Facebook, X ve Instagram gibi örnekler, kullanıcıların kendi haberlerini ve güncel olayları paylaşmalarını sağlamaktadır. Bu platformlar, aynı zamanda haber kuruluşları ve gazeteciler tarafından da kullanılmaktadır. Örneğin, birçok haber ajansı X platformu üzerinden anlık haber güncellemeleri yapmaktadır. Haber uygulamaları, kullanıcılara kişiselleştirilmiş haber içerikleri sunmakta ve böylece kullanıcılar ilgi alanlarına göre haberleri takip edebilmektedir. Örneğin, Flipboard gibi bir haber okuma uygulaması, farklı kaynaklardan gelen haberleri kullanıcılara toplu bir şekilde sunmaktadır.

Bunlara ek olarak sesli ve görsel medya, dijital haberlerin önemli bir bileşenidir. Podcastler, bireylerin haberleri ve hikayeleri dinleyerek takip etmelerine olanak sağlamaktadır. YouTube gibi sosyal medya platformları ise, haber kuruluşlarının video haber içeriklerini kitlelere aktarmasına izin vermektedir. Veri gazeteciliği ise, büyük veri kümelerini analiz ederek haberler oluşturmayı kapsamaktadır. Bu tür haberler, karmaşık konuların daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmak için interaktif grafikler, haritalar ve veri görselleştirmeleri kullanmaktadır (Demuyakor, 2021).

Birçok medya kuruluşu, okuyucularına düzenli aralıklarla güncel haberler içeren bültenler göndermektedir. Bu bültenler en önemli haber başlıklarını ve derinlemesine analizleri içermektedir. Mobil cihazlar üzerinden haberlere erişim sağlayan uygulamalar ise insanların haberleri hızlı ve kolay bir şekilde takip etmelerini sağlamaktadır. Özellikle bazı yerel haber uygulamaları hava durumu, trafik ve acil durum güncellemeleri gibi özellikler sunmaktadır.

Bazı haber siteleri, yapay zekâ araçlarını kullanarak haberlerin üretimini gerçekleştirmektedirler. Bu tip haber siteleri, belirli türdeki haberleri hızla hazırlayabilir ve yayımlayabilirler. Dijitalleşmeyle haber tüketimi daha pratik bir hale gelirken, haber üretimini ve paylaşımını da oldukça hızlandırmıştır. Ancak zaman içinde doğru bilgiye erişim konusunda yeni zorluklar ve sorumluluklar da ortaya çıkmıştır. Çünkü yeni medya platformlarında yalan ve yanıltıcı içeriklere erişilebilir oldukça kolaydır (Praprotnik, 2016). Bu sebeple, haberleri tüketirken kaynakları özenle seçmek ve güvenilir haber kaynaklarına yönelmek oldukça önemlidir.

Çevrimiçi platformlar olması gereken haber değeri ilkeleri yerine kullanıcıların istediği şekilde paylaşım yapmalarına ve içerik oluşturmalarına imkân sağlamaktadır. Bu nedenle doğru içerik ve haberlerin dolaşıma sokulup paylaşılmasında sorunlar yaşanmaktadır. Sosyal medya platformları yanlış ve yanıltıcı bilgilerin yayılması noktasında sıklıkla kullanılmaktadır. Bu sebeple bu mecralar etik değerlerin çok fazla önemsenmediği, haber doğruluğunun kanıtlanamadığı, trol ve bot hesaplarla birlikte kimliği bilinmeyen hesapların önemli hale geldiği yeni nesil haber yayımlama mecraları olarak geleneksel medyanın yerini almaktadır. Bu mecralar haber ve haber kaynaklarına erişimi hızlandırıp kolaylaştırırsa da haber değer ilkeleri ve haber etiği gibi temel gazetecilik ilkelerini içinde barındırmaması sebebiyle, yalan bilgilerin paylaşıldığı ortamlar olarak da karşımızda durmaktadır.

Aynı zamanda yeni medya; habercilik pratikleri ve hedef kitlesi gibi birçok konuda önemli dönüşümleri meydana getirmiştir. Yeni medya geleneksel medyanın aksine, haberlerin her an yenilenebilmesi ve haberlere 7/24 erişilebilmesi gibi özellikleriyle mekândan bağımsız olarak güncel ve dinamik bir haber ortamı yaratmıştır. Kullanıcılar geleneksel medyanın aksine yeni medya ortamında, haberleri sadece tüketen değil, yorum yapabilen, beğenebilen hatta haberleri üretebilen bir konuma gelmişlerdir. Bu değişim yeni medyadaki haber üretim uygulamalarını geleneksel medyadan ayıran en temel özelliktir.

LİTERATÜR TARAMASI

İster yalan haber ister dezenformasyon olarak adlandırılınsın, yalan haberler sosyal medya aracılığıyla yayılmakta ve milyonlarca kullanıcıya ulaşarak dünya üzerinde zararlı etkiler yaratmaktadır. McIntyre'a (2018) göre, hakikat sonrası çağ olarak adlandırılan dönemde, araştırmacı ve gerçeklere dayalı gazeteciliğin yerini bireysel bakış açıları ve inançların hakim olduğu bir medya ortamının aldığını söylemektedir. Sahte haber kavramının tanımı konusunda çok fazla fikir ayrılığı olsa da yazılı ve dijital medyada yanlış bilgilerin ve yanıltıcı haberlerin geniş çapta dolaşıma girmesi olarak ifade edilmektedir (Sonderman, 2012; Allcott & Gentzkow, 2017). Haberin daha sonra gerçek olmadığı ortaya çıksa bile, sahte haberin etkisi, yayılmaya başladıktan sonra insanların düşüncelerini ve inançlarını etkilemeye devam edebilmektedir (Marwick & Lewis, 2018, s. 44). İnsanların sosyal olaylara ilişkin düşüncelerini doğru ve güvenilir bilgilere dayandırması, ideal olarak demokratik toplumsal tartışma sonucunda kamuoyunun oluşmasına bağlıdır. Bu konuda olumlu bir kamuoyu oluşturmak amacıyla medyanın dördüncü güç olarak katkı sunması gerekmektedir (Gamson, 2004; McCombs, 2018). Bu bağlamda internet, bilgi paylaşımını kolaylaştırdığı, sosyo-politik katılımı teşvik ettiği ve toplumu demokratikleştirdiği düşüncesiyle zaman içinde milyarlarca kullanıcı sayısına ulaşsa da çevrimiçi ortamlarda yalan ve dezenformasyon içeren bilgilerin yayılmasını kolaylaştırdığı için oldukça eleştirilmektedir.

Dijital platformlar insanların yaşamlarını kolaylaştırma potansiyeline sahiptir, ancak aynı zamanda bazı bireylere ve kuruluşlara siyasi, sosyal veya ticari kazanç sağlamak amacıyla yanlış ve sahte bilgilerin yayılmasına imkân vermektedir. Bu bağlamda dezenformasyona dayalı içerikler dijital olarak üretilmekte olup, trol ve bot hesapları, Facebook ve X gibi bilinen çevrimiçi platformlarında yanıltıcı içerik üretimini, ses ve görüntü manipülasyonlarını ve siber korsanlık faaliyetleri iletişim mecralarında hızla çoğalabilmektedir (Ferrara, 2017; Bastos & Mercea, 2017; Bennett & Livingston, 2018). Bu gibi durumlar nedeniyle insanların medyaya ve habere olan güveni azalmaktadır. Yeni medyanın siyasi, sosyal veya ticari kazanç için kullanıcıları manipüle etmesinden, vatandaşların karar verme yeteneğini olumsuz etkilemesinden ve doğruluğu şüpheli bilgilerin kamuoyunu oluşturmasınedenolmasıyeni medya için sayılabilecek olumsuz özelliklerdendir. Özellikle son birkaç yılda, bazı hükümetler ve siyasi partiler seçim sonuçlarını etkilemek ve diplomatik avantajlar elde etmek için sosyal medyayı kullandıkları bilinmektedir. Ayrıca bazı yanlış veya yanıltıcı haberlerin yayılmasına yardımcı olmak için çevrimiçi propaganda araçlarından faydalandıkları iddiaları gündeme getirilmiştir (Bradshaw & Howard, 2018, s. 29-30). 2019 Reuters araştırmasına göre (Newman vd., 2019), dünya genelinde insanların habere olan güvenlerinin %2 düşerek %42 seviyesinde olduğunu göstermektedir. Türkiye’de ise insanların %46’sı genel olarak haberlere güvenirken, sadece %40’ı sosyal medyadan gelen haberlere güvenmektedir. Edelman Güven Ölçeği (2019) araştırmasına göre, katılımcıların %73’ü yalan haberlerin medya tarafından veri manipülasyonu için kullanılmasından endişe duyduklarını ortaya koymuşlardır. Açıkça görüldüğü gibi, sosyal medyada ortaya çıkan yanlış bilgi ve sahte haberler sorunu, insanların sosyal medyaya olan güvenini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Kamuoyunu bilginin güvenilirliği konusunda bilinçlendirmeyi amaçlayan girişimler arasında, sahte haberlerle mücadele etmek için çalışan haber doğrulama platformları yer almaktadır. Haber doğrulama platformları, bireyler, haberciler veya sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulmaktadır. Kamuoyunda var olan iddiaların ve içeriklerin doğruluğunu araştırmakta, sonuçları okuyucular ile paylaşmakta ve kullanıcıları çevrimiçi ortamlardaki içeriklerin güvenilirliği noktasında bilgilendirmektedirler. Kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi hedefi doğrultusunda vatandaşların objektif haber ve gerçeklere dayanarak yorum yapmalarını ve dezenformasyona mümkün olduğunca az maruz kalmalarını sağlamak temel amaçtır. Bu bağlamda haber doğrulama platformlarını özellikleri bakımından üç kategoriye ayırmak mümkündür. Siyasetçilerin kamuoyuna yaptığı açıklamaların, söylemlerin ve verdikleri sözlerin doğrulanmasıyla ilgilenen ve genel olarak siyasi konulara odaklanan platformlar ilk kategoriye oluşturmaktadır. İkinci kategoride ise web sitelerinde yayılan çeşitli yalanlar, aldatmacalar ve şehir efsaneleri ele alan platformlar gelmektedir. Son olarak, ABD başkanlık seçimleri gibi yalnızca belirli güncel olayları kapsayan haberler için gerçekleri kontrol eden doğrulama platformları yer almaktadır (Brandtzaeg & Følstad, 2017). Aynı

zamanda haber doğrulama platformlarının üzerinde anlaştıkları temel özellikler ise; ekonomik şeffaflık ve tüm kitlelere eşit mesafede kalmadır. Young vd.'nin (2018) araştırması, bu mecraların dünya çapında dezenformasyon ve aldatmayla nesnel bir şekilde mücadele ederek doğruyu arayan platformlar olarak önemini vurgulamaktadır. Bu platformların siyasetçiler ve ana akım medya tarafından yayılan şüpheli söylemlerin kontrol edilmesinde oynadığı rol, Graves ve Cherubini'nin (2016) Avrupa'da haber doğrulama platformlarının büyümesine ilişkin raporunda vurgulanmaktadır. Bu platformların büyümesinde uluslararası çevrimiçi ağların parçası olma, alanında profesyonel kişilerden faydalanma ve sosyal medya mecraları ile internet ortamlarını aktif bir şekilde kullanma gibi eğilimlerin önemli bir payı bulunmaktadır. Ayrıca, çeşitli ülkelerde kullanılan haber doğrulama platformları arasında veri alışverişi, 2015 yılında Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı'nı kuran Poynter Enstitüsü tarafından mümkün hale gelmiştir.

Türkiye'de ise habere olan güven ve doğrulama platformlarının bu bağlamdaki eylemleri çok sayıda çalışmada incelenmiştir. Örneğin yeni medyada paylaşılan dezenformasyon sorunu ve doğru haber alma hakkını Yalansavar ve Doğruluk Payı platformları üzerinden inceleyen Yegen (2018), bu platformların daha büyük kitlelere erişebilmesinin ve insanların yalan haber konusunda daha fazla bilinçlenmesi gerektiğinin önemini çalışmasında anlatmıştır. Erkan ve Ayhan (2018), Teyit.org örneğini kullanarak sosyal medyadaki dezenformasyon sorununu inceledikleri araştırmalarında, haber doğrulama platformlarının enformasyon kirliliğini önlemek için kullanılabileceğini aynı zamanda vatandaşların dijital okuryazarlık seviyelerini yükseltmenin en az onların çabaları kadar önemli olduğu belirtilmiştir. Taylan ve Ünal (2017, s. 97-98) ise, çalışmalarında yalan haber sorununa sağlık iletişimi çerçevesinde yaklaşmış, kullanıcıların yanı sıra geleneksel medyanın da yalan haberlerin yayılmasında etkili olabildiğini, Teyit.org gibi platformların medya okuryazarlığının yaygınlaşması bağlamında önemli bir rol oynadıkları çalışmada belirtilmiştir. Üniversite öğrencilerinin katıldığı bir araştırmada ise öğrencilerin sosyal medyada çıkan haberlere tam olarak güvenmedikleri ve bu haberler kapsamında araştırma ve doğrulama işlemleri yapılması gerektiğinin önemli olduğu ortaya konulmuştur (Çömlekçi & Başol, 2019). Ancak Kavaklı'nın (2019) araştırmasının da gösterdiği gibi, özellikle üniversite öğrencileri arasında, şüpheli haberlerin sosyal medyada doğrulanması bağlamında doğrulama platformları konusunda hâlâ bilgi ve farkındalık eksikliği bulunmaktadır. Haber doğrulama platformlarının farkındalığı konusunda gündeme gelen bir diğer konu da ana akım medyanın bu platformları genellikle göz ardı edip önemsememesidir (Şener, 2018, s. 371). Bunların sonucu olarak çevrimiçi ortamların olumsuz etkileri konusunda farkındalık yaratmak için sivil toplumun devreye girmesi giderek daha önemli hale gelmektedir. Ayrıca haber doğrulama platformlarının sayısı, popüleritesinin ve etkisinin artmasına ek olarak insanların yeni medyanın yararları kadar zararları hakkında da bilgi sahibi olmaları ve bu

platformları kullanırken dijital okuryazar haline gelmeleri çok önemlidir.

DİJİTAL TEYİT PLATFORMLARI VE TEYİT.ORG ÖRNEĞİ

Sosyal medya platformlarının ve diğer yeni medya araçlarının haberlerin oluşturulması ve gerçeğin gizlenerek yanlış bilgilerin kamuoyuna yayılması üzerindeki etkisinin güçlü olması, yeni medya ortamlarında yalan haberle mücadele edilmesini mecbur hale getirmiştir. ABD’de medya ortamında dolaşan şüpheli siyasi iddiaları ve haberleri doğrulamak ya da yanlışlığını teyit etmek amacıyla 2000’li yılların başında çevrimiçi doğrulama platformları kurulmuştur (Graves & Cherubini, 2016, s. 6). Başka bir kaynakta ise doğrulama platformlarının 1980’li yıllarda Ronald Reagan’ın ABD başkanlık kampanyasına kadar uzanan bir geçmişe sahip olduğunu söylemektedir (Lowrey, 2015, s. 377). İnsanları kandırmak ya da eğlence amacıyla ortaya çıkan, yalan ve dezenformasyon içerikli bilgileri tespit etmek amacıyla 1990’lı yılların başında ortaya çıkan ve hoax-busting (palavra-avcısı) olarak adlandırılan çevrimiçi mecralar da bu alandaki ilk örnekler arasındadır (Lowrey, 2015, s. 377). Basitçe ifade etmek gerekirse, ortaya çıkan organizasyonlardan biri, birincil ve ikincil kaynakların araştırılması yoluyla bu ihtiyacı karşılamak için geliştirilen ve bilgide yer alan iddiaların kontrol edilmesine yönelik hizmetler sunan platformlar olarak kamuya yönelik genel haber doğrulama platformlarıdır. 2000’li yılların ortalarında doğrulama platformları, Amerika Birleşik Devletleri’nde popülaritesinin ve kullanımının artmasına paralel olarak Avrupa’da da kullanılmaya başlanmıştır. Kıta Avrupa’sının ilk doğrulama platformu İngiltere’de yapılacak olan genel seçimleri takip etmek ve analiz etmek amacıyla kurulmuştur. Bu girişimden sonra 2008 yılında Hollanda ve Fransa’da da benzer platformlar hayata geçirilmiştir. Avrupa’da bulunan doğrulama platformları sadece seçim süreçlerini değil aynı zamanda kamuoyunda yer alan diğer gündemleri de takip eder hale gelmiştir (Graves & Cherubini, 2016, s. 10).

Günümüzde ise doğrulama platformları, herhangi bir sivil toplum kuruluşuna bağlı olarak ya da bağımsız olarak yayın hayatlarını sürdürmektedir. Doğrulama platformları kullanıcıların ilgi alanlarına göre üç kategori altında incelenebilmektedir (Brandtzaeg & Folstad, 2017, s. 65).

- Güvenilmez haber kaynaklarına ve internetteki asılsız söylentilere odaklanan haber doğrulama platformları (Örn: HoaxBusters, Viralgranskaren-Metro, Hoax-Slayer)
- Kamusal ve politik açıklamalara odaklanan doğrulama platformları (Örn: FactCheck.org, The Washington Post Checker)
- Belirli konulara ya da araştırmalara odaklanan haber doğrulama platformları (Örn: StopeFake, TruthBe Told)
- Haber doğrulama mecraları çalışmalarını yalnızca metin odaklı değil aynı

zamanda paylaşılan fotoğraf ve videolardan da yapmaktadırlar. Yanlış bilgi veya haberleri başlıklar altında gruplandırırızsa doğruluğu teyit edilmiş konuları da bulmak mümkündür. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Şener, 2019, s. 490);

- Doğruluğu kesin olmayan ve şüphe oluşmasına neden olan haberler
- Değiştirilmiş veya bağlamından koparılarak paylaşılan fotoğraflar
- Yeni bir bağlamda sunulan ve farklı bir olayı anlatan videolar
- Politikacılarla ilgili haberlerde politikacılar tarafından yapılan açıklamalar
- Acil durumlarda (terör saldırıları, doğal afetler, depremler, seller vb.) sosyal medya hesaplarından paylaşılan milyonlarca içeriği doğrulamak.
- ABD ve Avrupa’da oluşan haber doğrulama platformları, sahte haberlerin paylaşılması ve yeni medya mecralarını etkisi altına almasına paralel olarak sayıları artış göstermiştir. Sayısal olarak bakıldığında ise dünya üzerinde birçok ülke haber doğrulama platformlarını kullanmaktadır.

Annenberg Kamu Politikaları Merkezi’nin desteğiyle FactCheck.org, 2003 yılında politik söylemleri doğrulamak amacıyla kurulmuştur. Kâr amacı gütmeyen doğrulama platformu olan FactCheck.org, iletişim bilimci Kathleen Hall Jamieson ve eski gazeteci Brooks Jackson tarafından kurulmuştur. Aynı zamanda teyit platformunda profesyonel gazeteciler de çalışmaktadır (Graves,2016, s. 29). Platform reklamlar yerine kişi ve vakıflardan gelen bağışlarla finanse edilmekte ve bu sayede çalışmalarına devam etmektedir. Ayrıca platform şirketlerden, sendikalardan ve taraf tutan gruplardan bağış kabul etmemektedir.

2007 yılında PolitiFact, Tamba Bay Times gazetesinin bağımsız bir girişimi olarak kurulmuştur. 2009 yılında PolitiFact, 2008 ABD başkanlık seçimlerinde kampanyalara ilişkin haberlerinden dolayı haberciliğin en büyük ödülllerinden biri olan Pulitzer Ödülü’ne layık görülmüştür (Graves, 2013). 2015 yılında PolitiFact’ın veri tabanında doğruluğu kontrol edilmiş 5.000’den fazla iddia bulunmaktadır. Günümüzde ise yedi editör ve bir muhabir haftada yirmi iddianın doğruluk kontrolünü gerçekleştirmektedir (Graves, 2016, s. 33).

PolitiFact’ın kuruluşundan dört ay sonra, Eylül 2007’de The Washington Post gazetesi kendi kontrol platformunu kurmuştur (Graves, 2016, s. 34). Doğruluk kontrolü sekmesi, The Washington Post gazetesinde 2008 yılında gerçekleşen ABD Başkanlık Seçimleri sırasında aktif hale getirilmiş, daha sonrasında ise 2011 yılında kalıcı bir özellik olarak sürekli gazetede yer almaya devam etmiştir (Graves, 2013).

2016 yılının Ağustos ve Eylül aylarında Cherubini ve Graves (2016) tarafından doğrulama platformları üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma sekiz farklı Avrupa ülkesindeki doğrulama platformlarına yapılan ziyaretleri, 40’ı aşkın katılımcı ile bireysel veya gruplar halinde gerçekleştirilen mülakatları

ve dünya çapında otuz platformu kapsayan çevrimiçi bir anketi içermektedir. Yapılan araştırmanın bulgularına göre doğruluk kontrolü yapanların %73'ü kendisini profesyonel anlamda haberci, %40'ı aktivist ve politika uzmanı, %30'u akademisyen ve araştırmacı, %20'si ise teknoloji uzmanı olarak tanımlamışlardır. Günümüzde haber teyitleme platformları, siyasi figürlerin bir iddiada veya açıklamada bulunduğu, son dakika haberlerinin dolaşıma girdiği, şehir efsanelerinin sıcak bir şekilde servis edildiği veya yeni medya mecralarında bir söylenti hızla paylaşılırken aynı gün içerisinde bilgilerin ve ifadelerin doğruluğunu değerlendirme ve bunları kamuoyuyla paylaşma kapasitesine sahiptir. Haber doğruluk kontrolü yapanların, aldanma ve kafa karışıklığı düzeyini nasıl azaltabileceğini anlamak doğruluk kontrolünün etkili olabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda üç özel yöntemin anlaşılması son derece önemlidir (Graves & Glaisyer, 2012):

- İnsanların zihinlerini değiştirmesi: Herhangi bir konu hakkındaki yalan bilgilerle mücadele etmenin etkili bir yolu doğruluk kontrolü yapmaktır. Buna ek olarak, ilgili gerçekleri doğru kitleye sunarak yanlış bilgilerin bireyler tarafından sorgulanmasını teşvik etmelidir.
- Gazeteciliği dönüştürmesi: Doğruluk kontrol platformlarının çoğunun hedefi, ilk haberi vermek ve iddiaları rakiplerinden önce haberleştirmek yerine, kamuoyunu yanıltmaya çalışan politikacıları analiz etme, raporlama ve bunlarla mücadele etme çabalarında gazetecileri desteklemeyi amaçlamaktadır.
- İletişimi değiştirmesi: Gazeteciler ve doğruluk kontrolü yapanlar politik yalan ve aldatmacaları meydana çıkararak, politikacılar üzerinde baskı oluşturabilir. Bu baskı politikacıların asılsız ve yalan iddialarda bulunarak kamuoyunu yanlış bir şekilde etkilemesine engel olabilir.

Medya mecralarında yer alan yalan bilgileri, güncel haberleri araştıran, inceleyen ve doğrulayan Teyit.org doğrulama platformu 2016 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Türkiye'de bulunan doğrulama platformları arasında Doğruluk Payı ile birlikte Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı üyesi olan ikinci doğrulama platformudur. Çevrimiçi platformların doğrulama çalışmalarına yardımcı olmak amacıyla kurulan First Draft'ın Ocak 2017 tarihi itibarıyla ortağıdır. Teyit.org, Ekşi Sözlük'te bulunan şüpheli bilgilerin doğrulanması ve yayılmasının engellenmesi amacıyla oluşturulmuş bir çerçeve kapsamında içerik ortaklığı yürütmektedir. Ayrıca Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen ve katılımcı demokratik kültürün gelişmesi amacıyla sivil toplum örgütleri tarafından meydana getirilen Denge ve Denetleme Ağı'na Teyit Medya Araştırmaları Derneği adıyla üyeliği bulunmaktadır. Teyit.org doğrulama platformu kar amacı gütmeyen bir oluşum olmakla birlikte, Avrupa Birliği, European Endowment for Democracy (EED) ve Sivil Düşün AB Programı Aktivist desteği ile faaliyetlerine devam etmektedir. Çevrimiçi içerik üreticilere abonelik hizmeti sağlayan ve bu şekilde bir gelir

kaynağı oluşturan Patreon aracılığıyla da destek almaktadır. Teyit.org kendisini sosyal etkiyi ön planda tutan, elde ettiği geliri dağıtmayan bir haber doğrulama platformu olarak tanımlamaktadır (Teyit.org, 2022).

Teyit.org sitesine baktığımız zaman ise Yayın İlkeleri bölümünde Tanımlar ve Genel İlkeler başlığı altında doğrulama platformunun ilkeleri ve nasıl tanımlandığı ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Teyit.org platformunun amacını şu cümleler özetlemektedir:

İnternette bilgiyi araştırır; şüpheli görünen öğeleri seçer, bunlar hakkında biraz araştırma yapar ve ardından okuyucuya bulguları sunar. Amacı bilgi ekosistemini güçlendirmek, medya ve dijital okuryazarlığı geliştirmek ve eleştirel düşünme pratiğini teşvik etmektir (Teyit.org, 2022).

Devamında ise Teyit.org platformu şüpheli bilgileri şöyle tanımlamaktadır: “Doğa üstü ya da gerçek olamayacak kadar sıra dışı, bilimin kapsama alanının dışında kalan, delillere veya tanıklığa dayanmadığı tespit edilen, iddia edilen yerde ve zamanda olması imkânsız gözükken, duygulara hitap ederek etki yaratmaya çalıştığı belli olan, mevcut olan koşulları bağlamından kopararak abartıldığı düşünülen ve farklı tanıkların farklı çıkarımlarda bulunduğu bilgiler şüpheli olarak nitelendirilebilmektedir” (Teyit.org, 2022).

Yazının devamında da Teyit.org bir içeriği inceleme ve yayınlama kriterlerini açıklamaktadır:

- Kanıt ve doğrulama yöntemleri haber sitelerinin sunduklarından farklı ise
- Kullanıcılar tarafından oluşturulan ve haber sitelerinde yayınlanmayan içerik viral hale gelmiş ise
- Eski iddiaların üzerinde hala belirsizlik varsa ve farklı zamanlarda ortaya çıkmaya devam ediyor ise
- Doğru olduğu halde hakkında “yanlış” olduğuna dair paylaşımlar devam ediyor ise Teyit.org bu iddiaları inceler ve kamuoyu ile paylaşmaktadır (Teyit.org, 2022).

Teyit.org platformunun haber doğrulama süreci ise aşağıda yer alan aşamalardan geçerek yayına hazır hale gelmektedir:

Tarama: Teyit.org editörleri, sosyal medyada paylaşılan haberleri ve gündemi oluşturan önemli konuları araştırmaktadır. Bunlara ek olarak, dijital medya mecralarında, internet haber sitelerinde, çeşitli mesajlaşma mecralarında veya radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medyada karşılaştıkları haberleri Teyit.org’a ihbar etmektedirler. Bu duruma, doğru bilinen yanlışlar ve şehir efsaneleri gibi bölümler eklenerek tarama süreci uzatılmaktadır. Tarama işleminin ardından veriler toplanarak “Dubito” yönetim panelinde saklanmaktadır. Sürecin sonunda verilerin tek bir sayfada toplanması, veri karmaşıklığını azaltarak yönetilmesini kolaylaştırmaktadır.

Seçme ve Önceliklendirme: Teyit.org editörleri, tarama işlemleri sırasında karşılaştıkları bilgilerin sayılarının çok fazla olması sebebiyle içerikleri önceliklendirme yoluna gitmektedirler. Önceliklendirme işlemine başlamadan önce şüpheli verilerin doğrulanabilirliğini tespit etmek çok önemlidir. Aşağıda yer alan üç özelliğten en az bir tanesini karşılayan şüpheli içeriklerin önceliklendirme işlemi yapılmaktadır. Özellikler şunlardır: önem, aciliyet ve viralite. Bilgiler bu koşulları sağlıyorsa hangi editörün inceleyeceği belirlendikten sonra araştırma başlatılmaktadır. Önceliklendirme koşullarını sağlamayanlar, yayımlanabilecek şartları sağladıklarında ise arşivlenerek daha sonrasında tekrar incelenebilmektedirler.

Araştırma ve Deliller: Seçilen bilgilerin araştırılması süreci, Tarama ve Önceliklendirme aşamalarından sonra başlamaktadır. İncelenen verilerin doğru olduğunu ya da yanlış olduğunu gösteren en az iki kanıt ortaya çıkarılmaktadır. Bu kanıtların doğrulanabilir yapıda olması ve tüm kullanıcıların ulaşabileceği açık kaynaklardan elde edilmesi zorunludur. Kanıtlar arasında da tutarlılık olması ve birbirlerini desteklemesi gerekmektedir. Bu aşamalardan sonra araştırılan bilgileri yazım aşamasına geçilmektedir. Deliller kamuya açık olması ve kesinlik kurallarına göre, aşağıdaki öncelik sırasına göre incelenmeye alınmaktadır:

- a) İnternet ve dijital kanallar yoluyla elde edilebilecek açık veriler
- b) Somut doküman ve belgeler (Resmi)
- c) Somut doküman ve belgeler (Gayriresmi)
- d) Belirli bir konuya ilişkin birinci taraf bakış açıları (Kendisi,avukatı vs.)
- e) Son olarak alanında uzman insanların görüşleri alınmaktadır.

Kayıp veya değişiklik durumunda linklerin ilk halleriyle kalmasını sağlamak için, dijital platformlardaki linkler aracılığıyla erişilebilen kaynaklar ve kanıtlar arşivlenmekte ve analizde bu arşiv linkiyle birlikte paylaşılmaktadır. Analiz metni, uygun kelime veya cümlelere yerleştirilmiş, arşivlenmiş kaynak bağlantılarını içermektedir. Bir bağlantı yoluyla erişilemeyen kanıtların görüntüleri tercih edilmektedir. Yayımlanacak bilgileri doğrulayabilecek tek yer kurum ya da bireyin kendisiyse, somut belge ya da kanıt talep edilmektedir. Konunun belgelenebilecek türden olmaması ve bireyin tek kaynak olması halinde, delillerin kabulü konusunda esnek davranılabilmektedir. Aynı zamanda ikinci bir delil araştırılmaktadır. Ardından, doğrulama veya yanlışlama için kullanılan tüm dijital araçların yanı sıra mevcut tüm kaynaklarla iletişime geçilerek haberin doğruluğu veya yanlışlığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Analiz aşamasında tespit edilen tüm deliller, kaynaklar başlıklı ayrı bir bölümde bütün kullanıcıların ulaşabileceği şekilde gösterilmektedir. Bu sayede kullanıcılar, yayımlanacak olan bilgilerin doğruluğunu görebilmek için verilere ulaşması kolaylaştırılmakta ve doğrulama sürecini incelemesi, eksiklikleri ve yanlışları tespit edebilmesi sağlanmaktadır.

Yayın: Analizi yazan yazar dışındaki en az iki editör iç doğrulama süreçleri

gereği toplanan kaynaklar ve analizleri okuyarak kontrol etmektedirler. Bu kontrol süreci iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada delillerin kontrolü, delillerin doğruluğunun kontrolü ve delillerin uyumu incelenmektedir. İkinci aşamaya geçildiğinde ise yazım kurallarına, anlatımın sadeliğine ve geri tepme etkisini minimuma indirecek şekilde anlatımın kurgulanıp kurgulanmadığı incelenmektedir. Analiz aşamasında, delillerin doğruluğunun kanıtlanmadığı veya delillerin birbirini doğrulamadığı tespit edildiği takdirde analiz yayımlanmaz; ancak kitlelere duyurulmaktadır. Bu şartları sağlayan bilgiler ise yayımlanmaktadır.

Sonuç olarak gelen veriler bağlamında, incelenen bilgiye ait dört farklı kategoride sonuç elde edilebilmektedir:

- a) Doğru: Analiz edilen iddiaların doğruluğu hakkında bilgiler elde edilmektedir
- b) Yanlış: Elde edilen veriler, araştırılan iddianın yanlış olduğunu ortaya koymaktadır
- c) Karma: Analiz edilen iddianın doğruluğu veya yanlışlığına ilişkin ortak bilgiler elde edilmektedir
- d) Sonuçlandırılmadı: İncelenen iddia hakkında bilgi toplanmış ancak bu veriler iddianın doğru, yanlış ya da karma olup olmadığını belirlemek için yeterli değildir.

Etki İzleme: Şüpheli bilgilerin incelenmesinin ardından Teyit.org ve platformun sosyal medya hesaplarında paylaşılmaktadır. Daha sonrasında ise yanlış bilgileri paylaşan hesaplar veya çevrimiçi siteleri düzenli olarak kontrol edilmektedir.

Bunlara ek olarak Türkiye’de habere güven, yalan haber konusu ve haber doğrulama platformlarının bu bağlamdaki eylemlerini inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Örneğin Yeğen (2018), “Doğruluk Payı” ve “Yalansavar” girişimleri aracılığıyla sosyal medyada dezenformasyon konusuna ve doğru haber alma hakkına dikkat çektiği çalışmada, bu platformların daha geniş kitlelere ulaşabilmesi ve insanların dezenformasyon konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğinin önemini anlatmıştır. Erkan ve Ayhan (2018) çalışmalarında ise, bireylerin dijital okuryazarlık seviyelerinin yükseltilmesinin, bilgi kirliliğinin azaltılmasında en az haber doğrulama platformlarının çabaları kadar önemli olduğunu ortaya koymuştur. Taylan ve Ünal (2017, s. 97-98) ise, sahte haber konusunu sağlık iletişimi perspektifinden ele aldıkları çalışmalarında hem bireylerin hem de ana akım medyanın yanlış bilgilerin yayılmasında oynayabileceği rolü vurgulamıştır. Ayrıca Teyit.org gibi haber doğrulama platformlarının, medya okuryazarlığını bireyler arasında yaygınlaştırmayı sağladığını tespit etmişlerdir. Üniversite öğrencilerini kapsayan bir çalışmada ise, gençlerin sosyal medyada gördükleri haberlere karşı temkinli oldukları ve bu haberler bağlamında kendi araştırmalarını ve teyitlerini yapmaları gerektiğinin farkında oldukları tespit edilmiştir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Buna rağmen Kavaklı’nın (2019) çalışmasının da gösterdiği gibi sonuç olarak, üniversite öğrencileri arasında

haber doğrulama platformları ve şüpheli sosyal medya paylaşımlarının nasıl doğrulanacağı konusunda hala bilgi ve farkındalık eksikliği bulunmaktadır. Haber doğrulama mecralarının bilinmesiyle ilgili olarak gündeme gelen bir diğer konu da ana akım medyanın bu platformları sıklıkla göz ardı etmesidir (Şener, 2018, s. 371). Dolayısıyla, sosyal ağların zararlı etkileri konusunda farkındalık yaratmak için sivil toplumun harekete geçmesi, haber doğrulama platformlarının kalite, önem ve etki bakımından genişlemesi ve kullanıcıların “dijital okuryazar” yani sosyal medyanın avantaj ve dezavantajlarının farkında ve dijital araçları kullanma becerisine sahip hale gelmesi büyük önem taşımaktadır.

YÖNTEM

Geleneksel medya ve yeni medya kanallarından üretilen her türlü yalan, dezenformasyon veya doğru bilgi yüklü içerikler haber doğrulama platformları aracılığıyla analiz edilmekte ve sonuçları kamuoyuyla paylaşılmaktadır. Bu çalışmanın amacı da Teyit.org doğrulama platformunun incelediği ve sosyal medya hesapları aracılığıyla paylaştığı şüpheli içerikleri içerik analizi yöntemi ile analiz etmektir. Aynı zamanda araştırma, haber doğrulama platformlarının kuruluş amaçlarını ortaya koymak, Teyit.org üzerinden genel olarak hangi konulara ağırlık verdiğini analiz etmek, incelediği bilgileri en çok hangi kategorilere ait iddiaların oluşturduğunu bulmak ve bu iddiaların içerik türlerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak ayrıca şüpheli bilgilerin en çok hangi mecralarda paylaşıldığını öğrenmek açısından önemli görülmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- Teyit.org platformu daha çok hangi kategorilerde içerikleri incelemektedir?
- İncelenip yayınlanan içeriklerin türleri nelerdir?
- Birden fazla kategoriye ait olan içerikler var mıdır? Varsa bu içerikler hangi kategorilerde yayınlanmıştır?
- İncelenip yayınlanan içerikler daha çok hangi yeni medya platformlarında paylaşılmaktadır?

Bu bağlamda Teyit.Org’un 25 Ekim 2023- 25 Aralık 2023 tarihleri arasındaki doğrulama süreçleri biten ve yayına aldığı şüpheli içerik kategorilerinden analiz kısmında yayınlanan içerikler farklı kategoriler üzerinden (politika, yaşam, sağlık, bilim, spor, ekonomi, sanat, teknoloji, şehir efsanesi, magazin, eğitim ve İsrail-Hamas savaşı) değerlendirmeye alınacak ve Teyit.org platformunun daha çok hangi konularda doğrulama çalışması yaptığı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Aynı zamanda bu yayınlanan iddiaların içerik türlerinin neler olduğu (haber metni, fotoğraf, sosyal medya paylaşımı, video) saptanmaya çalışılacaktır. Bunlara ek olarak şüpheli bilgilerin en çok hangi platformlarda paylaşıldığını öğrenmek bu çalışmanın içerisinde cevabı aranan sorulardan bir tanesidir. Ayrıca yayınlanan iddiaların kaçının yanlış, doğru, karma gibi sonuçları olduğu tespit edilmeye çalışılacaktır. Bu amaçla çalışmada ortaya çıkan verileri analiz etmek

amacıyla nicel ve nitel içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Yazılı metinler analiz edilirken genellikle nicel içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. Temel amaçlarından bir tanesi kategoriler oluşturulurken belirlenen kelimelerin veya kavramların tekrar etme sıklığını sayısal veriler şeklinde tespit etmektir. Nicel içerik analizi genel olarak bakıldığında yazılı metinlerin görünür yüzeyindeki içeriğin kodlanmasını ele aldığı için açık kodlama sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin bir kelimenin veya kavramın metin içerisinde kaç kez kullanıldığı gözden geçirilerek not edilmektedir. Bu süreçte bilgisayar ve yazılım programlarından da yararlanılabilmektedir. Açık kodlama durumunda yazılı metinlerde aranan kelimeler ya vardır ya da yoktur. Bu açıdan bakıldığında oldukça yüksek bir güvenilirlik seviyesine sahiptir. Ancak kelimelerin birden çok yan anlamları olabileceğinden kolayca gözden kaçabilmektedir. Bu durum daha çok bilgisayar programları aracılığıyla hazırlanan açık kodlama sistemlerinde daha sık görülebilmektedir. Bu nedenle açık kodlamanın ölçüm geçerliliği sınırlanmaktadır (Neuman, 2017, s. 470).

Nicel içerik analizinin tercih edilmesinin bazı nedenleri bulunmaktadır. Sayısal verilerin kullanımı güvenilirliği artırmaktadır. Burada güvenilirlik diye anlatılan konu, veri analizinden sonra çalışma tekrar yapıldığında aynı sonuçların elde edilebilmesini veya aynı verileri analiz eden araştırmacılar arasında uyum ve tutarlılık olmasını sağlamak gerekmektedir. Ayrıca, analize temel teşkil eden kategoriler önceden belirlenmiş parametreler dahilinde olduğunda güvenilirlik artmaktadır. Bu amaçla nicel içerik analizi nitel verilerin sayılara dökülerek kategoriler arasında karşılaştırma yapılabilmesine imkân sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2000, s. 162).

Bu bağlamda araştırmacı, önceden belirlenen ilkeler ışığında, nitel içerik analizi tekniğini kullanarak seçilen metin, belge ve temaların içeriğini objektif bir şekilde inceleyebilir. İçerik analizi, *Mesajların açık içeriğine ilişkin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklama sağlamak için kullanılmaktadır* (Fiske, 1996, s. 176). Bu yöntem aynı zamanda sosyal gerçekliğin niteliğinin belirlenerek analiz edilmesi açısından da son derece önemlidir. İçerik analizi için kapsamlı bir tanım yapıldığında ise şunları söylemek mümkündür:

Toplumsal gerçekliği araştıran nesnel ve tümdengelim dayalı bir okuma aracıdır. Önceden belirlenmiş kriterlere göre kavramlardan, metinlerden, sözlü veya yazılı materyallerden anlamlar çıkarmayı amaçlayan metodolojik araç ve yöntemlerin toplamıdır. Planlama aşamasında zayıf gibi algılansa da pratikte ilginç ve etkili sonuçlar vermektedir. Nicel verileri nitel verilere dönüştürmeyi ve yazılı metinlerden yazılı olmayan mesajları deşifre etmeyi mümkün kılan, çok işlevli, sürekli gelişen bir yöntemdir (Tavşancıl & Aslan, 2001, s. 21-22).

Bu bağlamda, eksik olarak düşünülen noktaların tamamlanması amacıyla içerik analizinin her iki türü (nicel ve nitel analiz yöntemi) bu çalışmada

kullanılmıştır (Gökçe, 2006, s. 40-41). Nitel ve nicel içerik analizlerinin odak noktaları birbirinden farklı olsa da, birbirlerini tamamlayıcı nitelikte oldukları görülmektedir. Bu durum da bilimsel çalışmaların yapılması anlamında önemli bir durumdur.

Bu bağlamda evren, araştırma sonuçlarının genelleştirilmesi amacıyla elde edilen bütün verilerin toplamıdır (Karasar, 2016, s. 147). Örneklem ise belirli bir evrenden önceden belirlenmiş kriterlere göre seçilen ve içinden seçildiği evreni temsil ettiği kabul edilen küçük bir kümedir (Karasar, 2016, s. 148). Araştırmada evreni, Teyit.org platformu üzerinden paylaşılan bütün şüpheli içerikler oluşturmaktadır. Fakat bu şüpheli içerik sayısı çok fazla olduğu için örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Çalışmanın örneklemini 25 Ekim 2023 - 25 Aralık 2023 tarihleri arasında paylaşılan 140 adet şüpheli içerik oluşturmaktadır. Aynı zamanda çalışmanın bu zaman aralığında seçilmesinin bir diğer sebebi İsrail-Hamas savaşının bu tarihler arasında şiddetlenmesidir. Buna bağlı olarak savaş ile ilgili paylaşılan içeriklerde de artış gözlenmektedir. Bu sebepler çalışmanın bu tarihler aralığında seçilmesinde etkili olmuştur. Bu içerikler nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

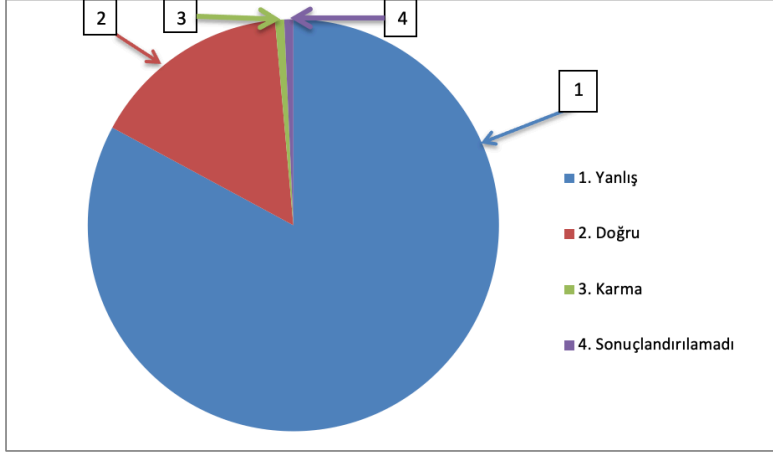
BULGULAR

Teyit.org'un İncelemiş Olduğu Şüpheli İçeriklerin Analiz Sonuçlarına Göre Değerlendirilmesi

Teyit.org 25 Ekim 2023- 25 Aralık 2023 tarihleri arasında toplamda 140 adet içeriği inceleyip, sonuçlarını kamuoyu ile paylaşmıştır. İncelenen zaman aralığındaki şüpheli içeriklere ait analiz sonuçlarında, analiz sonucu yanlış olarak yayınlanan bilgiler 116 (%83), analiz sonucu doğru olarak yayınlanan bilgiler 22 (%16), analiz sonucu karma olarak yayınlanan bilgiler 1 (%1) ve analiz sonucu sonuçlandırılmadı olarak yayınlanan bilgiler 1 adet (%1) olarak bulunmuştur (Analiz sonuçları aşağıdaki şekilde gösterilmektedir).

Şekil 1.

İncelenip Yayınlanan Şüpheli İçeriklerin Analiz Sonuçları (Yanlış, Doğru, Karma, Sonuçlandırılmadı)

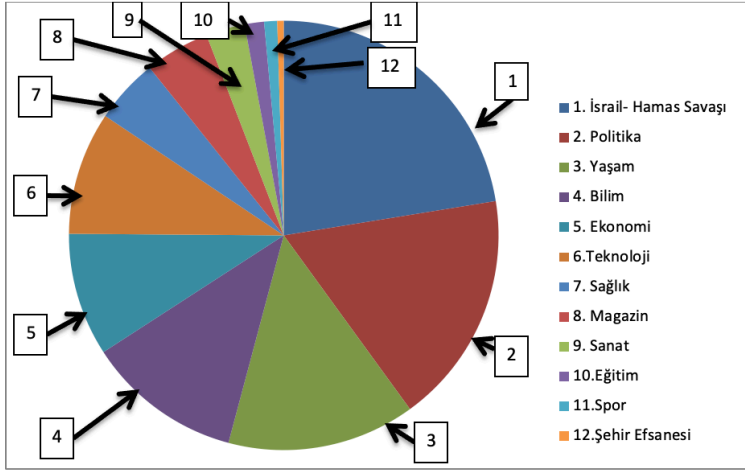


Teyit.org'un İnceleyip Yayınladığı İçeriklerin Kategorilerine Göre Değerlendirilmesi

Teyit.org platformunda yayınlanan şüpheli içerikler, kategorilere göre ayrılarak hangi kategoride kaç adet içeriğin yayınlandığı tespit edilmiştir. Kategorilendirme işlemi ise şu şekilde yapılmıştır: Politika, yaşam, sağlık, bilim, spor, ekonomi, sanat, teknoloji, şehir efsanesi, magazin, eğitim ve İsrail- Hamas savaşı. Bunlara ek olarak yapılan analiz sonucunda bazı içeriklerin birden fazla kategoriye ait olduğu tespit edilmiştir. Bu süreçte en çok şüpheli bilgi, 46 adet (%22) ile İsrail-Hamas Savaşı kategorisinde incelenmiştir. İncelenen ve sonrasında yayınlanan diğer kategorilere ait şüpheli bilgilerin Politika kategorisinde 36 (%18), Yaşam kategorisinde 29 (%14), Bilim kategorisinde 24 (%12), Ekonomi kategorisinde 19 (%9), Teknoloji kategorisinde 19 (%9), Sağlık kategorisinde 10 (%5), Magazin kategorisinde 10 (%5), Sanat kategorisinde 6 (%3), Eğitim kategorisinde 3 (%1), Spor kategorisinde 2 (%1), Şehir Efsanesi kategorisinde 1 (%0.4) adet olmak üzere içeriklerin yayınlandığı görülmektedir (Analiz sonuçları aşağıdaki şekilde gösterilmektedir).

Şekil 2.

İncelenip Yayınlanan Şüpheli İçeriklerin Kategorileri



İncelenip yayınlanan şüpheli içeriklerin doğrulama süreçleri sonrasında İsrail- Hamas savaşı kategorisindeki yayınlanan şüpheli içeriklerin sayısı 46'dır. Bu içeriklerin hepsi yani 46 içeriğin 46'sı (%100) da analiz sonucu yanlış olarak yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(doğru, karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Bu durum da dünya kamuoyunda güncel bir konu olan İsrail- Hamas savaşının, geleneksel medya ve sosyal medya platformlarının gündemlerini belirleyen önemli bir konu hakkında medya mecralarında paylaşılan ya da dolaşıma sokulan içeriklerin yanlış bilgiler içermesi, manipülasyon, dezenformasyon içeriklerine sahip olması anlamına gelmesi bu araştırmanın bulguları açısından önemli görülmektedir. Aynı zamanda yeni medya platformları, internet siteleri gibi mecralarda dolaşıma giren içeriklerin dezenformasyon ve yalan bilgiler içermesi bu platformlara olan kullanıcı güvenini azaltmakta ve insanları haber doğrulama platformlarına doğru yönlentmektedir. Bu makalenin diğer bulgularından bir tanesi de bu sonuçtur. Politika kategorisinde ise toplamda 36 içerik yayınlanmıştır, bu içeriklerin 34 (%94.4) adeti yanlış, 2 (%5.5) adeti doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Politika kategorisinde yer alan içeriklerin dünya gündeminin son aylarında tartışılan konular olduğu görülmektedir. Bu kategoride yayınlanan içeriklerinde neredeyse tamamının yalan bilgilerden oluşması yeni medya mecralarına olan güveni azaltmaktadır. Yaşam kategorisinde de 29 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin 23 (%79.3) adeti yanlış, 6 (%20.6) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Bilim kategorisinde ise 24 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin 10 (%41.6) adeti yanlış, 12 (%50) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer

analiz sonuçlarına bakıldığı zaman ise sonuçlandırılmadı 1 (%4.1) adet, karma 1 (%4.1) adet olmak üzere 2 adet içerik yayınlanmıştır. Ekonomi kategorisinde ise 19 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin 15 (%78.9) adeti yanlış, 4 (%21) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarına(karma, sonuçlandırılmadı) bakıldığında ise hiç içerik yayınlanmamıştır. Teknoloji kategorisinde de toplamda 19 adet içerik paylaşılmıştır. Bu içeriklerin 15 (%78.9) adeti yanlış, 3 (%15.7) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarına bakıldığında ise sonuçlandırılmadı başlığı altında 1(%5.2) adet içerik yayınlanmıştır. Karma başlığı altında ise hiç içerik yayınlanmamıştır. Sağlık kategorisinde ise 10 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin 9 (%90) adeti yanlış, 1 (%10) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır.

Magazin kategorisinde de 10 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin tamamı (%100) yanlış analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(doğru, karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Sanat kategorisinde ise 6 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin 5 (%83.3) adeti yanlış, 1 (%16.6) adeti ise doğru analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) ise hiç içerik yayınlanmamıştır. Eğitim kategorisinde ise 3 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin yanlış analiz sonucu hiç içerik yayınlanmamıştır. Sadece 3 (%100) adet içerik doğru analiz sonucu yayınlanmıştır. Diğer analiz sonuçlarında da (karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Spor kategorisinde de 2 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içeriklerin tamamı (%100) yanlış analiz sonucu yayınlanan içeriklerdir. Diğer analiz sonuçlarında(doğru, karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Son olarak Şehir Efsanesi kategorisinde ise 1 adet içerik yayınlanmıştır. Bu içerik yanlış analiz sonucu (%100) yayınlanan içeriktir. Diğer analiz sonuçlarında(doğru, karma, sonuçlandırılmadı) içerik yayınlanmamıştır (Analiz sonuçları Tablo 1’de gösterilmektedir).

Aynı zamanda bazı şüpheli içeriklerin birden fazla kategoriye ait olduğu yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular arasındadır. Bu duruma örnek olarak birkaç şüpheli içerik göstermek mümkündür:

Şekil 3.

Birden Fazla Kategoriye ait olan İçerikler



Eski Mısır’da yakınları regl olan işçilere izin mi veriliyordu?

Antik Mısır’da işçilerin kızları veya eşleri regl döneminde olduğunda izin alabildikleri iddia edildi.

13 Kasım 2023

6 dk okuma

(Kaynak: Teyit.org, 2023).

13 Kasım 2023 tarihinde analiz sonucu karma olarak yayınlanan yukarıdaki içerik tarih ile ilgili bilgiler içerdiği için bilim kategorisinde aynı zamanda sağlık ile ilgili bilgiler içerdiği içinde sağlık kategorisinde yer alan içeriklerden bir tanesidir.

Şekil 4.

Birden Fazla Kategoriye ait olan İçerikler



Video Çin'deki otoyollarda kullanılan lazer ışıkları mı gösteriyor?

Çin'de otoyollarda sürücüler için yorgunluk önleyici lazer ışıkların test edildiği iddia edildi.

23 Kasım 2023

3 dk okuma

(Kaynak: Teyit.org, 2023).

23 Kasım 2023 tarihinde analiz sonucu doğru olarak yayınlanan yukarıdaki şüpheli içerik hem teknoloji hem de bilim kategorisinde yayınlanan şüpheli içeriklerden bir tanesidir.

Tablo 1.

İncelenen Kategorilerin(İsrail-Hamas Savaşı, Politika, Yaşam, Bilim vb.) Analiz Sonuçları

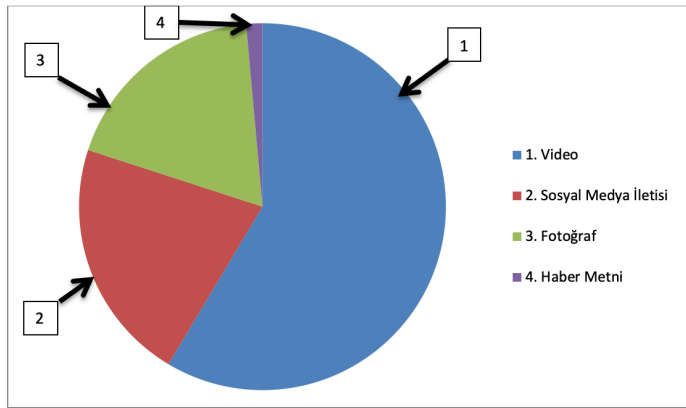
Kategori	Yanlış	Doğru	Karma	Sonuçlandırılmadı
İsrail-Hamas savaşı	46	-	-	-
Politika	34	2	-	-
Yaşam	23	6	-	-
Bilim	10	12	1	1
Ekonomi	15	4	-	-
Teknoloji	15	3	-	1
Sağlık	9	1	-	-
Magazin	10	-	-	-
Sanat	5	1	-	-
Eğitim	-	3	-	-
Spor	2	-	-	-
Şehir Efsanesi	1	-	-	-

Teyit.org'un İnceleyip Yayınladığı Şüpheli Bilgilerin İçerik Türlerine Göre Değerlendirilmesi

Teyit.org platformu editörlerinin yapmış olduğu incelemeler sonucu, sosyal medya platformları, internet siteleri ve medya mecralarında yayınlanan şüpheli içeriklerin en çok video ve sosyal medya iletilerinden oluştuğu elde edilen bulgular arasındadır. İncelenen zaman aralığında 82 (%59) video, 30 (%21) sosyal medya iletisi, 26 (%19) fotoğraf ve 2 (%1) haber metni şüpheli içerik olarak tespit edilmiştir (Analiz sonuçları aşağıdaki şekilde gösterilmektedir).

Şekil 5.

İncelenip Yayınlanan Şüpheli Bilgilerin Türleri



İncelenen videolardan 75 (%91.4) adetinin yanlış, 7 (%8.5) adetinin ise doğru olduğu belirlenmiştir. Diğer analiz sonuçlarında (karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Sosyal Medya İletilerinde ise 18 (%60) adetinin yanlış, 11 (%36.6) adetinin doğru, 1 (%3.3) adetinin ise karma olduğu belirlenmiştir. Diğer analiz sonucunda (sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır. Fotoğraflarda ise 23 (%88.4) adetinin yanlış, 2 (%7.6) adetinin doğru, 1 (%3.8) adetinin ise sonuçlandırılmadı olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Diğer analiz sonucunda (karma) hiç içerik yayınlanmamıştır. İncelenen haber metinlerinde ise 2 (%100) adet doğru içerik tespit edilmiştir. Diğer analiz sonuçlarında (yanlış, karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik yayınlanmamıştır (Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir).

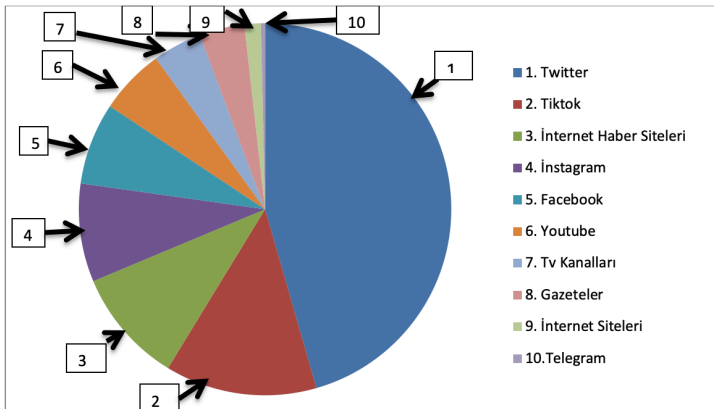
Tablo 2.
İncelenen Bilgi Türlerinin Analiz Sonuçları

Bilgi Türü	Yanlış	Doğru	Karma	Sonuçlandırılmadı
Video	75	7	-	-
Sosyal Medya İletisi	18	11	1	-
Fotoğraf	23	2	-	1
Haber Metni	-	2	-	-

Teyit.org'un İncelediği İçeriklerin Yayıldığı Platformlara Göre Değerlendirilmesi

Teyit.org'un inceleyip yayınladığı bilgiler yeni medya, geleneksel medya kuruluşları ve gazeteler gibi farklı platformlarda paylaşılmıştır. Şüpheli içeriklerin çoğu ise aynı anda birden fazla yeni ve geleneksel medya platformlarında paylaşıldığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda paylaşılan içeriklerin daha çok yeni medya platformlarında yayılan bilgilerden oluştuğu elde edilen bulgular arasındadır. Bu verilere göre şüpheli bilgilerin yayıldığı ortamların kategorileri şu şekilde yapılmıştır: Twitter, Tiktok, Facebook, Instagram, Gazeteler, Youtube, İnternet Haber Siteleri, İnternet Siteleri, Tv Kanalları ve Telegram. Elde edilen bu verilere göre: Twitter'da 128 (%46), Tiktok'ta 37 (%13), İnternet Haber Sitelerinde 28 (%10), Instagram'da 24 (%9) ve Facebook'ta 20 (%7) yalan haber ve dezenformasyon yüklü bilgi paylaşıldığı tespit edilmiştir. Diğer platformlarda ise; Youtube'da 16 (%6), Tv Kanallarında 12 (%4), Gazetelerde 11 (%4), İnternet Sitelerinde 4 (%1) ve Telegramda'da 1(%0.3) adet şüpheli içerik Teyit.org editörleri tarafından incelendikten sonra paylaşılmıştır (Analiz sonuçları aşağıdaki şekilde gösterilmektedir).

Şekil 6.
Teyit.org'un İncelediği Şüpheli İçeriklerin Yayıldığı Platformlar



Teyit.org'un incelediği içeriklerin yayıldığı platformlardaki analiz sonuçları incelendiğinde ise en çok Twitter ve Tiktok'ta yanlış bilgilerin yer aldığı tespit edilmiştir. Twitter'da 105 (%82) yanlış, 21 (%16.4) doğru, 1 (%0.7) karma ve 1 (%0.7) sonuçlandırılmadı bilgi içeren içerik bulunmaktadır. Tiktok'ta 36 (%97.2) yanlış ve 1 (%2.7) doğru bilgi yer almaktadır. Diğer analiz sonuçlarında (karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik bulunmamaktadır. İnternet Haber Sitelerinde ise 21 (%75) yanlış, 6 (%21.4) doğru ve 1(%3.5) karma bilgi yer almaktadır. Diğer analiz sonucunda(sonuçlandırılmadı) hiç içerik bulunmamaktadır. Instagram'da da 22 (%91.6) yanlış, 1 (%4.1) doğru ve 1 (%4.1) karma bilgi yer almaktadır. Diğer analiz sonucunda(sonuçlandırılmadı) ise içerik tespit edilmemiştir. Facebook'ta ise 15 (%75) yanlış, 4 (%20) doğru ve 1 (%5) sonuçlandırılmadı bilgi yer almaktadır. Diğer analiz sonucunda(karma) hiç içerik bulunmamaktadır. Youtube'da ise 14 (%87.5) yanlış, 2 (%12.5) doğru bilgi bulunmaktadır. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) hiç içerik bulunmamaktadır. Tv Kanallarında da 8 (%66.6) yanlış, 3 (%25) doğru ve 1 (%8.3) karma bilgi bulunmaktadır. Diğer analiz sonucunda (sonuçlandırılmadı) hiç içerik tespit edilmemiştir. Gazetelerde ise 8 (%72.7) yanlış, 2 (%18.1) doğru ve 1 (%9) karma bilgi bulunmaktadır. Diğer analiz sonucunda (sonuçlandırılmadı) içerik tespit edilmemiştir. İnternet Sitelerinde de 3 (%75) yanlış ve 1 (%25) doğru bilgi bulunmaktadır. Diğer analiz sonuçlarında(karma, sonuçlandırılmadı) içerik bulunmamaktadır. Telegramda ise 1 (%100) yanlış bilgi yer almaktadır. Diğer analiz sonuçlarında(doğru, karma, sonuçlandırılmadı) içerik bulunmamaktadır (Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir).

Tablo 3.

Teyit.org'un İncelediği Şüpheli Bilgilerin Yayıldığı Platformlardaki Analiz Sonuçları

Yayıldığı Platformlar	Yanlış	Doğru	Karma	Sonuçlandırılmadı
Twitter	105	21	1	1
Tiktok	36	1	-	-
İnternet Haber siteleri	21	6	1	-
İnstagram	22	1	1	-
Facebook	15	4	-	1
Youtube	14	2	-	-
Tv Kanalları	8	3	1	-
Gazeteler	8	2	1	-
İnternet Siteleri	3	1	-	-
Telegram	1	-	-	-

SONUÇ

Yalan haberlerin uzun bir geçmişi olmasına ve çok farklı amaçlar için kullanılmasına rağmen, son yıllarda yeni medya platformlarının kullanımının artması, habere erişimin kolaylaşması ve hızlanması, aynı zamanda kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmaya başlaması gibi birçok nedenle insanlar bu uygulamaları daha fazla kullanmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak gazetecilere ve haberlere duyulan güveni de doğrudan etkilemiştir. Bu durum her türlü medya ortamında yayılan bilgi ve verinin kontrol edilmesi ve teyit edilmesi gerektiği sonucunu oluşturmaktadır.

Yalan haberlerin yayılma ortamları, hızı ve türleri zaman geçtikçe hızla artmaktadır. Yalan haberlerle mücadele bağlamında ise doğrulama platformları, var olan bu etik sorunların çözümü konusunda çok önemli bir görevi yerine getirmektedir. Bu durum, dünyada her yıl doğrulama platformlarının sayısının giderek artmasına neden olmaktadır. Türkiye’de ise doğrulama platformları zaman geçtikçe hızla artmaktadır. Bu sebeple, işlevsellik ve yapı alanlarında eksiklikleri olsa da, bu platformların yalan haberlerle mücadeleye yardımcı oldukları söylenebilir.

Var olan bu etik problemin analiz sonuçlarının (yanlış, doğru, karma, sonuçlandırılmadı) neler olduğunu, içeriklerin en çok hangi kategorilerde (İsrail-Hamas savaşı, politika, yaşam vb.) yer aldığını, içerik türlerinin (video, sosyal medya iletisi vb.) neler olduğunu ve hangi medya platformlarında yayıldığını (Twitter, Tiktok, Youtube vb.) tespit etmeyi amaçlayan bu araştırmada, Teyit.org’un 25 Ekim 2023- 25 Aralık 2023 tarihleri arasındaki inceleyip yayınlamış olduğu 140 adet içerik kategorilere ayrılarak nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Teyit.org inceleyip yayınladığı şüpheli bilgilerin analiz sonuçlarını; doğru, yanlış, karma ve sonuçlandırılmadı olarak dört farklı kategoride sonuçlandırmaktadır. Araştırma sonucunda Teyit.org tarafından incelenip yayımlanan 140 içeriğin, 116’sı yanlış, 22’si doğru, 1’i karma ve 1’i de sonuçlandırılmadı olarak tespit edilmiştir. Var olan bulgular göstermektedir ki, medya ortamlarında paylaşım yapan içerik üreticiler, haberciler paylaştıkları haberlere ve içeriklere daha fazla dikkat etmeli, paylaşacağı içeriği teyitlemeden, doğruluğundan emin olmadan paylaşmamalıdır. Bunlara ek olarak gazetecilik etiğine daha fazla bağlı kalmalıdır. Ayrıca kullanıcılar medya ve yeni medya platformlarında paylaşılan içeriklere karşı dijital medya okuryazarlık özelliklerini geliştirmelidirler. Aksi takdirde yalan haberlerin üretilmesi ve paylaşılması gibi problemlerle mücadele etmek gittikçe zor bir durum haline gelecektir.

Çalışmadan elde edilen diğer bulgulara bakacak olursak; yeni ve geleneksel medya platformlarında paylaşılan içerikler en çok İsrail- Hamas savaşı kategorisinde yer almaktadır. İncelenen 140 içerikten 46’sı İsrail- Hamas savaşı kategorisinde yer almaktadır. Bu kategoride paylaşılan içeriklerin tamamının

analiz sonucunun yanlış olması İsrail- Hamas savaşı gibi dünya kamuoyunda güncel olan ve böylesine hassas bir meselede insan haklarının hiçe sayılmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda savaş ile ilgili kamuoyunun yanlış bilgilerle dolmasına neden olarak insanların düşüncelerini etkilemektedir. Ayrıca bu kategoride yer alan içeriklerin fazla yayınlanmış olması, siyasi bir kazanç elde etmek amacıyla yeni medya mecralarında paylaşıldığını gösterebilir. Bu da yeni medya kullanıcılarının özellikle İsrail- Hamas savaşı ile ilgili içerikleri paylaşma konusunda ne kadar dikkatli olmaları gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda bu sonuç, filtre balonu ve yankı fanusları gibi kavramlarla açıklanan ve kitlelerin ağırlıklı olarak kendi fikirlerine yakın olan ideolojileri ve kişileri takip etmesi eğiliminin olduğuna ilişkin tartışmalarla ilişkilendirilebilir. Bu sebeple bu kategoride içerik paylaşan kullanıcılar savaşı hangi yönden ve ideolojiden görmek istiyorlarsa ona uygun içerikleri paylaşarak yoğun bir dezenformasyon ve yanlış bilginin yayılmasına neden olduğunu söylemek mümkündür.

Aynı zamanda bazı şüpheli içeriklerin birden fazla kategoriye ait olduğu yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular arasındadır. Bulgular kısmında bir kaç örnek üzerinden anlatılan bu sonuç, içeriklerin içermiş olduğu bilgilerden dolayı hem bilim hem de sağlık kategorisinde yayımlanan içeriklerden oluştuğu elde edilmiştir. Ya da hem bilim hem de teknoloji kategorisine ait içeriklerde bulunmaktadır. Burada verilen örnekleri çoğaltmak mümkündür.

Paylaşılan bilgilerin içerik türlerine bakıldığında ise, içeriklerin 82 adetinin videodan oluştuğu tespit edilmiştir. Videoların analiz sonuçlarına bakıldığında ise çoğunun yanlış olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Dijital teknolojilerin ve yapay zekanın gelişmesi ile birlikte artık herkes videoların ve fotoğrafların üzerinde değişiklik yapma imkanına sahiptir. Bu sebeple kişi veya kurumlar çeşitli programları kullanarak videolar üzerinde oynamalar ve montajlar yaparak kullanıcıları manipüle etmekte bu sayede de ticari ya da ideolojik kazanç elde etmektedirler. Bu duruma çözüm olarak kullanıcılar yeni medya ve dijital platformlarda gördükleri videolara ya da fotoğraflara karşı şüphe ile yaklaşmalı ve doğruluğunu araştırmalıdır. Aksi taktirde yalan ve dezenformasyona sahip içerikler dolaşıma girerek kamuoyunun yalan bilgilerle oluşmasına sebep olabilecektir.

X platformu, Dijital in 2022 Nisan raporuna göre Dünya çapında en çok kullanılan 15. sosyal medya mecrası olarak yaklaşık 465 milyon 100 bin kullanıcı sayısına sahiptir. Şubat 2022 raporuna göre ise Türkiye’de yaklaşık olarak 16 milyon 100 bin kullanıcı sayısı ile en çok kullanılan 5. sosyal medya mecrası konumundadır. Böylesine önemli bir platform olan X’in yalan içeriklerin en çok paylaşıldığı ortam olduğu yine çalışma bulgularında ortaya çıkarılmıştır. 128 adet içeriğin X’de paylaşılması platform açısından, yalan haberleri önlemek için aldığı tedbirlerin yetersiz olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda içeriklerin %50’ye yakınının X platformunda paylaşılması incelenmesi gereken bir diğer sonuçtur.

X platformunun kamuoyu ve gündem oluşturma gücünün fazla olması insanların bu platforma yönelmesine sebep olmaktadır. Aynı zamanda ana akım medyanın haber kaynağı olarak X platformunu, haberlerin takibinin yapıldığı ve gazetecilik uygulamalarının hayata geçirildiği bir medya platformuna dönüştürmektedir. Dünya çapında milyonlarca izler kitlesi olan medya kuruluşları X platformunda içeriklerini paylaşarak insanları bilgilendirmektedir. Bunlara ek olarak X siyasal iletişim aracı olarak devlet başkanlarının, siyasilerin ve siyasi partilerin iletişim stratejilerini uyguladığı ve etkileşimde buldukları bir ortamdır. Bir diğer elde edilen sonuç ise X platformunun pazarlama aracı olarak kullanılmasıdır. Binlerce şirket X'in ücretli/ücretsiz reklam seçeneklerinden faydalanarak milyonlarca insana ulaşabilmektedir. Bu durumda X platformunda neden bu kadar çok içeriğin paylaşıldığı sorusunun cevabını üretmektedir. Bu duruma çözüm olarak kullanım oranları bu kadar yüksek olan X'in dezenformasyon ve yalan bilgilerle mücadele etmesi noktasında daha çok araştırma yapılmasına ve çözüm önerileri geliştirilmesine ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer sonuç ise içeriklerin X platformundan sonra en çok Tiktok platformunda yayınlanmasıdır. Z kuşağının yüzde yirmisi her gün beş saatten daha uzun süre TikTok kullanmaktadır (Broner, 2021). Instagram'dan sonra Türkiye'deki kullanıcılar ayda 18,8 saatini TikTok'ta geçirmektedir (We Are Social, 2022). Tiktok uygulamasının daha çok Z kuşağı arasında yaygın olduğu bilinmektedir. Tiktok platformu 2021 yılında kullanıcılar arasında dünyada en çok kullanılan dokuzuncu platform iken (Diersk, 2021) 2022 yılında ise 154 ülke arasında en popüler dijital medya mecrası konumuna yükselmiştir (Ruby, 2022). Platformun bu kadar popüler hale gelmesinde her türlü içeriğin asıl amacının ideolojik olduğu düşüncesi de gözden kaçırılmaması gereken önemli bir göstergedir. Bu nedenlerden dolayı artık Tiktok uygulaması sadece Z kuşağının kullandığı bir uygulama değil aynı zamanda güncel politika, savaş ve diğer alanlarda da içeriklerin paylaşıldığı bir platform haline gelmektedir. Bu çalışmada da Tiktok uygulamasının İsrail- Hamas savaşı ve politika kategorisinde yer alan içeriklerin yayıldığı platformlardan birisi olduğu elde edilen bulgulardan bir tanesidir.

Yalan ve dezenformasyona sahip haberler dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi Türkiye'de de büyük bir problem olarak dikkat çekmektedir. Bu sebeple, doğrulama mecralarının etkin kullanımı, dijital medya okuryazarlığını kullanıcılar arasında yaygınlaştırması ve yeni medya ortamındaki yalan içeriklere karşı kullanıcı farkındalığını artırdığı için demokrasinin geleceği açısından kritik öneme sahiptir. Sayıları her yıl artmasına rağmen yalan haberlerle mücadelenin tüm yükünü doğrulama mecralarına yüklemek etkili bir çözüm değildir. Bu sebeple yalan haberlerin yayılmasının ardında yatan nedenlerin araştırılması ve uygun çözüm önerilerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Kullanıcıların yaşları, siyasi görüşleri ve eğitim durumları da dahil olmak üzere çok çeşitli

faktörlere ilişkin yapılacak araştırmalarla, yalan haberlerin başlangıç noktasının neler olduğu, neden kullanıcıların yalan haber paylaşmasına ihtiyaç duyduğu, etkileşim elde etmek ya da başka siyasi kazançlar elde etmek için mi yalan haberlerin paylaşıldığı sorularına çözüm üretmek oldukça önemlidir.

Çalışma; yalan haberler üzerine yapılan az sayıdaki araştırmadan birisi olması nedeniyle de önem taşımaktadır. Yapay zeka uygulamalarının geliştiği ve teknolojinin kendisini sürekli yenilediği 21. yüzyılda; yalan haberlerin içerikleri, türleri, paylaşım sebepleri ve yayıldığı platformlarda sürekli değişebilme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle çalışmanın gelecekte yalan haberlere ilişkin yapılacak araştırmalara ışık tutacağı öngörülmektedir. Bunlara ek olarak çalışma bazı sınırlılıklara sahiptir. Araştırma 25 Ekim 2023-25 Aralık 2023 tarihleri arasında paylaşılan 140 tane içeriği kapsamaktadır. Bunun sebebi ise Teyit.org platformunda paylaşılan içeriklerin sayısının çok fazla olmasıdır. Aynı zamanda çalışmanın bu zaman aralığında seçilmesinin bir diğer sebebi İsrail- Hamas savaşının bu tarihler arasında şiddetlenmesidir. Buna bağlı olarak savaş ile ilgili paylaşılan içeriklerde de artış gözlenmektedir. Bu sebepler çalışmanın bu tarihler aralığında seçilmesinde etkili olmuştur. 2 aylık süre içerisinde paylaşılan içerikler içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

İlerleyen çalışmalarda örneklem boyutu daha fazla genişletilerek 1 ya da 2 yıllık süre içerisinde paylaşılan içerikler içerik analizi yöntemi ile incelenerek daha farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca paylaşılan içeriklerin etkileşim sayıları çalışmaya eklenerek daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir. Bunlara ek olarak doğrulama platformlarında çalışan insanlarla görüşmeler yapılarak doğrulama platformlarının yapısı ve izledikleri yöntemler hakkında daha kapsamlı bilgiler elde etmek mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Barber, J. F. (2008). Digital archiving and "the new screen". In R. Adams, S. Gibson, & S. Müller Arisona (Eds.), *Transdisciplinary Digital Art: Sound, Vision and the New Screen* (pp. 110-119). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-79486-8_12

Bastos, M. T., & Mercea, D. (2017). The brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. *Social Science Computer Review*, 37(1), 38-54. <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>

Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>

Bradshaw, S., & Howard, P. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1.5), 23-32.

Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. *Communications of the ACM*, 60(9), 65-71. <https://doi.org/10.1145/3122803>

Broner, S. (2021, August 19). 20% of gen Z spends more than 5 hours every day on TikTok. *GreenBook*. https://www.greenbook.org/mr/market-research-trends/20-of-gen-z-spends-more-than-5-hours-every-day-on-tiktok/?utm_campaign=rtb&utm_medium=newsletter&utm_source=morning_brew (Erişim Tarihi: 13.02.2024)

Carlson, M. (2020). Journalistic epistemology and digital news circulation: infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New Media & Society*, 22(2), 230-246. <https://doi.org/10.1177/1461444819856921>

Çömlekçi, M. F. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon ve haber doğrulama platformlarının pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(3), 1549-1563. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583825>

Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Sosyal medya haberlerine güven ve kullanıcı teyit alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 30, 55-77. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.518697>

Demuyakor, J. (2021). The propaganda model in the digital age: a review of literature on the effects of social media on news production. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 8(4), 1-7. <https://doi.org/10.34293/sijash.v8i4.3668>

Diersk, Z. (2021, January). Most Used Social Media Platforms In Turkey In

January 2021. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1294843/turkey-leading-social-media-platforms/> (Erişim Tarihi: 13.02.2024)

Digital News Report. (2019). Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf (Erişim Tarihi: 13.02.2024)

Duverger, M. (1980). Metodoloji açısından sosyal bilimlere giriş (Ü. Oskay, Çev.). İstanbul: Bilgi Yayınevi.

Edelman. (2019). Edelman Trust Barometer: Global Report. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads (Erişim Tarihi: 13.02.2024)

Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298-308. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx019>

Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal iletişimde dezenformasyon ve sosyal medya: bir doğrulama platformu olarak teyit.org. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (29. Özel Sayısı), 202-223. <https://doi.org/10.31123/akil.458933>

Fenton, N. (2009). News In The Digital Age. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 557-567). Routledge.

Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*, 22(8), 1-33. <https://doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>

Fiske, J. (1996). İletişim çalışmalarına giriş (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gamson, W. A. (2004). Bystanders, public opinion, and the media. In D. A. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell companion to social movements* (pp. 242-261). Blackwell Publishing.

Gökçe, O. (2006). İçerik analizi: kurumsal ve pratik bilgiler. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Graves, L., & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Oxford: Reuters Institute.

Graves, L., & Glaisyer, T. (2012). *The fact-checking universe in spring 2012: an overview*. New America Foundation.

Graves, L. (2013). *Deciding what's true: fact-checking journalism and the new ecology of news* (Published doctoral dissertation). Columbia University Academic Commons. <https://doi.org/10.7916/D8XG9Z7C>

Graves, L. (2016). *deciding what's true: the rise of political fact-checking in american journalism*. New York: Columbia University Press.

Güney, E. (2014). *Dijital görsel kültür ve yeni medya ekseninde sanatın değişen rolü* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.

Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar – yaklaşımlar* (2nd ed.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar, ilkeler, teknikler* (31st ed.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kavaklı, N. (2019). Üniversite öğrencileri arasında internet teyit/doğrulama platformlarının kullanımı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(69), 398-411. <https://doi.org/10.17755/esosder.455430>

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (Eds.). (2009). *New media: a critical introduction* (2nd ed.). London and New York: Routledge.

Lowrey, W. (2015). The emergence and development of news fact-checking sites. *Journalism Studies*, 13(8), 376-394. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Manovich, L. (2014). HTML'den Borges'e yeni medya (S. K. Bozkurt, Çev.). içinde M. Çakır (Ed.), *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*. İstanbul: Doğu Kitabevi.

Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society Research Institute.

McCombs, M. (2018). *Setting the agenda: mass media and public opinion*. UK: John Wiley & Sons.

McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. Cambridge, MA: MIT Press.

Neuman, L. W. (2017). *Toplumsal araştırma yöntemleri: nitel ve nicel yaklaşımlar* (S. Özge, Çev.). Ankara: Yayınodası.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters institute digital news report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When correction fails: the persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>

Örs, F. (2016). *Medya etik "medya-iletişim-etik-sunuş"*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? evidence from the changing news ecosystem. *Journalism Practice*, 8(5), 488-498. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.905306>

Praprotnik, T. (2016). Digitalization and new media landscape. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 9(3), 1855-0541. <https://doi.org/10.12959/issn.1855-0541.iiass-2016-no2-art5>

Rogers, E. M. (1986). *Communication technology the new media in society*. New York: The Free Press.

Ruby, D. (2022, August 19). TikTok user statistics (2022): How many TikTok users are there? Demandsage. <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/#:~:text=One%20billion%20active%20users%20spread,media%20platforms%20as%20of%202022>. (Erişim Tarihi: 24.12.2023)

Sonderman, Jeff (2012). Most journalists now get story ideas from social media sources, survey says, poynter. <http://www.poynter.org/2012/most-journalists-now-get-story-ideas-from-social-media-sources-survey-says/178070> (Erişim Tarihi: 24.12.2023)

Şener, Nihal Kocabay (2018). “Doğruluk kontrol merkezi” ve “yalan haber” kavramlarına ilişkin içeriklerin medyada yansımalarının araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29(Özel Sayı), 355-373.

Şener, O. (2019). Bilgi kirliliğine dair Gutenberg’den neler öğrenebiliriz? BirGün. <https://www.birgun.net/haber-detay/bilgi-kirliligine-dair-gutenbergden-neler-ogrenebiliriz.html?amp> (Erişim Tarihi: 08.02.2024)

Tavşancıl, E., & Aslan, E. A. (2001). *Sözel, yazılı ve diğer materyaller için içerik analizi ve uygulama örnekleri*. İstanbul: Epsilon.

Toruk, İ. (2008). *Gutenberg’den dijital çağa gazetecilik*. Konya: Literatürk Academia.

Ünal, R., & Taylan, A. (2017). Sağlık iletişimde yalan haber - yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.

Van Dijk, J. (2016). *Ağ toplumu* (Ö. Salin, Çev.). İstanbul: Kafka.

We Are Social. (2022). Digital 2022: Another year of bumper growth. We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (Erişim Tarihi: 08.02.2024)

Yegen, C. (2018). Doğru haber alma hakkı ve sosyal medya dezenformasyonunu doğruluk payı ve yalansavar ile tartışmak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 101-121. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.390324>

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2000). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Young, D., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2018). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: evaluating factcheck.org and flackcheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 49-75. <https://doi.org/10.1177/1077699017710453>

SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ MODERNLİK ALGILARI VE YALNIZLIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ¹

Merve Hatun KABAKCI
Bağımsız Araştırmacı, Türkiye
mervehatunkabakci@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-9579-8451

Fatma Ceyda BAŞ
Çankırı Karatekin Üniversitesi, Türkiye
fceyda@karatekin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-4979-9621

Atıf	KABAKCI, M.,H.; BAŞ, F.,C. (2024). SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ MODERNLİK ALGILARI VE YALNIZLIK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMESİ. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 16(3), 459-485.
------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Modernleşme ve sosyal medya kavramları ile yalnızlık kavramı arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlayan bu çalışma karma yöntem araştırma desenlerinden biri olan eş zamanlı karma yöntem araştırma deseni ile yürütülmüştür. Çalışmanın nicel bölümü için veri toplama aracı anket, nitel bölümü için ise veri toplama aracı görüşme tekniğidir. 18-55 yaş aralığındaki sosyal medya kullanıcıları, çalışmanın evrenidir. Örneklem seçiminde amaca yönelik ve kotalı örneklem bir arada kullanılmıştır. Çalışmanın örnekleme ise anket tekniği için 300, görüşme tekniği için ise 10 katılımcıdır. Oluşturulan anket formunun ilk kısmında *Kişisel Bilgi Formu*, ikinci kısmında ise sırasıyla *Modernite Ölçeği*, *De Jong Gierveld Yalnızlık Ölçeği*, *Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği* ve *Yalnızlıktan Kaçış Ölçeği* yer alır. Elde edilen veriler ekseninde modernleşme sonucunda yalnızlığın arttığını ve artan yalnızlığın sosyal medya kullanımının artışına yol açan etmenlerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca sosyal medya kullanımı yalnızlığa kesin bir çözüm üretmediği halde sosyal medya kullanıcıları için yalnızlıktan kaçmanın yolunun yine de sosyal medya kullanımı olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yalnızlık, Modernleşme, Sosyal Medya, Karma Yöntem Araştırması.

¹ Bu çalışma Merve Hatun Kabakci tarafından Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda Baş danışmanlığında yazılan ve Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Sosyal Medya Kullanıcılarının Modernlik Algıları ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Olarak İncelenmesi" isimli yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

SOCIOLOGICAL EXAMINATION OF THE RELATONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USERS' PERCEPTIONS OF MODERNITY AND LONELINESS LEVELS

ABSTRACT

This study, which aims to examine the relationship between modernization and the concept of loneliness with the concept of social media, was conducted using the simultaneous mixed method research design, which is one of the mixed method research designs. The data collection tool for the quantitative section of the study is a survey, and for the qualitative section, the data collection tool is the interview technique. The universe of the study consists of social media users aged between 18 and 55. Purposeful and quota sampling methods were used together in the sample selection. The sample size for the survey technique is 300, and for the interview technique, there are 10 participants. The created survey form includes the *Personal Information Form* in the first part, and the *Modernity Scale*, *De Jong Gierveld Loneliness Scale*, *Virtual Environment Loneliness Scale* and *Loneliness Escape Scale* in the subsequent parts. Based on the obtained data, it is possible to say that loneliness increases as a result of modernization, and increasing loneliness is one of the factors leading to an increase in social media usage. Additionally, although social media usage does not provide a definite solution to loneliness, it is seen that the way for social media users to escape from loneliness is still through social media usage.

Keywords: *Loneliness, Modernization, Social Media, Mixed Method Research.*

GİRİŞ

Avrupa’da ortaya çıkan ve kısa bir sürede tüm dünyaya yayılan modernleşme, bir değişim sürecidir. Bu değişim süreci sonucunda toplumlar kendi geçmişlerinden farklılaşmıştır. Modern toplum, aynı zamanda bir risk toplumdur (Beck, 2011) ve modern toplumdaki riskleri Giddens (2020); dışsal riskler ve imal edilmiş riskler olarak ikiye ayırmaktadır. Dışsal riskler, insan kontrolünde olmayan risklerdir. İmal edilmiş riskler ise insan kaynaklıdır ve yalnızlığın imal edilmiş risklerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Yalnızlık ise insanlık tarihinin başlangıcından bu yana var olduğu tahmin edilmesine rağmen modernleşmenin toplumlar üzerinde etkin rol oynadığı zamanlara kadar acı vereceği düşüncesi ile araştırmalara dahil edilmemiştir. Modernleşme ile yalnızlığın toplumsal değişimler sonucunda ortaya çıkabilecek bir duygu olduğu kabul görmüştür ve yalnızlık, sosyolojik olarak incelenmeye değer kabul edilmiştir. Modernleşme ile eş zamanlı olarak toplumlar üzerinde etkili olan sosyal medya, bu çalışmanın bir diğer kavramıdır. Yapılan çalışmalardan bir kısmı sosyal medyanın yalnızlıktan kurtardığına bir diğer kısmı ise sosyal medyanın yalnızlaştırdığına yöneliktir. Bu çalışmanın amacı; yalnızlık kavramının geçirdiği dönüşümün modernleşme ve sosyal medya kavramları ekseninde incelenmesidir. Bu amaca ulaşabilmek için temelde *Modernleşme ve sosyal medya ile yalnızlık arasında nasıl bir ilişki vardır?* sorusuna yanıt aranmıştır. Çalışmanın etik kurul izni Çankırı Karatekin Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 28-06-2022 tarihli yirmi altıncı toplantısında onaylanmıştır. Çalışmada eş zamanlı karma araştırma deseni kullanılmıştır. Çalışmanın evreni, 18-55 yaş arası sosyal medya kullanıcılarıdır. Örneklemi ise anket tekniği için 300, görüşme tekniği için 10 katılımcıdır. Verilerin analizi SPSS 22.0 ve MAXQDA 2022 programları ile gerçekleştirilmiştir.

MODERNLEŞME

Modernleşme kavramı, modern kelimesinden türetilmiştir. Modern kelimesinin kökeninin Latince *modernus* kelimesinden, *modernus* kelimesinin ise yine Latince olan *modo* kelimesinden türetildiği bilinmektedir. *Modo* kelimesi; *Hemen, şimdi* gibi anlamlara sahiptir. Modernleşmenin ilk kullanımı 5. yüzyıla tekabül etmekte ve Hıristiyanlık ile Hıristiyanlığın Romalı ve Pagan geçmişi arasındaki farkları ortaya koymaktadır (Kızılçelik, 1996, s. 9). Giddens (2019, s. 29) modernleşmeyi; Avrupa’da ortaya çıkan ve 20. yüzyıl itibari ile dünyaya yayılan kurumlar ve davranış biçimleri olarak tanımlarken Eisenstandt (Kongar, 2018, s. 227) ve Macionis (2015, s. 629) çalışmalarında modernleşmeyi; *bir değişim süreci* olarak ele almışlardır. Lerner’a göre modernleşmek, batılılaşmaktır ve modernleşme süreçleri her toplumda Batı’daki sıra ile gerçekleşmelidir (Kongar, 2018, s. 227). Lerner ile benzer şekilde Baudrillard (2018, s. 96) da modernleşmenin en özgün halinin Amerika’da olduğunu ve geriye kalan tüm ülkelerin modernleşmelerinin Amerikan modernleşmesinin alt yazılı ya da dublajlı bir hali olduğunu vurgulamaktadır. Tönnies ise modernleşmeyi; *Gemeinschaft’tan Gessellschaft’a* geçiş olarak tanımlamaktadır (Kaya, 2012, s. 112). Tüm bu tanımlamalar

çerçevesinde modernleşme; Sanayi Devrimi sonucunda Avrupa’da ortaya çıkan ve yaygınlık kazanan ve kısa bir sürede dünyaya yayılan bir değişim süreci olarak tanımlanabilir. Bu değişim süreciyle toplumlar kendi geçmişlerinden farklılaşmaktadır.

Modernleşme kavramını, farklı yönlerini de göz önünde bulundurarak sistematik bir şekilde inceleyebilmek için modernleşme kuramlarına ihtiyaç duyulmuştur (Altun, 2021, s. 2024). Modernleşme kuramlarının temel amaçlarından ilki; yaşanan toplumsal değişimi açıklamaktır. İkincisi ise modernleşmeyle ortaya çıkan toplumsal sorunlara çözüm üretmektir (Arslan, 2011, s. 21-23). Bir toplumun modernleşmesi için sadece toplumdaki kurumların modernleşmesi yeterli değildir, toplumdaki bireylerinde modernleşmeleri gerekmektedir (Cirhinlioğlu ve diğerleri, 2013, s. 38). Modernleşme kuramcıları arasında yer alan Inkeles ve Smith’in 1960 yılında gerçekleştirmiş oldukları araştırmanın sonuçlarına göre; toplumsal meseleler üzerine yoğunlaşmak, gönüllü oluşumlarda yer almak, gazete okuma alışkanlığına sahip olmak gibi bazı kriterler ile modern bireyi, geleneksel bireyden ayırmak mümkündür (Altun, 2021 s. 129). Klasik sosyoloji kuramcıları arasında yer alan Weber, Tönnies ve Durkheim’in sosyal teorilerinde modernleşme, kitle toplumunu oluşturmaktadır ve kitle toplumunun belirgin özelliklerinden biri; ilişkilerin yüzeysel bir hal alması ve yalnızlıktır. Bir diğeri ise ilişkilerin kitle iletişim araçları aracılığı ile gerçekleştirilmesidir (Macionis, 2015, s. 635-639).

Berger ve diğerleri (2015, s. 7) insanların geleneksel toplumda kendisini evindeymiş gibi hissederken modern toplumda yalnızlaştığına ve evsiz kaldığına değinmektedir. Bu çalışma kapsamında modernleşmenin sonuçları; bireycilik ve teknolojik gelişmeler olmak üzere iki başlıkta ele alınmıştır. Bireycilik; daha öncesinde kendisini toplumun olmazsa olmaz bir parçası olarak gören ve bulunduğu toplumda kendisini güvende hisseden modern bireyin kendi kabuğuna çekilmesine ve yaşadığı topluma duyarsızlaşarak yalnızlaşmasına yol açmaktadır (Solmaz, 2011, s. 50). Solmaz ile benzer şekilde Deveoğlu (2020, s. 344) da modernleşmeyle bireyciliğin ve bireycilik ile birlikte de yalnızlaşmanın ortaya çıkmasının beklenen bir sonuç olduğunu vurgulamıştır. Durkheim ise modernleşme sonucunda her ne kadar bireyciliğin toplumda egemen olmasına ve insanların bireyciliği benimsemesine rağmen her insanın içinde kolektivizmden bir parça taşıdığını ileri sürmüştür ve ona göre insanlar, toplumla tekrar bütünleşebilmek için bireycilikten uzaklaşabilirler (Ritzer, 2011, s. 204-205). Teknoloji, Kongar’a göre geleneksel ve modern toplumu birbirinden ayıran evrensel nitelikli bir ölçüttür. Çünkü bir toplumda teknolojinin varlığı, o toplumda teknolojinin ortaya çıkmasına yol açan bilgi birikiminin varlığının işaretçisidir (2018, s. 228). Yaşanan teknolojik gelişmelerle sosyal ağlar aracılığıyla kurulan iletişim, yüz yüze iletişime tercih edilir hale gelmiştir. Bu durum toplumun bir kesimi için avantaj, diğeri bir kesimi için dezavantaj barındırmaktadır. Çünkü sosyal ağlar ile kurulan iletişim, toplumun bir kesimini sosyalleştirirken diğeri bir kesimini ise

yalnızlaştırmıştır (Deveoğlu, 2022 s. 345-347).

Beck'in risk toplumu olarak kavramsallaştırdığı toplum, modern toplumdur (Çuhacı, 2007, s. 135). Giddens'a göre modern toplumda iki tip risk bulunmaktadır. Bunlardan ilki; dışsal risklerdir. Dışsal riskler, insanlar tarafından oluşturulmamıştır ve insanların kontrolünde veya denetiminde değildir. Kara ölüm ve depresyon, dışsal risk örneklerindedir. İkincisi ise imal edilmiş risklerdir. İmal edilmiş riskler, dolaylı olarak da olsa insan kaynaklıdır. Boşanma oranlarındaki artış ve küresel ısınma, imal edilmiş risk örneklerindedir (Tezcan, 2017, s. 324). Dışsal riskler ile imal edilmiş riskler karşılaştırıldığı zaman imal edilmiş risklerin daha belirsiz olması dikkat çekicidir. Çuhacı'ya göre modern toplumdaki risklerin belirleyici özellikleri; toplumları farklı oranlarda etkilemesi, toplumdaki güvenlik ve denetim mekanizmalarının denetiminde olmaması ve her toplumu etkileyebilir nitelikte olması ile evrensel olsa da bireylerin aldığı kararlar ile şekillendiği için bir taraftan da bireysel olmasıdır (2007, s. 135). Tezcan'a göre ise toplumsal ilişkileri olumsuz yönde etkilemesi, modern toplumdaki risklerin belirleyici özelliklerindedir (2007, s. 326). Modern toplumdaki risklerin belirleyici özelliklerine sahip olan yalnızlığın imal edilmiş risklerden biri olduğunu söylemek mümkündür.

YALNIZLIK

Yalnızlık kavramının insanlık tarihinin başlangıcından bugüne var olduğu tahmin ediliyor olsa da bu kavram uzun bir süre taşıdığı olumsuz anlamlar sebebi ile araştırmalara konu edilmemiştir (Körler, 2011, s. 11). Erdoğan (2020, s. 299), yalnızlık kavramının; yalnız olmak, yalnız hissetmek ve yalnız yaşamak kavramları etrafında şekillendiğini öne sürmektedir. Freud, yalnızlığı 1939 yılında ilk kez terim olarak kullanmış ve bu terim ile içerisinde bulunduğu ruh halini, iç dünyasını okuyucuya aktarmıştır. Sullivan ise yalnızlığı insanların birbiri ile ilişki kurma, teması geçme ihtiyaçlarının karşılanmaması sonucunda ortaya çıkan bir duygu olarak tanımlamıştır (Bekhet ve diğerleri, 2008, s. 208). Freud ve Sullivan ile benzer şekilde Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Güncel Türkçe Sözlüğü'nde yalnızlık; *kimse olmama durumu, ıssızlık ve tenhalık* şeklinde tanımlanmıştır. Weiss, yalnızlığı insanların sosyal gereksinimlerinin karşılanmaması sonucunda ortaya çıkan bir duygu olarak tanımlamaktadır ve ona göre insan, kalabalıklar içerisinde dahi olsa sosyal gereksinimlerini karşılayamıyorsa, yalnızdır (Amaghani ve Akbağ, 2018, s. 8). 2012 yılında yaptığı çalışma ile yalnız yaşamayı *solo yaşam* olarak tanımlayan Klinenberg'e göre ise solo yaşam, toplumsal ilerlemenin bir gerekliliğidir ve beklenen bir durumdur. Bazı ülkeler solo yaşama karşı tepki gösterirken bazı ülkeler ise solo yaşamı teşvik edici kurslar açmıştır (Süleymanlı, 2008, s. 20). Solo yaşamı teşvik edici kurslar açan ülkeler için yalnızlık kaçınılması gereken bir durum değildir. Solo yaşam başlangıçta olumlu veya olumsuz olarak nitelendirilebilecek bir durum olamamakla birlikte bireylerin tercihlerine dayanıyor olsa da (Erdoğan, 2020 s. 299-300) yalnız yaşayanların bir süre sonra sosyal ilişkilerinin azaldığı

görülmüştür (Özodaşık, 2020, s. 49). Başka bir ifade ile solo yaşam biçimine sahip olan kişilerde başlangıçta sadece fiziksel bir yalnızlık söz konusu iken zaman içerisinde hem fiziksel hem de duygusal bir yalnızlık söz konusu olmuştur. Tüm bu tanımlamalar çerçevesinde yalnızlığın; her insan tarafından sosyal ilişkilerinin yetersizliği nedeni ile deneyimlenen, deneyimlenen şartlar dahilinde olumlu ya da olumsuz anlamlar yüklenen ve istenildiğinde son verilebilen bir kavram olduğunu söylemek mümkündür.

İnsanın doğadan uzaklaşması ve insan ile doğa arasındaki ilişkinin edilgen olmaktan çıkıp etken bir hale gelmesi, insanlık tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. İnsanlar doğadan uzaklaştığında kendi kaderlerinin belirleyicisi olacaklarını ve doğa yasalarını belirleyebileceklerini düşünmüşlerdir. Ancak hem bu düşüncelerini gerçekleştirememişlerdir hem de yalnız kalmışlardır. İlkel kabileler yalnızlıktan kaçmanın yolunu doğa ile tekrar bütünleşmekte ve grup bağılıkları oluşturmakta bulmuşlardır (Özodaşık, 2020, s. 9-11). Riesman'ın (2019, s. 31-32), *gelenek yönelimli toplum* kavramı ile tasvir ettiği, grup üyelerinin tüm yaşamlarını grup bağılıkları içerisinde sürdürdüğü ve grubun her bir üyesinin grup için önemli olduğu bir toplum tipidir. Bu toplum tipinde grup üyeleri tarafından uyulması gereken toplumsal kurallar bulunmaktadır. Toplumsal kurallara uymayan grup üyeleri dışlanmamaktadır ama bu grup üyelerinin şamanlık ve büyücülük gibi rollere sahip olduğu kabul edilmektedir. Gelenek yönelimli toplum tipinde yalnızlıktan bahsetmek mümkün değildir. İlkel toplumlarda olduğu gibi geleneksel toplumlarda da grup bağılıkları, yalnızlığa karşı koruyucu bir rol üstlenmiştir. Geleneksel toplumlarda yalnızlık, olumsuz anlamlara sahip olan ve kaçınılması gereken bir süreçtir (Karaca, 2019, s. 1-4). Ancak geleneksel dönemde yaşayan kişilerin hiçbir zaman yalnızlığı deneyimlemediğini söylemek mümkün değildir. Modernleşmeyle yalnızlık, sahip olduğu olumsuz anlamlardan kurtulmuş ve tıpkı acı, korku, mutluluk ve sevgi gibi hayatta herkesin deneyimlediği veya deneyimleyeceği bir duygu haline gelmiştir (Ulutaş ve Gökçen, 2019, s. 1821). Devecioğlu (2020, s. 344-345) modern dönemde yalnızlığın toplumdaki görünürlüğünü artırmasını bireycilik ile ilişkilendirmektedir. Ayrıca modern toplumda bireylerin yalnızlığı kalabalıklar içerisinde deneyimliyor olmasının yalnızlığı tespit etmeyi zorlaştırdığını ifade etmektedir. Özodaşık (2020, s. 39) ve Tutgun-Ünal (2020, s. 318) ise yaşanan toplumsal değişim sonucunda ve toplumsal nedenlerle ortaya çıktığı için yalnızlığın toplumsallaştığını vurgulamaktadır. Ancak tek bir toplum tipi olduğunu söyleyemediğimiz gibi tek tip bir toplumsal yalnızlıktan da bahsetmek mümkün değildir.

Bireysel bir deneyim olarak kabul edilmesi ve yalnızlık deneyimlerinin birbirinden farklı olması nedeni ile yalnızlık, uzun bir süre psikolojinin bir konusu olarak görülmüş ve yalnızlık konulu çalışmalar psikoloji alanında yoğunlaşmıştır. Ancak yalnızlık ve bireyselleşme arasındaki ilişkinin varlığı, yalnızlığın yaşanan toplumsal bir yapı içerisinde ve toplumsal nedenlerle deneyimleniyor olması

sosyolojik olarak incelenmesine yol açmıştır (Süleymanlı ve diğerleri, 2020 s. 269). Birincil grup ilişkileri yerine ikincil grup ilişkilerinin yaygınlık kazanması, aile yapısında meydana gelen dönüşümler ve hız kazanan toplumsal değişim; Bowman'a göre kişileri yalnızlığa iten nedenlerdendir (Çaycı ve Çaycı, 2017, s. 54). Ayrıca yapılan çalışmalar sonucunda internet bağımlılığı ve yalnızlık arasında olumlu bir ilişkinin tespit edilmesi, teknolojik gelişmelerinde kişileri yalnızlığa iten bir diğer neden olduğunu göstermektedir (Karagülle ve Çaycı, 2014, s. 6).

Simmel'in; bıkkınlık, mesafelilik ve yabancı tasvirleri yalnızlığın sosyolojik yönünü ifade edebilmek için oldukça önemlidir. Modern kent yaşamında bireylerin çevrelerine karşı duyarsızlaşmasını Simmel, bıkkınlık olarak tasvir eder ve ona göre bıkkınlığın mekanları metropollerdir. Maruz kalınan uyarıcıların çok fazla olması bıkkınlığa yol açmaktadır ve kentlerde yaşamını sürdürenler bu uyarıcılara karşı günden güne tepkisiz hale gelmektedir (2017, s. 98-100). Başlangıçta sadece uyarıcılara karşı olan bıkkınlık, zaman içerisinde insani ilişkilere de yansımaktadır. İnsani ilişkilerde görülen kırılma ve yüzeysellik, yalnızlığın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Çalap ve Çebi, 2020, s. 447). Simmel'e göre (2017, s. 100-101) kentlerde yaşamını sürdüren insanlar için bıkkınlıktan kurtulmanın yolu, mesafeliliktir. Mesafelilik; kişinin çevresindeki nesnelere ve ilişkilerini değersizleştirmesidir. Geleneksel toplumda gün içerisinde kurulan ilişki nicelik olarak sınırlı olduğu için kişi daha özverili ve samimi bir yaklaşım sergileyebilir. Ancak modern toplumda gün içerisinde kurulan ilişki sayısı çok fazladır ve bu nedenle de kurulan ilişkiler yüzeyseldir. Foley (2011, s. 156), kent yaşamındaki kurulan ilişki sayısının fazlalığını şu cümleler ile ifade etmiştir: "İnsanlar gittikçe daha fazla açık-planlı veya cam duvarlı ofislerde çalışıyor, böylece tuvalet dışında yalnız kalabilmek imkansızlaşıyor. Tuvaletlerde bile ayırıcı bölmeler üst ve alttan açılarak yalnızlık asgariye indiriliyor." Her ne kadar kentler fiziksel yalnızlığı asgari düzeye indiriyor olsa da mesafeliliğin sunduğu özgürlük, kentte yaşayanlara kalabalıklar içerisinde yalnızlık hissedebileceği alanlar sunmaktadır (Simmel, 2017, s. 102-104). Toplumsal tipler Simmel'e göre toplum tarafından oluşturulmaktadır ve yabancı da onun toplumsal tiplerinden biridir (Gökçen ve Ulutaş, 2019, s. 118). Yabancı toplumsal tipi ile Simmel kişinin; grup içerisindeki bağlılıkları devam ettirdiği bir yakınlıkta aynı zamanda da grup ile bağlarını koparmadığı bir uzaklıkta olmasını ifade etmektedir. Bu durum ise yabancı grubun grup ile ilişkisinde bir ölçüsüzlüğe neden olacaktır. Çünkü grubun yabancı ile kurduğu ilişki yüzeysel kalabilir ya da sınırların aktarıldığı bir derinlik kazanabilir (Simmel, 2020, s. 151-152). Simmel'in bıkkınlık, mesafelilik ve yabancı kavramlarının bir süreç olarak ifade etmek mümkündür. Modernliğin mekânı olarak kabul gören kentler, toplumsal ilişkileri olumsuz olarak etkilemekte ve yalnızlığı her geçen gün daha da görünür kılmaktadır ve yalnızlığın sosyolojik yönü aşikardır.

SOSYAL MEDYA

Sosyal medya kavramı; takip etmek ve izlemek anlamına karşılık gelen *-seq* ve *-sequi* kelimelerinden türetilmiş olan sosyal (Yetişkin, 2013, s. 273) ve çeşitli içeriklerin aktarımı anlamına gelen medya kelimelerinin (Ataizi, 2019, s. 49) bir arada kullanılması ile oluşmuştur. Komito ve Bates (2009)'a göre sosyal medya, bir alandır ve bu alanda çeşitli içerikler internet tabanlı uygulamalar aracılığı ile kullanıcıların etkileşimine sunulmaktadır. Solis, sosyal medya kavramını tanımlarken sosyal bilimlerden yararlanılması gerektiğini öne sürmekle birlikte sosyal medyanın çeşitli kültürlerden insanları birleştirici bir role sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Sosyal medya; tüm kültürlerden ve tüm yaş gruplarından katılımcıların birbirleri ile iletişim halinde olduğu internet tabanlı uygulamalar bütünüdür. Sosyal medya aracılığı ile gerçekleşen iletişim, kurallara bağlıdır ve kullanıcılar kendilerini özgür hissetmektedir. Ayrıca sosyal medya, kullanıcılarına hızlı ve kapsamlı bir iletişim kurma olanak sağlamaktadır.

Sosyal medyanın ilk ortaya çıkışı 1970'li yıllardır (Edosomwan ve diğerleri, 2011, s. 80). Ancak yaygınlık kazanması Web 1.0'dan Web 2.0'a geçiş yılı olan 2004 yılı ve sonrasında gerçekleşmiştir. Web 2.0'a geçiş ile kullanıcılar, internet dünyasının hem tüketicisi hem de üreticisi olmuşlardır (Bostancı, 2019, s. 14-16). Modernleşme ve sosyal medya, toplumlar üzerinde benzer zamanlarda etkili olmuş olan iki ayrı kavramdır ve sosyal medya modernliğin ve modernliğin getirilerin aktarıcısı olmuştur. Sosyal medyanın üstlendiği bu rol onu *modern yaşamın hac merkezi* haline getirmiştir. Çünkü sosyal medya, modern toplumlarda dini yapılardan daha fazla kişiyi ağırlar olmuştur ve bu sayı her geçen gün daha da artmaktadır (Cereci, 2019, s.s. 34-35). 2023 yılı Ocak ayında yayınlanan Digital 2023: Turkey raporuna göre; dünya nüfusunun %59,4'ü ve Türkiye nüfusunun %73,1'i sosyal medya kullanıcıdır.

Sosyal medya ve yalnızlık arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalarda öne çıkan iki görüş vardır. Bunlardan ilki; modernleşme sonucunda insanın yalnızlaştığını ve yalnızlığını gidermek için sosyal medya kullanıcısı olduğunu öne sürmektedir. Medya, Karaboğa'ya göre toplumsallaşmayı sağlayan dört temel araçtan biridir. Medya içerisinde ise sosyal medya, pek çok kullanıcıya kendilerini özgür bir şekilde ifade etme ve ortak fikirlere sahip olan pek çok kişiye ulaşma imkânı sağlamıştır (2018, s. 916-918). Bu durum sosyal medya kullanıcılarının iletişim tercihlerini değiştirmiş ve sanal ilişkiler, yüz yüze ilişkilere tercih edilir olmuştur (Türkel ve Dilmaç, 2019, s. 67). İkinci görüş ise sosyal medya kullanımının yalnızlaştırdığını öne sürmektedir. Bu görüşe göre sosyal medya kullanıcılarının yalnız olmasının nedeni; kurulan ilişkilerin yüzeyselliği ve paylaşımın sınırlı olmasıdır. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları fark etmiştir ki gündelik yaşamda kurulan iletişim ile sosyal medya aracılığı ile kurulan iletişim birbirinden farklıdır (Özodaşık, 2020, s. 162-163). Tüm bunların yanı sıra sosyal medya platformlarının kullanıcıları gözetlemeye açık kılması kullanıcıların kendilerini düşündükleri gibi özgür bir şekilde ifade edememesine yol açmaktadır ve kullanıcılar yalnızlık

ile baş başa kalmaktadır (Karaboğa, 2018, s. 918). Ancak belirtilmesi gerekir ki kişileri sosyal medya kullanımına iten yalnızlık ile sosyal medya kullanıcılarının deneyimledikleri yalnızlık birbirinden farklıdır.

Sosyal medya kullanıcılarının deneyimledikleri yalnızlık, teknolojik ya da dijital yalnızlık olarak adlandırılmıştır (Özen ve Korukçu-Sarıcı, 2010, s. 151). Modern dönemde yaşanan yalnızlığın geleneksel dönemdeki yalnızlıktan farkı; belirgin olmayan göstergelere sahip olması, ilişkilerin yüzeyselleşmesi ve yalnızlığın kalabalıklar içerisinde deneyimlenebiliyor olmasıdır. Teknolojik yalnızlığın modern dönemdeki yalnızlıktan farkı ise yalnızlığı deneyimleyenlerin aktif sosyal medya kullanıcıları olmaları ve çok daha fazla kişi ile etkileşime geçebileceği veya geçtiği bir dönemde hem gündelik yaşamda hem de sanal ortamda yüzeysel ilişkilere maruz kalması ve yalnızlığı deneyimliyor olmalarıdır. Hem de sanal dünyadaki kalabalıklara rağmen. Ne modern yaşamın ne de sosyal medyanın sunduğu sanal ortam, toplumların ihtiyacı olan bütünleşme ve bağlanma ihtiyacını karşılayamamakta ve bireyler her yeni gün, ilişki sayılarının ve etraflarındaki kalabalıkların artmasına rağmen yalnız kalmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma; karma yöntem ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmalarda karma yöntemin kullanılması gerekçeleri; üçgenleme, gelişim, genişletme, tamamlayıcılık ve başlangıç olmak üzere beşe ayrılmaktadır. Bu çalışma için karma yöntemin kullanılması gerekçesi tamamlayıcılıktır. Tamamlayıcılık; kullanılan yöntemlerden biri ile elde edilen bilgilerin kullanılan bir diğer yöntem ile açıklanmasına olanak sağlayarak çalışmayı zenginleştirmektir. Karma yöntemde öne çıkan üç temel desen bulunmaktadır ve bu çalışmada eş zamanlı karma yöntemler araştırma deseni kullanılmıştır. Eş zamanlı karma yöntemler araştırma deseni; nicel ve nitel yöntemin ağırlığı aynıdır. Veriler aynı zamanlarda, ayrı ayrı toplanır ve ayrı ayrı analiz edilir. Verilerin birleşimi, tartışma ve sonuç aşamasında gerçekleşir (Toraman, 2021 s. 12-16). Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Modernleşme ve yalnızlık arasında nasıl bir ilişki mevcuttur?
2. Yalnızlık ile yalnız yaşamak arasında nasıl bir ilişki mevcuttur?
3. Sosyal medya ve yalnızlık arasında nasıl bir ilişki mevcuttur?
4. Yalnızlığın topluma olan yansımaları nelerdir?
5. Toplumsal yalnızlık sorunu ile karşı karşıya kalırsa ne gibi tedbirler alınmalıdır?

Araştırmanın evrenini 18-55 yaş arası sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Bu çalışmada örneklem seçiminde amaca yönelik ve kotalı örneklem bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın nicel kısmı için örneklem 300 katılımcıdır ve bu katılımcılara anket uygulanmıştır. Nitel kısmı için ise örneklem 10 katılımcıdır ve katılımcılar ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Nicel verilerin toplanması

için oluşturulan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde *Kişisel Bilgi Formu* yer alır. Oluşturulmuş olan bu form 10 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise dört ölçek yer almaktadır. Ölçeklerden ilki; Cirhinlioğlu, Ok ve Cirhinlioğlu (2013) tarafından geliştirilen modernite ölçeğidir. 30 maddeden oluşan modernite ölçeğinin 8 alt boyutu bulunmaktadır. Ölçek 5'li likert tipidir. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,88'dir. Bu çalışmada ise ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,89 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklerden ikincisi; Gierveld ve Kamphuis (1985) tarafından geliştirilen De Jong Gierveld yalnızlık ölçeğidir. Ölçek, 34 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,86'dır. Türkçe'ye Çavdar ve arkadaşları (2015) tarafından uyarlanmıştır ve uyarlanmış ölçek 11 maddeden ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek, 4'lü likert tipidir ve Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,0873'dür. Bu çalışmada ise ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,78 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklerden üçüncüsü; Korkmaz, Usta ve Kurt (2014) tarafından geliştirilen sanal ortam yalnızlık ölçeğidir. Ölçek, 20 madde ve üç alt boyuttan oluşmakla birlikte 5'li likert tipidir. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,816'dır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,81 olarak hesaplanmıştır. Dördüncü ölçek ise Kim ve Kim (2017) tarafından geliştirilmiş olan yalnızlıktan kaçış ölçeğidir. 3 maddeden ve tek boyuttan oluşan ölçeğin orijinali, dijital oyun bağımlılığı ve yalnızlık arasındaki ilişkinin tespit edilmesi için kullanılmaktadır. Bu çalışma kapsamında ölçek soruları uyarlanmıştır. Ölçek 5'li likert tipidir. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,87'dir. Bu çalışmada ise ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,86 olarak hesaplanmıştır. Nitel verilerin toplanması için 5 sorudan oluşan yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve hazırlanan sorular katılımcılara yöneltilmiştir.

Nitel ve nitel veriler Temmuz 2022 ve Kasım 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Oluşturulmuş olan kişisel bilgi formu ve ölçekler Google Formlara yüklenmiş ve nitel veri toplama süreci tamamen çevrimiçi bir şekilde gerçekleşmiştir. Veri toplama süreci sona erdiğinde elde edilen veriler, SPSS 22.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Nitel veri toplama süreci, hazırlanmış olan yapılandırılmış görüşme formlarındaki soruların bazı katılımcılara çevrimiçi, bazı katılımcılara ise yüz yüze olarak yöneltilmesi ile gerçekleşmiştir. Görüşme esnasında katılımcıların rızası alınarak ses kaydı alınmıştır. Veri toplama süreci tamamlandığında ses kayıtları deşifre edilmiş ve elde edilen veriler MAXQDA 2022 programında kodlar ve temalar oluşturularak içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Kod ve tema oluştururken katılımcıların cevaplarında öne çıkan bulgular ve mevcut literatür göz önünde bulundurulmuştur.

BULGULAR

Nitel Araştırma

Oluşturulan anket formunun ilk bölümü katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmeye yöneliktir.

Elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir.

Tablo 1.

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı

Değişkenler	Alt Kategoriler	N	%
Cinsiyet	Kadın	183	61
	Erkek	117	39
Medeni Durum	Bekar	216	72
	Evli	81	27
	Boşanmış	3	1
Yaş	18-25	150	50
	26-35	98	32,7
	36-45	40	13,3
	46-55	12	4
Eğitim Durumu	İlkokul	4	1,3
	Ortaokul	3	1
	Lise	39	13
	Önlisans	37	12,3
	Lisans	138	46
	Yüksek Lisans	61	20,3
	Doktora	18	6
Yaşam Tarzı	Yalnız Yaşıyor	47	15,7
	Ailesiyle Birlikte	233	77,7
	Diğer(Arkadaş/Yurt)	20	6,7
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	1 saatten az	19	6,3
	1-2 saat	81	27
	2-3 saat	83	27,7
	3-4 saat	57	19
	4 saatten fazla	60	20

Katılımcıların %61'i kadınlardan %39'u erkeklerden oluşmaktadır. Bekar katılımcıların oranı %72'dir ve katılımcıların yarısı 18-25 yaş aralığındadır. Katılımcıların %46'sı lisans, %20,3'ü yüksek lisans seviyesindedir. Katılımcıların %77,7'si ailesi ile birlikte, %15,7'si yalnız yaşamaktadır. Yalnız yaşamayı yani solo yaşamı tercih eden katılımcıların oranı Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan tek kişilik hane halkı oranından daha düşüktür. Katılımcıların %27,7'si günün 2-3 saat, %27'si ise günün 1-2 saat sosyal medyada geçirmektedir. Çalışmada yer alan tüm ölçeklere ve ölçek alt boyutlarına ilişkin betimsel bulgular şu şekildedir:

Tablo 2.

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin betimsel bulgular

	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
Liberallik	300	1	5	4,01	0,69
Plan-düzen	300	1	5	4,09	0,82
Bilime inanma	300	1	5	3,52	1,15
Doğum kontrolü	300	1	5	3,19	1,27
Medya takibi	300	1	5	3,88	1,33
Üretim-tüketme	300	1	5	4,52	0,99
Laik olma	300	1	5	2,76	1,01
Cinsel eşitlik	300	1	5	3,35	1,18
Modernleşme Ölçeği	300	1,27	4,9	3,79	0,58
Duygusal Yalnızlık	300	0	1	0,35	0,31
Sosyal Yalnızlık	300	0	1	0,29	0,31
De Jong Gierveld Yalnızlık Ölçeği	300	0	1	0,32	0,25
Sanal Sosyalleşme	300	1	5	3	0,86
Sanal Paylaşım	300	1	5	1,95	0,89
Sanal Yalnızlık	300	1	5	3,48	0,89
Sanal Ortam Yalnızlık Ölçeği	300	1,3	4,55	2,75	0,60
Yalnızlıktan Kaçış Ölçeği	300	1	5	3,05	1,18

Örneklemin modernleşme ölçeği ortalaması 3,79'dur. De Jong Gierveld yalnızlık ölçeği ortalaması 0,32'dir. Sanal ortam yalnızlık ölçeği ortalamasının 2,75 iken sanal yalnızlık alt boyutunun ortalaması 3,48'dir. Sanal yalnızlık alt boyutunun ortalamasının ölçek ortalamasından yüksek olması dikkat çekicidir. Yalnızlıktan kaçış ölçeğinin ortalaması ise 3,05'dir.

Tablo 3.

Katılımcıların yalnızlık puanlarına göre dağılımı

	N	%
Yalnız Değil	124	41,3
Orta Derece Yalnız	158	52,7
Ciddi Yalnız	13	4,3
Çok Ciddi Yalnız	5	1,7

Katılımcıların toplam yalnızlık puanlarına göre dağılımına bakıldığında %52,7'sinin orta derecede yalnız olduğuna ve %41,3'ünün yalnız olmadığına ulaşılmıştır. Bu durumun nedeni; geçmişten bugüne yalnızlığın toplumda olumsuz anlamlara çağrışım yapması ve gizlenecek bir durum olarak görülmesi olabilir.

Tablo 4.
Yalnızlık ve modernleşme arasındaki korelasyon

		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1.Liberallik	r	1,00											
	p												
2.Plan-Düzen	r	,42*	1,00										
	p	0,00											
3.Bilime İnanma	r	,48*	,35*	1,00									
	p	0,00	0,00										
4.Doğum Kontrolü	r	,20*	,16*	,36*	1,00								
	p	0,00	0,01	0,00									
5.Laik Olma	r	,25*	,2*	,49*	,44*	1,00							
	p	0,00	0,00	0,00	0,00								
6.Cinsel Eşitlik	r	0,05	0,00	,12*	0,06	,22*	1,00						
	p	0,43	0,98	0,04	0,30	0,00							
7.Medya Takibi	r	,17*	,21*	,19*	,14*	,12*	0,02	1,00					
	p	0,00	0,00	0,00	0,01	0,03	0,71						
8.Üretim-Tüketme	r	,29*	,25*	,31*	,31*	,24*	0,05	,23*	1,00				
	p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39	0,00					
9.Modernleşme	r	,73*	,57*	,74*	,59*	,56*	,2*	,34*	,52*	1,00			
	p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00				
10.Duygusal Yalnızlık	r	-0,02	-0,03	0,05	,12*	,12*	-,11*	-0,05	0,03	0,05	1,00		
	p	0,78	0,59	0,40	0,04	0,04	0,05	0,35	0,62	0,42			
11.Sosyal Yalnızlık	r	-0,09	-0,06	-,11*	-0,01	-0,02	-0,06	-0,06	-0,04	-,11*	,37*	1,00	
	p	0,11	0,01	0,05	0,89	0,71	0,34	0,33	0,51	0,05	0,00		
12.Yalnızlık	r	-0,07	-0,11	-0,03	0,08	0,04	-,15*	-0,07	-0,01	-0,04	,87*	,75*	1,00
	p	0,24	0,07	0,61	0,19	0,45	0,01	0,24	0,90	0,53	0,00	0,00	

* Korelasyon $P < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Duygusal yalnızlık ile doğum kontrolü ve laik olma alt boyutları arasındaki ilişki pozitif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Duygusal yalnızlık ile cinsel eşitlik alt boyutu arasında ise negatif yönlü, zayıf ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir Sosyal yalnızlık ile cinsel eşitlik, bilime inanma alt boyutları ve toplam modernleşme düzeyi arasındaki ilişki negatif boyutlu, zayıf ve anlamlıdır. Toplam yalnızlık düzeyi ile cinsel eşitlik alt boyutu arasında negatif yönlü, zayıf ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ancak toplam modernleşme düzeyi ile toplam yalnızlık düzeyi arasında bir ilişki yoktur. Modernleşme alt boyutları arasında yer alan cinsel eşitlik ve yalnızlık arasındaki ilişki bu çalışma kapsamında dikkat çeken bir diğer unsurdur.

Tablo 5.
Sanal ortam yalnızlığı ve modernleşme arasındaki korelasyon

		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
1.Liberallik	r	1,00												
	p													
2.Plan-Düzen	r	,42*	1,00											
	p	0,00												
3.Bilime İnanma	r	,48*	,35*	1,00										
	p	0,00	0,00											
4.Doğum Kontrolü	r	,2*	,16*	,36*	1,00									
	p	0,00	0,01	0,00										
5.Laik Olma	r	,25*	,2*	,49*	,44*	1,00								
	p	0,00	0,00	0,00	,00									
6.Cinsel Eşitlik	r	0,05	0,00	,12*	,06	,22*	1,00							
	p	0,43	0,98	0,04	0,30	0,00								
7.Medya Takibi	r	,17*	,21*	,19*	,14*	,12*	0,02	1,00						
	p	0,00	0,00	0,00	,01	0,03	0,71							
8.Üretim-Tüketme	r	,29*	,25*	,31*	,31*	,24*	0,05	,23*	1,00					
	p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39	0,00						
9.Modernleşme	r	,73*	,57*	,74*	,59*	0,56	,2*	,34*	,52*	1,00				
	p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00					
10.Sanal Sosyalleşme	r	,23*	0,08	,22*	,14*	,13*	0,04	0,07	,29*	,27*	1,00			
	p	0,00	0,19	0,00	0,02	0,02	0,48	0,20	0,00	0,00				
11.Sanal Paylaşım	r	0,04	-0,08	,14*	,16*	,12*	-0,08	0,01	,17*	,15*	,53*	1,00		
	p	0,44	0,18	0,02	0,01	0,04	0,19	0,93	0,00	0,01	0,00			
12.Sanal Yalnızlık	r	0,01	-0,01	0,03	-,13*	-0,10	0,03	-0,07	-0,05	-0,05	0,11	-,13*	1,00	
	p	0,92	0,91	0,64	0,02	0,08	0,59	0,24	0,37	0,40	0,07	0,03		
13.Sanal Ortam Yalnızlığı	r	,16*	0,00	,22*	,12*	0,10	-0,02	0,02	,23*	,22*	,86*	,75*	,32*	1,00
	p	0,01	0,95	0,00	0,04	0,09	0,75	0,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

*Korelasyon $P < 0,05$ düzeyinde anlamlı.

Sanal sosyalleşme ile liberallik, bilime inanma, doğum kontrolü, laik olma, üretim-tüketme alt boyutları ve toplam modernleşme düzeyi arasındaki ilişki pozitif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Sanal paylaşım ile bilime inanma, doğum kontrolü laik olma, üretim-tüketme alt boyutları ve toplam modernleşme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Sanal yalnızlık ile doğum kontrolü arasındaki ilişki, negatif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Toplam sanal ortam yalnızlık düzeyi ile hem liberallik, bilime inanma, doğum kontrolü, üretim-tüketme alt boyutları arasında hem de toplam sanal ortam yalnızlık düzeyi ve toplam modernleşme düzeyi arasında pozitif yönlü, zayıf ve anlamlı bir ilişki vardır. Katılımcıların toplam sanal ortam yalnızlık düzeyleri ve modernleşme düzeyleri zayıf ($r = 0,22$) bir ilişki ile birlikte artar veya birlikte azalır. Bahsi geçen iki değişkenin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %4,84'tür.

Tablo 6.*Sanal ortam yalnızlığı ve yalnızlık arasındaki korelasyon*

		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.Duygusal Yalnızlık	R P	1,00						
2.Sosyal Yalnızlık	R P	,37* 0,00	1,00					
3.Yalnızlık	R P	,86* 0,00	0,79* 0,00	1,00				
4.Sanal Sosyalleşme	R P	0,01 0,85	-,13* 0,02	-,06 0,27	1,00			
5.Sanal Paylaşım	R P	,35* 0,00	,14* 0,02	,3* 0,00	,5* 0,00	1,00		
6.Sanal Yalnızlık	R P	-,20* 0,00	-,12* 0,04	-,20* 0,00	,127* 0,03	-,19* 0,00	1,00	
7.Sanal Ortam Yalnızlığı	R P	0,11 0,05	-0,05 0,42	0,05 0,40	,87* 0,00	,73* 0,00	,34* 0,00	1,00

* Korelasyon $P<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Sanal sosyalleşme ile sosyal yalnızlık alt boyutu arasındaki ilişki negatif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Sanal paylaşım ile sosyal yalnızlık düzeyi arasında pozitif yönlü, zayıf ve anlamlı, duygusal yalnızlık ve toplam yalnızlık düzeyi arasında pozitif yönlü, orta ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sanal yalnızlık ile duygusal yalnızlık ile sosyal yalnızlık alt boyutları ve toplam yalnızlık düzeyi arasındaki ilişki ise negatif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Toplam sanal ortam yalnızlık düzeyi ile toplam yalnızlık düzeyi ve yalnızlık alt boyutları arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 7.*Yalnızlıktan kaçış ve modernleşme arasındaki korelasyon*

		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1.Liberallik	r p	1,00									
2.Plan-Düzen	r p	,42* 0,00	1,00								
3.Bilime İnanma	r p	,48* 0,00	,35* 0,00	1,00							
4.Doğum Kontrolü	r p	,2* 0,00	,16* 0,01	,36* 0,00	1,00						
5.Laik Olma	r p	,25* 0,00	,2* 0,00	,41* 0,00	,44* 0,00	1,00					
6.Cinsel Eşitlik	r p	0,05 0,43	0,00 0,98	,12* 0,04	0,06 0,30	,22* 0,00	1,00				
7.Medya Takibi	r p	,17* 0,00	,21* 0,00	,19* 0,00	,14* 0,01	,12* 0,03	0,02 0,71	1,00			
8.Üretim-Tüketme	r p	,29* 0,00	,25* 0,00	,31* 0,00	,31* 0,00	,24* 0,00	0,05 0,00	,23* 0,00	1,00		
9.Modernleşme	r p	,73* 0,00	,57* 0,00	,74* 0,00	,59* 0,00	,56* 0,00	,2* 0,00	,34* 0,00	,52* 0,00	1,00	
10.Yalnızlıktan Kaçış	r p	0,05 0,41	0,00 0,95	,15* 0,01	,14* 0,01	,17* 0,00	-,07 0,20	-,05 0,35	0,09 0,13	,12* 0,04	1,00

* Korelasyon $P<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ile bilime inanma, doğum kontrolü, laik olma alt boyutları ve toplam modernleşme düzeyi arasındaki ilişki pozitif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Katılımcıların yalnızlıktan kaçış düzeyleri ve modernleşme düzeyleri zayıf ($r = 0,12$) bir ilişki ile birlikte artar veya birlikte azalır. Bahsi geçen iki değişkenin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %1,44'tür.

Tablo 8.

Yalnızlıktan kaçış ve yalnızlık arasındaki korelasyon

		1.	2.	3.	4.
1. Duygusal Yalnızlık	r	1,00			
	p				
2. Sosyal Yalnızlık	r	,37*	1,00		
	p	0,00			
3. Yalnızlık	r	,86*	,79*	1,00	
	p	0,00	0,00		
4. Yalnızlıktan Kaçış	r	,38*	,21*	,37*	1,00
	p	0,00	0,00	0,00	

* Korelasyon $P < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ile sosyal yalnızlık alt boyutu ve toplam yalnızlık düzeyi arasındaki ilişki pozitif yönlü, orta ve anlamlıdır. Toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ile duygusal yalnızlık alt boyutu arasında ise pozitif yönlü, zayıf ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Katılımcıların yalnızlıktan kaçış düzeyleri ve yalnızlık düzeyleri orta ($r = 0,37$) bir ilişki ile birlikte artar veya birlikte azalır. Bahsi geçen iki değişkenin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %13,69'dur. Katılımcıların yalnızlık düzeyleri arttıkça yalnızlıktan kaçma düzeylerinin de artması yalnızlığa yönelik toplumdaki olumsuz tutumun devam ettiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 9.

Yalnızlıktan kaçış ve sanal ortam yalnızlığı arasındaki korelasyon

		1.	2.	3.	4.	5.
1. Sanal Sosyalleşme	r	1,00				
	p					
2. Sanal Paylaşım	r	,5*	1,00			
	p	0,00				
3. Sanal Yalnızlık	r	,13*	-0,19	1,00		
	p	0,03	0,00			
4. Sanal Ortam Yalnızlığı	r	,87*	,73*	,34*	1,00	
	p	0,00	0,00	0,00		
5. Yalnızlıktan Kaçış	r	,23**	,41*	-,16*	,28*	1,00
	p	0,00	0,00	0,00	0,00	

* Korelasyon $P < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ve sanal sosyalleşme alt boyutu ile toplam sanal ortam yalnızlığı arasındaki ilişki pozitif yönlü, zayıf ve anlamlıdır. Toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ile sanal yalnızlık arasında negatif yönlü, zayıf ve anlamlı bir ilişki bulunurken toplam yalnızlıktan kaçış düzeyi ile sanal paylaşım

arasındaki ilişki pozitif yönlü, orta ve anlamlıdır. Katılımcıların yalnızlıktan kaçış düzeyleri ve sanal ortam yalnızlık düzeyleri zayıf ($r = 0,28$) bir ilişki ile birlikte ile birlikte artar veya birlikte azalır. Bahsi geçen iki değişkenin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %7,84'tür.

Nitel Araştırma

Toplanan veriler MAXQDA 2022 programında belirli temalar ve kodlar oluşturularak analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıdaki gibidir.

Tablo 10.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim Durumu
K1	Kadın	Bekar	28	Yüksek Lisans
K2	Kadın	Bekar	26	Doktora
K3	Kadın	Bekar	30	Lisans
K4	Erkek	Evli	26	Lisans
K5	Kadın	Boşanmış	46	Yüksek Lisans
K6	Kadın	Bekar	26	Lisans
K7	Erkek	Bekar	25	Yüksek Lisans
K8	Kadın	Bekar	25	Lisans
K9	Erkek	Bekar	35	Yüksek Lisans
K10	Erkek	Bekar	24	Lisans

Katılımcılar, 6 kadın ve 4 erkekten oluşmaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu bekar ve lisans düzeyindedir. Yaş ortalamaları ise 29,2'dir.

Katılımcılara modern bireyi ve modern toplumu tanımlayan özelliklerin neler olduğu sorulmuş ve alınan cevaplar ekseninde *ortak kültür* belirlenen ilk kod olmuştur.

Daha doğrusu, ek olarak metropolleşen bir dünyaya doğru veya küreselleşmenin bir parçası olan toplum için veya bireylerin gerek giyim tarzlarında gerek izlediklerinde gerek yediklerinde ortak bir kültür yakalamış olmaları. Yani modern derken biraz daha çağa ayak uydurma kısaca. Böyle anlıyorum (K4).

Riesman (2019, s. 31-32) tarafından gelenek yönelimli toplumlarda bireyin grup içerisinde kalarak kendisini güvende hissetmek için feragat edilebilen bir kavram olarak ele alınan *özgürlük* modern bireyi ve modern toplumu tanımlamak için kullanılmış ve bu çalışma kapsamında en sık tekrarlanan kod olmuştur.

Serbestlik değil, özgürlüktür modernleşmeye ait olan (K7).

Özgürlüktür. Kesinlikle özgürlüktür (K8).

Oluşturulan bir diğer kod ise *bireycilik* olmuştur ve bireyciliği Taylor (2020, s. 10-11) *modernleşmenin en büyük kazanımı* olarak ifade etmektedir.

Modern birey bence her şeyden önce daha bireycidir. Toplumsallığı, topluma bakışı daha geri plana itilmiş daha çok kendini ön plana

çıkarma yönü benim dikkatimi çekiyor. Bir de hani akıl kısmı özellikle hani akılla hareket etme, düşünme taşınma ve ona göre kendi hayatına yön verme. En çok o dikkatimi çekiyor benim (K5).

Ekonomi, teknolojik gelişmeler, yeniliklere açık olma ve yalnızlık oluşturulan bir diğer kodlar olmuştur. Bu noktada, Kongar'ın (2018, s. 228) teknolojik gelişmeleri modernliğin temel kriteri olarak görmesine ve yalnızlığın Karaca (2019, s. 21) tarafından modern toplumda sıklıkla karşı karşıya gelinen bir kavram olarak ele alınmasına yer vermek gerekir.

Katılımcılara göre modernleşme ve yalnızlık arasındaki ilişki doğrusaldır. Modernleşmenin artması yalnızlığı da beraberinde getirir.

Modernleşme arttıkça insanın yalnızlığı da artıyor bence. Bu doğrusal bir ilişki oluyor sanırım. Modernlik içerisinde insanları yalnızlaştıran birçok unsur üüyor. Çoğalıyor. Modern çağ insanı yalnızlaştırıyor ve tekelleştiriyor (K1).

Arasında aslında tezat bir ilişki varmış gibi görünüyor. Fakat ben doğrusal olduğunu düşünüyorum. Bu ne demek? Aslında modernliğe doğru ilerleyen bir toplum; rahatının, yaşam alanının daha da refah olduğu daha da iyi olduğunu düşünür. Daha doğrusu şöyle, yaşam alanının rahat olduğunu düşünen birey aslında bir yandan da bir şeyini kaybediyor. Kendinin iyiye gittiğini düşünüyor aslında bir nevi. Yani gerek ekonomik olarak gerekse diğer yarınlardan kendinin ne kadar alanını genişlettiğini düşünse de aslında o alanının içinde kaybolur. Kendini sadece o alana hapsetmiş oluyor. ... Bizler sosyalleştığımızı düşündüğümüz birçok şeyi beraberinde getiriyoruz. Arkadaşlıklarımızın sayısını azaltıyoruz veya ne bileyim arkadaşlarımızla görüşme sıklığının düzeyini azaltıyoruz veya komşuculuk ilişkilerimiz... çok yakındığımız bir durum (K4).

Sosyal medya kullanımı ve yalnızlık ilişkisinde katılımcıların cevapları ekseninde oluşturulan ilk kod *yalnız sosyal medyada* olmuştur. Katılımcıların cevaplarında sosyal medya, yalnızların paylaşma ihtiyacını karşıladığı bir alan olarak görülmektedir.

Soruyu sorduğunda aklıma ilk olarak yalnız insanlar sosyal medyada daha çok zaman geçiriyormuş gibi geldi. Çünkü insanın doğası gereği bir şeyleri paylaşmaya ihtiyacı vardır. Her şeyi paylaşmaya ihtiyacı vardır ve çevresinde paylaşacağı bir insan bulamıyorsa sosyal medya aracılığı ile paylaşma ihtiyacı duyuyor olabilir. Bu yüzden de daha çok sosyal medyanın üzerine düşüyor olabilir. Bence (K1).

Sosyal medya yalnızlıktan kurtarıyor oluşturulan bir diğer koddur. K2 ifadelerinde sosyal medyanın fiziksel bir yalnızlık oluşturmuş gibi görünüyorsa da kullanıcıları farklı sosyalleşme imkanları sunduğuna ve yalnızlıktan kurtardığına yer vermiştir.

Fiziksel olarak bir yalnızlaştırma söz konusu olsa da sosyal medya içerisinde ayrı bir sosyal ortama dahil ettiği içinde bu yalnızlıktan da kurtarıyor. Yalnızlığı nasıl algıladığımız ile alakalı bir şey. Fiziksel olarak yalnız bırakıyor olabilir ama dahil olduğu, o an neye bakıyorsa onunla da bir ortaklık kurduğu için çok da yalnız olmuyor diye düşünüyorum (K2).

Sosyal medya yalnızlaştırır, oluşturulan son koddur. Ayrıca katılımcıların ifadelerinde sosyal medya kullanıcılarının yalnızlaşmasını bir süreç olarak görmeleri dikkat çekicidir.

Sosyal medyada beğenilme arzusu var. Oradan yaptığı paylaşımlar olsun mesela, oradan aldığı beğeniler olsun insanları iyi hissettirmeye başladı mesela. Bu durum modern bireye, modern insana kendini iyi hissettirmeye başladı. Bu biraz sansasyonel bir durum aslında. Çok gerçek bir durum değil. Çok ayakları yere basan bir durum değil. Bu soyut bir anlayış ama sanırım bu insanları mutlu etmeye başlıyor. Gezilen bir yerleri paylaşmak oradan alınan beğeniler sonra mesela insanların ne kadar yakışıklı ne kadar güzel olduğuna dair yapılan vurgular mesela telefonun kamerasındaki filtreler... Birbirlerini tetikleyen durumlar aslında. Sosyal medya insanı bu şekilde yalnız yaptı. Çünkü sanki yetti gibi sanki oradaki beğeniler insanlara, yetiyor gibi biraz. Gerçeklik isteğinden gerçek insanların düşünceleri isteği düştü gibi biraz. Soyut bir beğeni aslında oradaki ama birçok şeyin önüne geçti. Bu çok tehlikeli bir durum aslında çünkü gerçeklikten kopma durumuna geldi. Bu insanları yalnızlığa itti (K9).

Aslında sosyal medyaya ilk girildiğinde insan kendisini hiç yalnız hissetmiyor. İlk başta çünkü çok fazla insanla iletişim kurabiliyor insan ve çok fazla etkileşime geçebiliyor. Aslında bilgiye ulaşabiliyor. Bir yandan bu yönleri iyi ama şöyle bir şey oluyor. Bir yerden sonra da o kadar kalabalığın içinde yalnızlık da olabiliyor. Çünkü yüz yüze iletişim azalmış oluyor sosyal medya içerisinde. Yüz yüze iletişim azaldığı içinde belki de bu modern hayatta kendimizi yalnız hissetmediğimizi düşündüğümüz zamanlarda yalnız da hissediyor olabiliriz farkında olmadan. Ama bir yandan da sosyal medya bizi kalabalığın içerisine atıyor. Nasıl yalnız kalıyoruz onu da bilemiyorum. Çok ilginç oluyor. Aslında çok fazla insanın olduğu bir yerdeyiz, sosyal medya içerisinde. Ama yine de yüz yüze

ile aynı olmuyor diye düşünüyorum (K3).

Modernleşme öncesinde sadece bireysel yansımaları ve sonuçları olduğu varsayılan yalnızlık, modernleşmeyle hem bireysel hem de toplumsal yansımalara sahip bir kavram haline gelmiştir. Yalnızlığın topluma olan yansımada *toplumsal ilişkiler* önemli bir yer tutar.

Modern öncesi toplumlarda daha çok oradaki meselede insanlar çok olmayı, çoğul olmayı daha çok seviyordu. Gerek akraba ilişkileri gerek misafirlikler gerek ziyaretler gibi ama yalnızlık şimdi toplumun içerisine de karışmış durumda... Modern öncesi toplumda evet biz beraber olduk, birlikte olduk, birlikte hareket ettik, birlikte bir şeyler yaptık. Bu zamanların yalnızlığında, yalnızlığın topluma olan yansımada evet biz bir masada oturduk yemek yedik ama herkes kendince eğlendi, kendince düşüncelere kapıldı, kendi telefonuna kendi sosyal mecrasında gezindi. Bunlar çok konuşulur oldu. Bu şekilde net bir yansıması var. Çok büyük bir fark var modern öncesi ile de. Bunları ifade edebiliriz (K10).

Mesela sürekli buna ben de dahil WhatsApp üzerinden mesajlaşma içerisindeyiz. Arayıp neden sesini duymuyoruz ki, uzakları yakın etmiyoruz, bir konuşma gerçekleştiriyoruz. Halbuki gönül kazanmak, hoşbeş etmek, bir iki tebessümü paylaşmak, hal-hatır sormak 5-10 dakika bilemedin yarım saatlik bir zaman. Bu yapaylığımıza dair bir örnektir. Ben hapishanedeki mahkumların dışardaki insanlardan farksız olduğunu düşünüyorum bir yandan da. Onlar da yalnız, onlar da yalnız. Ancak içeridekiler bir çay içip birbirleri ile sohbet ediyorlar. Dışardaki insanlar onu bile yapamıyorlar bu çok üzücü (K4).

Kültür ve belirsizlik oluşturulan bir diğer kodlardır. Katılımcıların ifadelerinde yalnızlığın kültür aktarımını olumsuz yönde etkileyebileceğine ve belirsizliğin modern toplumda yalnızlığın bir sonucu olarak yer aldığına vurgu yapılmıştır.

Katılımcılara son olarak toplumsal yalnızlığa karşı alınabilecek tedbirlerin neler olabileceği sorusu yöneltilmiştir. Bazı katılımcılar böyle bir sorunun toplumda yaşanmayacağını belirtmiş, bazı katılımcılar için toplumsal yalnızlık önlenemez bir durum olarak ele alınmış, bazı katılımcılar ise çeşitli çözüm önerileri sunmuştur. K2, toplumsal bir yalnızlık sorunu ile karşı karşıya kalınmayacağını ifade edenlerdendir. Ona göre toplumun ve toplumsal kurumun işleyişini devam ettirebilmesi için belli bir gruba aidiyet gereklidir ve bireyler bir gruba aidiyetini kaybettiğinde bile başka bir gruba aidiyeti devam eder.

Ben aslında çok da yalnız kalınacağını da düşünmüyorum. Yani bir şekilde bir yerden ayrılınca da bir yerde yalnız hissedilse de ister istemez başka bir şeyde ya da başka bir gruba, topluma ya da

topluluğa ya da ne ise bu bir bağlılık söz konusu. O yüzden ben tamamen bir toplumsal yalnızlık olacağını düşünmüyorum. Çünkü toplum bir şekilde kendi işleyişini devam ettiriyor. Toplumun kendi kurumları da işleyişini devam ettiriyor. İnsanı mesela sosyal medya kullanarak aileden alsak dahi hani ailesinden uzaklaşıyor yalnızlaşıyor desek dahi mutlaka başka bir gruba aidiyetini devam ettiriyor. O yüzden ben tamamen yalnızlık olacağını düşünmüyorum (K2).

Toplumsal yalnızlığı önlenemez bir durum olarak gören katılımcılar, bazı bireysel tedbirler alınsa bile alınabilecek tedbirlerin yeterli olmayacağına vurgu yapmaktadır.

Ben bu konuda herhangi bir tedbir alınabileceğini düşünmüyorum ama devamını açıklayamam. Bu içsel bir şey. Bu tedbir alınabilecek bir şey değil. Bence çağımızın en büyük problemi bu ve ilerleyen yıllarda daha da yalnızlaşacağımız düşüncesindeyim (K8).

Son olarak alınabilecek tedbir önerilerinde ise aile kurumu ve aile içi ilişkilere önem vermek, teknolojinin olumsuz özelliklerine karşı bilinçli olmak, kültür aktarımının sağlanmasına yönelik adımlar atmak ve kişisel gelişime önem vermek yer almaktadır.

Çok uzun bir sürede oluşan kadim kurumlarımız var. Mesela aile; insanlıkla sosyalleşme ile başladı ve hala devam ediyor. Hani o kadar da yıkıldı, bitti denilse bile. Bunu aileyle yapabiliriz diye düşünüyorum. Çünkü; kendi çalışmamda da gerek mülakatlarda gerekse anketlerde olsun hipotezimizin çürüdüğünü gördüm. Biz, hipotezimizde aile değerlerimizde çok büyük bir aşınma olduğunu, geri dönülemez olduğunu ve normal kuşak farkının çok üstünde bir farklılık olduğunu düşünmüştük. Şu an bakıyorum ben, o olmamış (K5).

İnternet ve sosyal medyanın dezavantajlarını en az düzeye nasıl indirgeyeceğimiz üzerinde durmalıyız. Bir insan internete veya sosyal medyaya ayırdığı zamanın üçte ikisini kitaplara ayırabilirse gerçek dünyayı orada keşfedebilir. İnsanın kendisini, insanları, doğayı keşfetmesi gerekiyor. İnsanın kendisini keşfetmesi kitaplarla, bir film gösterimi ile nasihat ile öğüt ile olabilir (K4).

Ayrı ayrı toplanmış ve ayrı ayrı analiz edilmiş olan nicel ve nitel veriler, sonuç başlığı altında birleştirilecektir.

SONUÇ

Modernleşme ve sosyal medya ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlayan ve karma yöntem araştırmaları arasında yer alan eş zamanlı karma yöntemler araştırma deseni ile yürütülen bu çalışmada örneklem; nicel araştırma

için 300, nitel araştırma için ise 10 katılımcıdır. Örneklemenin demografik özelliklerini birbirine benzerdir. Dikkat çeken ilk bulgu katılımcıların %15,7'sinin yalnız yaşamasıdır. Türkiye İstatistik Kurumu 2022 yılı verilerinde solo yaşam oranı %17,9'dur. Bu çalışmada solo yaşama oranının düşük oluşunda içerisinde bulunan ekonomik koşulların ve çalışmanın pandemi sürecinin hemen sonrasında gerçekleştirilmesinin etkisi olabilir.

Cirhinlioğlu ve diğerlerinin çalışmasında 3,81, Yıldırım'ın çalışmasında ise 3,64 olarak hesaplanan modernleşme ortalaması bu çalışmada 3,79 olarak hesaplanmıştır ve ulaşılan sonuç diğer çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Katılımcılara yöneltilen ilk soruda modern bireyi ve modern toplumu tanımlayan özellikler sorulmuştur ve alınan cevapların literatür ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Modernleşme ve yalnızlık arasındaki ilişkinin incelenmesi, araştırmanın alt problemleri arasında yer almaktadır. Nicel araştırma kapsamında yapılan Pearson korelasyon testinde göre modernleşme ve yalnızlık arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak modernleşme ölçeği alt boyutları ile yalnızlık ölçeği alt boyutları arasında pozitif ve negatif yönlü ilişkiler mevcuttur. Ayrıca yalnızlık düzeyi ile cinsel eşitlik alt boyutu arasında negatif yönlü bir ilişkinin tespit edilmesi dikkat çeken bir diğer husus olmuştur. Modernleşme ve yalnızlık arasında bir ilişkinin tespit edilememesinde örneklemenin orta dereceli yalnızlardan (%52,7) ve yalnız olmayanlardan (41,3) oluşmuş olması etkili olabilir. Modernleşme ile sanal ortam yalnızlığı arasında ise pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcılar ise modernleşme ve yalnızlık arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu görüşündedir.

Çalışmanın bir diğer alt problemi; sosyal medya ve yalnızlık arasındaki ilişkidir. Elde edilen sonuçlar, hem sosyal medya kullanımının yalnızlığı artırdığı hem de sanal ortam yalnızlığı artan kişilerin yalnızlıktan kaçmak için sosyal medya kullandığı yönündedir. Yalnızlıktan kaçış düzeyi ile sanal ortam yalnızlık düzeyi arasındaki pozitif yönlü ilişki, bu noktada tekrar vurgulanabilir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcılar da benzer şekilde sosyal medya ve yalnızlık arasındaki ilişkide; sosyal medyanın yalnızların mekanları olmasına, sosyal medyanın yalnızlıktan kurtardığına ve sosyal medyanın yalnızlaştırdığına yönelik ifadelerde bulunmuş hatta bazı katılımcıların bu durumun bir süreç olduğunu ifade etmiştir.

Yalnızlığın topluma olan yansımalarının nasıl olduğu çalışmanın bir diğer alt problemidir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcılara göre sosyal ilişkiler, yalnızlığın topluma olan yansımaları en net olarak sosyal ilişkilerde görülmektedir. Sosyal ilişkilerdeki değişimin yanı sıra kültür aktarımının sekteye uğraması ve toplumdaki belirsizlikte yalnızlığın topluma olan yansımalarıdır.

Toplumsal bir yalnızlık sorununda alınabilecek bireysel ve toplumsal tedbirlerin neler olduğu çalışmanın son alt problemidir. Görüşmeciler bu konuda üç farklı görüş dile getirmişlerdir. İlk görüş toplumsal bir yalnızlık sorunu ile karşı karşıya gelinmeyeceği yönündedir. Çünkü toplumsal ilişkilerin ve toplumsal kurumların devam etmesi için grup aidiyeti gereklidir ve bireylerin kaybolan grup aidiyetlerinin yerine yenisini koymaya meyillidir. Bu görüşe istinaden modern yaşam içerisinde yalnızlaşan insanların sosyal medyada yeni sosyal ilişkiler kurmaya yönelmesi örnek olarak verilebilir. Bir diğer görüş ise alınabilecek bireysel tedbirlerin yeterli olmaması ve ulaşacak sorunun tedbir alınamaz ve önlenemez olduğu yönündedir. Bu noktada ise modern toplumdaki risklerin özellikleri anımsanabilir. Son görüş ise getirilen çözüm önerileridir. Bu çözüm önerileri; aile içi ilişkilere ve kültür aktarımına özen gösterilmesi, teknolojinin bilinçli kullanımı ve bireylerin kişisel gelişimlerine özen göstermeleridir.

Çalışmanın ana problemi olan modernleşme ve sosyal medya ile yalnızlık arasındaki ilişki nitel ve nicel verilerden elde edilen tüm bulgulara göre değerlendirildiğinde modernleşme sonucunda yalnızlığın arttığını ve artan yalnızlığın sosyal medya kullanımının artmasına yol açan etmenlerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca sosyal medya kullanımı yalnızlığa kesin bir çözüm üretemediği halde sosyal medya kullanıcıları için yalnızlıktan kaçmanın yolunun yine de sosyal medya kullanımı olduğu görülmektedir. Toplumsal ilişki kurma ihtiyacı, sosyal medyanın yalnızlıktan kurtarmamasına rağmen kullanıcıların yalnızlıktan kaçmak için yine sosyal medya kullanmasının nedeni olarak kabul edilebilir.

KAYNAKÇA

- Altun, F. (2021). *Modernleşme kuramı*. İnsan Yayınları.
- Amaghani, F. F. ve Akbağ, M. (2018). Gençlerde sosyal medyaya yönelik tutumlar ve yalnızlık: İlişkisel bir inceleme. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 15(6), 5—24. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/genclikarastirmalari/issue/66476/1040669>
- Arslan, F. (2011). *Wallerstein'in modern dünya sistemi modeli açısından modernleşme kuramı* (Tez no. 296294) [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Ataizi, M. (2019). Sanal iletişim. E. Eroğlu, A. H. Yüksel (Ed.), *Etkili iletişim teknikleri*, içinde (s.s. 38—59). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). *Amerika*. (Y. Avunç, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Beck, U. (2011). *Risk toplumu: başka bir modernliğe doğru*. İthaki Yayınları.
- Bekhet, A. K., Zauszniewski, J. A., Nakhla, W. E. (2008). Loneliness: Aconceptanalysis. *Nursing Forum*, 43(4), 207—219. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6198.2008.00114.x>
- Berger, P. L., Berger, B. ve Kellner, H. (1985). *Modernleşme ve bilinç*. (C. Cerit, Çev.). Pınar Yayınları.
- Bostancı, M. (2019). *Sosyal medya dün bugün yarın*. Palet Yayınları.
- Cereci, S. (2019). *Sosyal medya çağlar, ağlar, bağlar*. Onto Yayıncılık A.Ş.
- Cirhinlioğlu, Z., Ok, Ü. ve Cirhinlioğlu, F. G. (2013). *Dindarlık, ruh sağlığı ve modernite*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Çalap, C. ve Çebi, E. (2020). Gençlerin sosyalleşme ve yalnızlaşma deneyimleri açısından sosyal medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi örneği, *İmgelem*, 7(4), 439—467. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/imgelem/issue/58047/805265>
- Çaycı, A. E. ve Çaycı, B. (2017). Sosyalleşme yanılması: Dijital kalabalıklar içinde yalnızlaşan bireyler. A. Z. Özgür ve A. İşman (Ed.). *İletişim Çalışmaları 2017* içinde (44—61). Sakarya.
- Çuhacı, A. (2007). Ulrich Beck'in risk toplumu kuramı. *Sosyoloji Dergisi*, 17(3), 129—157. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusosyoloji/issue/520/4741>
- Deveoğlu, M. (2020). Yalnızlığın yeni hali: Dijital yalnızlık. E. Eğribel, Y. Yıldırım (Ed.) *Sosyologca 18-19* içinde (341—352). Doğu Kitabevi.
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., Seymour T. (2011). The history of social media and its impact of business, *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3), 79—91. https://www.researchgate.net/publication/303216233_The_history_of_social_media_and_its_impact_on_business

- Erdoğan, B. (2020). Modern toplumda yalnız yaşamak, yeni bir norm olarak bekârlık. E. Eğribel, Y. Yıldırım (Ed.) *Sosyologca 18-19* içinde (293—316). Doğu Kitabevi.
- Foley, M. (2011). *Saçmalıklar çağı*. (A.Sezgentüredi, Çev.). Bkz Yayıncılık Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.
- Giddens, A. (2019). *Modernite ve bireysel kimlik*.(Ü. Tatlıcan, Çev.). Say Yayınları.
- Giddens, A. (2020). *Elimizden kaçıp giden dünya*. Alfa Yayınları
- Gierveld, D. J. ve Kamphuis, J. (1985). The development of a rash-type loneliness scale. *Applied Psychological Measurement*. 9, 289—299. <https://conservancy.umn.edu/handle/11299/102185>
- Gökçen, A. ve Ulutaş, E. (2019). Toplumsal bir tip: misafir, *ADAM AKADEMİ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 111—136.<https://doi.org/10.31679/adamakademi.544669>
- Karaboğa, M. T. (2018). Üniversite öğrencilerinin bir sosyalleşme alanı olarak sosyal medya hakkındaki görüşleri, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 912—936.<https://doi.org/10.17860/mersinefd.475515>
- Karaca, E. (2019). *Sosyolojik kuramda yalnızlık: Modern toplum ve mesafe kültürü*.(Tez no.581856) [Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Karagülle, A. E., ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 1—9. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/13016/156815>
- Kaya, M. (2012). Klasik sosyolojik perspektifte modernleşme tartışmaları. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 110—130. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/birtop/issue/3529/47983>
- Kızılcıkelik, S. (1996). *Postmodernizm dedikleri*. Saray Kitabevleri.
- Kim, Y. Y. ve Kim, M. H. (2017). The impact of social factors on excessive online game usage, moderated by online self-identity. *Cluster Computing*, 20(1), 569-582.
- Komito, L. ve Bates, J. (2009). Virtually local: Social media and community Amongst polishnational in Dublin, *New Information Perspectives*. 61(3), 232—244.
- Kongar, E. (2018). *Toplumsal değişme kuramları ve Türkiye gerçeği*. Remzi Kitabevi.
- Korkmaz, Ö., Usta, E. ve Kurt, İ. (2014). Sanal ortam yalnızlık ölçeği (SOYÖ)

geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 144—159. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7788/101812>

Körler, Y. (2011). *İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin çeşitli değişkenler açısından yalnızlık düzeyleri ve yalnızlık ile sosyal duygular öğrenme becerileri arasındaki ilişkiler*. (Tez no. 286824) [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Macionis, J. J. (2015). Sosyal değişim: Geleneksel, modern ve postmodern toplumlar. A. Arslan (Hzl.), V. Akan (Çev.). *Sosyoloji*, içinde (625—649). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

Özen, Ü. ve Korukçu-Sarıcı, M. B. (2010). Yalnızlık olgusu ve sanal sohbetin yalnızlığın paylaşımına etkisi: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari ve Bilimler Dergisi*, 24(1), 149—159. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2698/35574>

Özodaşık, M. (2020). *Modern insanın yalnızlığı*. Palet Yayınları.

Riesman, D. (2019). *Yalnız kalabalık: Amerikan toplumsal karakterinin değişimi üzerine bir inceleme*. (Y. Erdem, Çev.). Heretik Basın Yayın Sanayi ve Ticaret Limitet Şirketi.

Ritzer, G. (2011). *Klasik Sosyoloji Kuramları*. (H. Hülür, Çev.). De Ki Basım Yayım LTD.

Simmel, G. (2017). Metropol ve tinsel hayat. (N. Kalaycı, Çev.). *Modern kültürde çatışma* içinde (s.s. 93-110). İletişim Yayınları.

Simmel, G. (2017). Modern kültürde çatışma. (T. Bora, Çev.). *Modern kültürde çatışma* içinde (s.s. 55-81). İletişim Yayınları.

Simmel, G. (2020). *Bireysellik ve Kültür*. (T. Birkan, Çev.). Metis Yayınları.

Solmaz, B. (2011). Modernlik ve modernleşme kuramlarına yöneltilen eleştiriler. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 32, 35—58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/neuifd/issue/19688/210270>

Süleymanlı, E. (2018). Solo yaşam olgusuna sosyolojik bakış. *Psikohayat*, 19(9), 20—23. https://www.academia.edu/38350420/_Solo_Ya%C5%9Fam_Olgusuna_Sosyolojik_Bak%C4%B1%C5%9F_pdf

Süleymanlı, E., Çaylak, M., Atlı, M., Akdağ, Z.S., Değirmenci, S. (2020). Göçmen yalnızlığının sosyo-psikolojik açıdan değerlendirilmesi. E. Eğribel, Y. Yıldırım (Ed.) *Sosyologca 18-19* içinde (269—291). Doğu Kitabevi.

Taylor, C. (2020). *Modernliğin Sıkıntıları*. (U. Canbilen, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Tezcan, M. (2017). Çoklu modernlikler sosyolojisi ve Türkiye. *Sosyoloji Konferansları*, 1(55), 315—331. <https://www.acarindex.com/pdfs/130709>

Toraman, S. (2021). Karma yöntemler araştırması: Kısa tarihi, tanımı, bakış açıları ve temel kavramlar. *Nitel Sosyal Bilimler*, 3(1),1—29. <https://doi.org/10.47105/nsb.847688>

TÜİK(2023). İstatistiklerle Aile, 2022. Haber Bülteni Sayı: 49683.

Tutgun-Ünal, A. (2020). Yalnızlık ve yalnızlığın belirleyicileri üzerine bir alanyazın incelemesi. E. Eğribel, Y. Yıldırım (Ed.) *Sosyologca 18-19* içinde (317—340). Doğu Kitabevi.

Türkel, Z. ve Dilmaç, B. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımı, yalnızlık ve yaşam doyumu arasındaki yordayıcı ilişkiler. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 57—70. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/neueefd/issue/45274/545179>

Ulutaş, E. ve Gökçen, A. (2019). Toplum tipleri ve yalnızlık halleri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(10), 1809—1834. <https://doi.org/10.26466/opus.519612>

Yetişkin, E. (2013). Beğen ve paylaş: Yeni medyaya mikro-sosyolojik ve ekonomipsikolojik bir bakış. B. Özçetin, G. Göker, G. Bayraktutan, İ. Sayımer, T. Çomu (Hzl.) *Yeni medya çalışmaları 1. ulusal kongresi: Kuram, yöntem, uygulama ve siyasa* içinde (s. 270—283). Alternatif Bilişim Derneği Genel Merkezi.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yayın Koordinatörlüğü, Doç. Dr. Deniz AKBULUT
Makaleler sadece Dergipark üzerinden kabul edilmektedir.

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <http://iaud.aydin.edu.tr>

E-mail: iaud@aydin.edu.tr

ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Publication Coordinator, Assoc. Prof. Deniz AKBULUT
Articles are accepted only through Dergipark.

İstanbul Aydın University, Communications Faculty,
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <http://iaud.aydin.edu.tr>

E-mail: iaud@aydin.edu.tr

