

Yazılı Basın Gündeminin Oluşmasında Siyasi Liderlerin Twitter Paylaşımları: Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak Gazeteleri Örneği¹⁻²⁻³⁻⁴

 İrem KOÇYİĞİT*

* Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi,
iremkoçyigit18@gmail.com,
Orcid ID: 0000-0001-7049-1042

Gönderilme/ Received

20.01.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

21.02.2023

Yayın Tarihi/Published

30.03.2023

Öz

Gündem belirleme kuramı özünde kitle iletişim araçlarının etkilerine odaklanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde çeşitlenen kitle iletişim araçlarıyla birlikte etki alanları da çeşitlenmiştir. İnternetin ortaya çıkması ile birlikte gündem belirleme kuramı farklı boyutlarıyla ele alınmaya başlanmıştır. Artık medya gündemi ve kamu gündeminin yanı sıra medyalar arası gündem de önemli bir hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya ve bunun özelinde yer alan Twitter gündem belirleme çalışmalarında sıklıkla yer alan platform haline gelmiştir. Twitter'ın gündem etkisi yaratacak bir yapıya sahip olduğu söz konusu kurama yönelik ele alınan çalışmalarda sıklıkla ifade edilmektedir. Yapılan bu çalışmada siyasi aktörlerin Twitter paylaşımlarının gazetelerin gündeminde yer alıp almadığını incelemek amaçlanmıştır. Buna yönelik olarak 7 siyasi aktör ve toplumun farklı düşünce yapılarına hitap eden 3 gazete çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasında siyasi aktörlerin Twitter paylaşımları ve gazete manşetleri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda siyasi aktörlerin ve gazetelerin gündeminin benzer olduğu anlaşılmıştır. Aynı zamanda siyasi aktörlerin yalnızca iç politikaya yönelik Twitter paylaşımlarına gazetelerde yer verildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gündem, Gündem Belirleme, Twitter

¹ Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

² Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur. In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

³ Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

⁴ Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Koçyigit, İ. (2023). Yazılı Basın Gündeminin Oluşmasında Siyasi Liderlerin Twitter Paylaşımları: Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak Gazeteleri Örneği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-18. doi:10.5281/zenodo.7785006



Twitter Postings of Political Leaders in The Formation of The Printed Press Agenda: The Case of Hürriyet, Sözcü And Yenişafak Newspapers

 İrem KOÇYİĞİT*

* PhD Student, Süleyman Demirel University,
iremkocyigit18@gmail.com,
Orcid ID: 0000-0001-7049-1042

Gönderilme/ Received

20.01.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

21.02.2023

Yayın Tarihi/Published

30.03.2023

Abstract

Agenda setting theory essentially focuses on the effects of mass media. Along with the diversified mass media in the historical process, their spheres of influence have also diversified. With the emergence of the Internet, agenda setting theory has begun to be discussed with different dimensions. Now, besides the media agenda and the public agenda, the media agenda has also become important. In particular, social media and Twitter have become the platform that is frequently involved in agenda setting studies. It is frequently stated in the studies on the theory in question that Twitter has a structure that will create an agenda effect. In this study, it is aimed to examine whether the Twitter posts of political actors are on the agenda of the newspapers. To this end, 7 political actors and 3 newspapers addressing different norms of the society constitute the sample of the study. Between November 1 and December 1, 2022, the Twitter shares of political actors and newspaper headlines were evaluated. As a result of the findings, it was understood that the agenda of political actors and newspapers was similar. At the same time, it was seen that the Twitter posts of political actors for domestic politics were included in the newspapers.

Keywords: Agenda, Agenda Setting, Twitter

Giriş

Gündem belirleme yaklaşımında etkili olan kitle iletişim araçları kamu gündeminde yer alması istenilen konuları kitlelere aktararak konuya ilişkin ilgi çekmeyi amaçlamaktadırlar. Eğer izler kitle, kitle iletişim araçları tarafından sunulan konuya ilgi gösterirse o konuya yönelik toplumda birtakım kanaatler oluşmaya başlamaktadır. Oluşan kanaatler doğrultusunda ise muhalif ve taraftar kamuoyu oluşmaktadır (Güngör, 2020, s. 120). Bu noktada literatürde sıklıkla gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma kavramlarının birbirinin yerine kullanılabilirdiği görülmektedir. Gündem belirleme; medyanın bilişsel düzeydeki etkilerine odaklanmakta, kamuoyunda farkındalık oluşturma ve haberdar olma boyutlarını kapsamaktadır. Kamuoyu oluşturma ise medyanın tutum değişikliği yaratmadaki etkisine odaklanmaktadır. Dolayısıyla kamuoyu oluşturma, medyanın duygusal ve davranışsal düzeylerine vurgu yapmaktadır (Yüksel, 2007, s. 582). Bireylerin duygu dünyasına seslenen, korku ve panik yaratan gündemlerin kısa sürede tutum ve davranış değişikliği yarattığı bilinmektedir (Güngör, 2020, s. 120). Medyanın dördüncü güç olduğu düşüncesinden yola çıkarak kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturma ve gündem belirlemede etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Yegen, 2014, s. 22).

Medya araçları halkın bilgilmesini sağlamaktan ziyade amaçlarına göre konuları kendi önem sıralarına göre değerlendirmekte, haber manşetlerinde veya ana haberlerde bu sıralamaya göre yer vermektedirler. Fakat bireylerin çoğunluğu medya araçları tarafından sunulan haberlerin önem sırasını benimsemekte ve buna göre değerlendirmektedir. Siyasi gündem açısından düşünüldüğünde bireylerin siyasi liderlerin her birini tanıma imkânı bulunmamaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde medya araçlarının hangi siyasi parti ya da siyasi liderinin görüşlerine, haberlerine öncelik verdiği o ülkenin geleceği için önemli olmaktadır. Çünkü haberlerde öne çıkan bu siyasi parti(ler) ya da siyasi lider(ler) ülke geleceğinde söz hakkına sahip olabilecek aktörlerdir. Gündemde yer alma durumları seçmenin davranışlarını, karar verme sürecini etkileyebilmektedir (Şimşek, 2009, s. 125).

Günümüzde pek çok işlevi bulunan medya, sosyal medya ortamlarının ortaya çıkması ile birlikte gündem belirleme çalışmalarında farklı alanların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya aynı zamanda kamu, siyasi ve medya gündemini belirleyen ve bu gündemlerin birbirinden etkilendiği bir alan oluşmasını sağlamıştır. Bu yönüyle sosyal medya, toplum-siyaset-medya üçgeninde bir denge unsuru olarak değerlendirilebilmektedir (Güngör, 2021, s. 76). Gündem belirleme açısından düşünüldüğünde günümüzde ilk sıralarda aklı gelen sosyal medya platformları arasında Twitter da yer almaktadır. Twitter, katılım olanakları ve kullanıcılar arasında sağlamış olduğu etkileşim sebebiyle gündemin nabzını tutması açısından elzem bir konumdadır. Bu platformda günün her saatinde gündemdeki konulara ilişkin bir liste oluşabilmektedir. Dolayısıyla kullanıcıların gerek ulusal gerekse uluslararası gündemde yer alan konulara yönelik fikir sahibi olabilmesi mümkün olmaktadır (Kılıç, 2020, s. 93).

Bu çalışmada siyasi aktörlerin gündeminin yazılı basın gündeminde yer alma durumunu incelemek amaçlanmaktadır. Buna göre 7 siyasi liderin Twitter platformunda yapmış olduğu paylaşımları 1 Kasım 2022 - 1 Aralık 2022 tarihleri

arasında incelenmiştir. İlgili siyasi aktörlerin gündeminin yazılı basına yansıyor yansımadığını incelemek için ise toplumun farklı düşünce yapılarına hitap eden Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak gazeteleri belirtilen tarih aralığında incelenmiştir. İçerik analizi tekniğinin kullanıldığı bu çalışmada gündem belirleme kuramına yönelik benzer çalışmalardan bahsedilerek, araştırmanın detay ve bulgularına yer verilmiştir.

1.Gündem Belirleme Yaklaşımı

Pek çok çalışmada da belirtildiği üzere siyasi yorumcu ve gazeteci Walter Lippmann'ın Public Opinion (Kamuoyu) adlı kitabı gündem belirleme kuramının manevi kökeni olarak değerlendirilmektedir. Lippmann'a göre medya, insanların zihnindeki gerçekliğin resmini etkilemektedir (Hao, 2022, s. 213; Altıncık, 2020, s. 18-19; Kılıç, 2020, s. 94-95; Alkoç ve Sütcü, 2019, s. 87-88; Özçetin, 2018, s. 117). Lippmann'ın medyaya yönelik görüşlerinden hareketle Bernard Cohen'in (1963) "Medya ne düşüneceğimizi söylemekte başarılı olmayabilir, fakat ne hakkında düşüneceğimizi söylemekte fevkalade başarılıdır" (Cohen, 1963, s. 13'ten akt. Severin ve Tankard, 2021, s. 300) ifadesi gündem belirleme kuramının temelini oluşturmaktadır. Bununla birlikte Kurt Lang ve Gladys Engel Lang'ın *Kitle Medyası ve Oy Kullanma (The Mass Media and Voting, 1959)* adlı çalışmaları gündem belirleme kuramının temelini oluşturan çalışmalar arasında değerlendirilmektedir (Özçetin, 2018, s. 117).

Gündem belirleme kuramının temeli "kitle iletişim araçlarının bir konuya verdiği önemle, izleyenlerin aynı konuya verdikleri önem arasında bir paralellik olduğu" tezine dayanmaktadır (Yüksel, 1999, s. 45). Bu temel savdan yola çıkarak gündem belirleme yaklaşımını sistematik bir şekilde ortaya koyan ve açıklayan araştırmacılar McCombs ve Shaw'dır. Kuramın önce gelen temsilcileri, isim babaları, olarak literatürde yer bulan Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'ın 1972 yılında "*Medyanın Gündem Belirleme İşlevi*" isimli önemli çalışmalarında 1968 ABD başkanlık seçimleri döneminde Chappell Hill'deki kararsız seçmenlerin gündemi ile medya gündeminde yer alan konuların önemlilik sıralaması arasındaki ilişki incelenmiştir (Yüksel, 2007, s. 577). Araştırma sonucunda medya gündemi ve izleyici gündeminin çakıştığı bulgusuna ulaşılmıştır (Özçetin, 2018, s. 119). O tarihten itibaren gündem belirleme kuramını farklı bakış açılarıyla ele alan pek çok çalışma yapılmıştır (Terkan, 2007, s. 563).

Rogers ve Dearing gündem belirleme sürecini şu 3 başlık altında ele almıştır: kitle iletişim araçları/medya gündemi, siyaset gündemi ve kamu gündemi. Medya gündemi ya da kitle iletişim araçları gündemi, medyanın öncelik verdiği konuları ifade etmektedir. Siyaset gündemi, politikacıların ya da çıkar gruplarının belirlemiş olduğu konulardan oluşmaktadır. Kamu gündemi ise bireylerin medya içeriklerinden etkilendiği varsayımına dayanmakta, kamuoyu bilgisindeki konuları, kamuoyunda öne çıkan konuları ifade etmektedir (McQuail Windahl, 2010, s. 136'dan akt. Fetvacı, 2022, s. 51; Atabek, 1997, s. 41). Bu üç gündem birbirini etkileyebilmektedir (Fetvacı, 2022, s. 51). Günümüzde medyanın, özellikle sosyal medyanın, yoğun kullanımı ile birlikte kamu gündemi siyaset gündemi ve medya gündemi birbirlerinin gündemlerini belirlemede etkili olabilmektedir.

Gündem belirleme süreci birtakım unsurlar tarafından etkilenmektedir: haberin yayınlandığı medya türü yani haberin/içeriğin hangi kitle iletişim aracında yayınlandığı (gazete, televizyon, dergi gibi), haberde/içerikte yer verilen konunun dikkat çekiciliği ya da somut/soyut özelliği, haberin/içeriğin zamanlaması, yönelimi, kitlenin kişisel özellikleri, bireylerin medyaya maruz kalma biçimleri gündem belirleme sürecini etkileyen unsurlardır (King, 1994, s. 35'den akt. Özsalih, 2017, s. 27).

Gündem belirleme kuramı genel itibariyle üç düzeyde incelenmektedir. Bunlar birinci düzey gündem belirleme (geleneksel gündem belirleme), ikinci düzey gündem belirleme ve üçüncü düzey gündem belirlemedir. Birinci düzey yani geleneksel gündem belirleme McCombs ve Shaw'ın yukarıda bahsedilen çalışmalarına dayanmaktadır. Temelde, medya insanların ne hakkında düşüneceğini belirler düşüncesine dayanmaktadır. İkinci düzey gündem belirleme yaklaşımı ise medyada yer alan konuların niteliklerine yönelmektedir. Medyada yer alan içeriklerin sunuş biçimi ve niteliği bireyleri etkileyebilmektedir. Bu noktada medya, bireylerin nasıl düşünmesi gerektiğini belirleyebilmektedir. Üçüncü aşama gündem belirleme çalışmaları geleneksel gündem belirlemedeki kamuoyu, medya, siyasi gündem arasındaki aktarımdan ziyade birçok düğümden oluşan etkileşimli bir ağ ortamında gerçekleşmektedir (Yaşın vd., 2021). Birinci ve ikinci düzey gündem belirleme araştırmalarında kullanılan yöntem; medya gündemi için içerik analizi, kamu gündemi için ise ankettir. Üçüncü düzey gündem belirleme çalışmalarında ise kullanılan yöntem ağ analizidir. Bu yöntem ile çeşitli gruplar arasındaki ilişkiler incelenebilmekte, ilişkileri gösteren bir yapı ortaya konulabilmektedir (Dingil, 2018, s. 42).

2.Gündem Belirleme Yaklaşımına Yönelik Güncel Çalışmalar

Bu bölümde gündem belirleme yaklaşımının yer aldığı güncel çalışmalara yer verilecektir. Literatür incelendiğinde son dönemlerde gündem belirleme yaklaşımının genellikle sosyal medya üzerinde ve Twitter özelinde yoğunlaştığını söylemek mümkündür.

Twitter son dönemlerde araştırmalara konu olan önemli bir haber portalı, gündemi belirleme aracı olarak değerlendirilmektedir. Ancak zaman zaman gerçek gündemin ötesinde farklı amaçlar için oluşturulmuş, esas gündemi arka plana iten durumlar da ortaya çıkabilmektedir. Stratejik bir yaklaşımla oluşturulan, yapay gündem olarak da adlandırabileceğimiz astroturf⁵ eylemler bunlardan biridir. Buna yönelik Kılıç (2022) tarafından yapılan çalışmada TBMM'de en çok milletvekili bulunan 5 siyasi partinin genel başkanından en az birisini etiketleyerek paylaşılmış olan tweetler incelenmiştir. Paylaşılan tweetlerin astroturf bir eylemde bulunma sıklığı ve gerçekleştirilen bu astroturf eylemlerin hâkim söylemden farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir. K-means kümeleme algoritması kullanılan araştırmada konu modellemesi yapılmıştır. Böylece belirlenen siyasi aktörlere yönelik hangi konular üzerinde tweetler paylaşıldığı incelenmiştir. Bununla birlikte astroturf ve özgün tweetler arasındaki değişiklikler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. 226,420 tweet

⁵ Astroturf, herhangi bir konu hakkında kamu politikası lehinde ya da aleyhinde büyük oranda halk desteğinin olduğu simülasyonunu ifade eden bir kavramdır. Dezenformasyon faaliyetleri için kullanılmaktadır (Lits, 2020).

değerlendirmeye alınmış ve araştırma neticesinde paylaşılan tweetlerin büyük bir çoğunluğunun (%62) farklı kullanıcılar tarafından aynı dakikalarda başka bir tweetle %90 benzerliğe sahip olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu tweetlerin astroturf faaliyetlerle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Çalışma sonucunda ortaya çıkan bu astroturf faaliyetlerin Twitter üzerindeki özgür tartışma ortamına zarar verdiği ve özgün fikirlerin görünüm alanını daralttığı belirtilmektedir.

Ülkemizde son dönemlerde pek çok kişi tarafından gündeme getirilen bir diğer konu göçmenlerdir. Ülke gündeminde sıklıkla yer alan bu duruma yönelik Genel (2022) tarafından ele alınan araştırmada 16 Haziran 2022'de Hande Karacasu Youtube hesabında yayınlanan Sessiz İstila 2 kısa filmi ağ gündem belirleme yaklaşımıyla örnek olay olarak seçilmiştir. Buna yönelik olarak hesapta yayınlanan içerikte 9444 kullanıcı yorumu nitel kategorik analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. İncelenen yorumlar arasından göçmenlerin ülkede bir tehdit algısı oluşturduğuna yönelik yorumlar yoğunluktadır. Aynı zamanda Türk kimliğinin ülkede ötekileştiği ve değerlerin tahribata uğradığı yorumları da baskın kalıplar arasındadır. Analiz sonucunda “göçmen karşıtı söylemle çerçevelenen dijital içeriğin nefret söylemi üzerinden ağların gündemini belirleme gücüne sahip olduğu” (Genel, 2022, s. 268) ifade edilmiştir.

Kadın cinayetleri de yine ülkemizde ve dünyada çözüm bekleyen önemli gündem konulardan birini oluşturmaktadır. Sıklıkla geleneksel ve sosyal medyada gündeme gelen bu konuya ilişkin Bilginer Erdoğan (2022) tarafından ele alınan araştırmada kadın cinayetlerinin medya yoluyla toplumsal bellekte edindiği yeri belirlemek amaçlanmıştır. Medyada sıklıkla yer verilen Özgecan Aslan, Emine Bulut, Pınar Gültekin cinayetine yönelik haberler çalışmaya dâhil edilmiştir ve bu cinayetlerin gerçekleştiği tarihlerden itibaren 5 günlük süreç araştırma kapsamına alınmıştır. Aynı zamanda belirlenen zaman aralığında televizyonda bulunan üç haber kanalı, haberlere ayırdıkları süre, kaçınıcı sırada bu haberlere yer verdikleri gibi kriterlere göre incelenmiştir. Araştırmada nitel görüşme tekniği kullanılarak 8 kişi ile ilgili cinayetlere dair görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Değerlendirmeler neticesinde 2015 yılında meydana gelen Özgecan Aslan cinayetinin medyada daha fazla yer aldığı görülmüştür. Aynı zamanda katılımcılar tarafından hatırlandığı ve zihinlerde kalıcı bir yer edindiği sonucuna ulaşılmıştır. Emine Bulut ve Pınar Gültekin cinayetleri daha yakın tarihlerde gerçekleşmiş olmasına rağmen medyada Özgecan Aslan cinayeti kadar yer almamıştır. Medyanın kamuoyunun gündemini etkilediği varsayımından yola çıkan bu araştırmada medyanın bir konuya ne kadar süreyle ve ne sıklıkla yer verdiği toplumsal bellekte kalıcılığı artırdığı düşüncesini desteklemektedir.

Irkçılık konusu da gerek ulusal gerekse uluslararası medya gündeminde sıklıkla yer almaktadır. Buna yönelik olarak Waterhouse (2022) tarafından ele alınan çalışmada #BlackLivesMatter hareketi temel alınmıştır. Sosyal medyanın gücüne ve bu alanın vatandaşların temsilcileri ile doğrudan iletişim kurmasında etkili olduğuna vurgu yapan çalışmada, 2020 yılında bir polis tarafından ölümüne sebebiyet verilen George Floyd'un ardından Twitter'da oluşan gündem incelenmiştir. G. Floyd'un ölümünün ardından 26 Mayıs 2020'de paylaşılan tweetler sosyal ve siyasi bağlamda eleştirel içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Belirli temalar doğrultusunda değerlendirilen paylaşımlarda polis vahşeti, ırksal adaletsizlik ve siyasi değişim temalarının ön plana çıktığı

görülmektedir. İlgili konuya ilişkin bir diğer örnek Su (2022) tarafından yapılan çalışmada ele alınmıştır. Araştırmada, George Floyd'un ölümünün ardından konuya dair ABD gazeteleri ve Twitter paylaşımları incelenmiştir. Bu kapsamda 4189 gazete haberi ve 1,23 milyondan fazla tweet ağ gündem belirleme perspektifinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre her iki mecrada da polislik, şiddet ve ırkçılık kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Ancak konuya ilişkin gazetelerin destekleyici bir üsluba sahip olduğu görülürken Twitter'ın kinayıcı bir üslup kullandığı ortaya çıkan diğer bulgular arasında yer almaktadır.

Gündem belirleme yaklaşımıyla ele alınan çalışmalar incelendiğinde sosyal medya paylaşımlarının geleneksel medya ortamlarına nasıl, ne oranda yansıdığına yönelik çalışmaların ön plana çıktığı görülmektedir. Meriçelli (2022) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinde Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanı Fahrettin Koca ve bilim kurulu üyelerinin sosyal medya paylaşımları ve Hürriyet, Sözcü, Yenişafak, Yeniçağ gazetelerinin gündemleri incelenmiştir. 11 Mart-1 Eylül tarihleri arasında sağlık bakanı ve bilim kurulu tarafından paylaşılan tweetler içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Gazetelerin ise ilgili kişiler tarafından paylaşılan bu tweetlere ne oranda yer verdiği araştırılmış böylece sosyal medyanın geleneksel medya üzerinde gündem belirleme noktasında etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre Sağlık Bakanı Fahrettin Koca ve bilim kurulu üyelerinin paylaşmış olduğu tweetlere en çok yer veren Sözcü gazetesidir. Twitter üzerinden paylaşılan içeriklerin gazetelere daha geç yansıdığı ancak gündemi etkilediği sonucu ise araştırma kapsamında elde edilen bir diğer bulgudur.

Al-Rawi ve Groshek (2021) tarafından ele alınan çalışmada İngiliz ve Arap uluslararası televizyon kanalları (BBC, CNN, SkyNews, RT ve France24) ve belirlenen haber kanallarının resmi Twitter hesapladıklarında Ebola salgını ile ilgili yayınlamış oldukları haberler karşılaştırılmıştır. Araştırma kapsamında her iki dilde de 2013 yılından 2015 yılının başlarına kadar, Ebola salgının en yoğun yaşandığı dönemlerde, 298,559 haber incelenmiştir. Medyalar arası gündem belirleme çerçevesinde değerlendirilen araştırma bulgularına göre, İngiliz medyasının Arap medyasının gündeminde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ebola salgınına ilişkin incelenen haberlerde Arap medyasının İngiliz medyasından beslendiği, kronolojik olarak değerlendirildiğinde İngiliz medyasının konuya ilişkin haber içeriklerinin Arap medyasından daha önce yer aldığı görülmüştür.

Twitter gündemi ve gazetelerin gündemini karşılaştıran bir diğer araştırma Kılıç (2020) tarafından ele alınmıştır. Yapılan çalışmada internet gazeteleri ve Twitter'ın gündeminde yer alan "Trend Topic" konular incelenmiştir. İçerik analizi tekniğinin kullanıldığı çalışmada, 22-28 Şubat tarihleri arasında ilgili gazetelerin manşet sayfaları ve Twitter Türkiye gündemi karşılaştırılmıştır. Elde edilen veri sonuçlarına göre Twitter Türkiye gündemi ve gazetelerin manşetlerinde yer alan haberler arasında büyük oranda farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Güdekli (2016) tarafından ele alınan çalışmada, 3-9 Nisan 2014 tarihleri arasında Twitter'da öne çıkan başlıklar ve 2014 Nisan ayında en çok satan beş gazetenin manşeti karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda Hürriyet, Sabah, Sözcü, Zaman ve Posta gazeteleri çalışmaya dâhil

edilmiştir. Nitel içerik analizi tekniğinin kullanıldığı araştırmada Twitter’da gündem olan her konunun yazılı basına yansımadağı görülmektedir. Çünkü Twitter gündemi çok hızlı bir şekilde değişebilmektedir. Ancak Twitter’ın önemli bir haber kaynağı olduğu ve gündem belirleme gücüne sahip olduğu da belirtilmektedir. Güngör (2021) tarafından ele alınan araştırmada ise Twitter’da 3-9 Mayıs 2020 tarihleri arasında öne çıkan konular ve T.C. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, T.C. İletişim Başkanlığı, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca ve o dönemin Milli Eğitim Bakanı Ziya Selçuk’un Twitter paylaşımları incelenmiştir. İçerik analizi tekniği ile bulguların karşılaştırıldığı araştırmada Twitter gündemi ve belirlenen siyasi aktörlerin gündemi arasında ciddi bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Gündemler arasındaki en büyük benzerlik anma günlerindedir. Genel itibariyle kamunun gündemini ekonomi, protesto/talep gibi konular oluştururken belirlenen siyasi aktörlerin gündemi pandemi sürecinde alınan tedbirler ve uluslararası konulardan oluşmaktadır.

Gündem belirleme yaklaşımının sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte değişime uğradığını, farklı ortamların haber portalı haline geldiğini ve gündem belirleme gücüne sahip olduğunu söylemek mümkündür. Buna yönelik Özmelek Taş (2019) tarafından ele alınan çalışmada sosyal medya ve gündem belirleme kavramlarının birlikte kullanılarak zaman içerisinde nasıl bir gelişim sergilediğini belirlemek amaçlanmıştır. 2009-2019 yılları arasında uluslararası WoS ve Scopus veritabanlarında sosyal medya ve gündem belirleme kavramlarının birlikte kullanıldığı araştırma makaleleri incelenmiştir. Araştırma kriterlerine göre toplamda 9 yayın değerlendirmeye alınmıştır. Betimsel içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilen çalışmalarda “yasa koyucular, vatandaşlar, kamu, kitle iletişimi, milliyetçilik ve politik iletişim” gibi toplumsal konularda sosyal medyanın özellikle de Twitter’ın etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan bu araştırma sonuçlarına göre geleneksel medyanın gündem oluşturma sürecinde sosyal medyadan etkilendiğini söylemek mümkündür.

3.Araştırma Soruları

Yapılan bu çalışmada 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasında siyasi liderlerin Twitter paylaşımları ve gazete manşetleri incelenmiştir. 30 günlük veri toplama sürecinde şu temel sorulara cevap aranmıştır:

- 1.Siyasi aktörlerin gündemi hangi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır?
- 2.Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak gazetelerinin manşetlerindeki gündem nedir?
3. Siyasi aktörlerin Twitter gündemi yazılı basın gündemine yansımakta mıdır?

4.Yöntem

Yapılan bu araştırmada siyasi aktörlerin gündeminin yazılı basın gündeminde yer alma durumunu incelemek amaçlanmaktadır. Buna yönelik ülke gündeminde ön plana çıkan siyasi aktörler çalışma kapsamına alınmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, 6’lı masa olarak tabir edilen muhalefet grubu üyeleri; Kemal Kılıçdaroğlu (Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı), Meral Akşener (İYİ Parti Genel Başkanı), Temel Karamollaoğlu (Saadet Partisi Genel

Başkanı), Gültekin Uysal (Demokrat Parti Genel Başkanı), Ali Babacan (Demokrasi ve Atılım Partisi Genel Başkanı) ve Ahmet Davutoğlu (Gelecek Partisi Genel Başkanı) çalışma kapsamına dâhil edilen siyasi aktörlerdir. Devlet Bahçeli (Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı) araştırma kapsamında incelenen tarih aralığında herhangi bir Twitter paylaşımı olmaması sebebiyle çalışmaya dâhil edilememiştir. Gazetelerde ise Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak seçilmiştir. Bu gazetelerin seçilme sebepleri, en çok okunanlar arasında yer alması ve toplumun farklı düşünce yapılarına hitap etmesidir. Örneğin Hürriyet gazetesi liberal, özgürlükçü bir gazete olarak değerlendirilirken Sözcü gazetesi muhalif, Yenişafak gazetesi ise muhafazakâr bir çizgiyi benimsemektedir (Gölcü ve Yüksel, 2018, s. 775; Meriçelli, 2022, s. 7).

Çalışma, 7 siyasi liderin paylaşmış olduğu tweetleri ve gazetelerin manşet sayfalarını kapsamaktadır. Gazetelerin manşet sayfaları, okuyucuların dikkatini çekme ve gündem etkisi yaratma potansiyelinin bulunması (Kılıç, 2020, s. 105) sebebiyle seçilmiştir. Siyasi liderlerin Twitter paylaşımlarının seçilme sebebi ise Twitter'ın diğer sosyal mecralardan daha fazla gündemi etkileme ve belirleme gücüne sahip olduğunun düşünülmesidir.

4.1. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasında 7 siyasi aktörün Twitter paylaşımları ve 3 gazetenin haber manşetleri değerlendirmeye alınmıştır. Siyasi aktörlerin özel gün/anma ve mitingler gibi paylaşımları herhangi bir gündem etkisi yaratmayacağı gerekçesiyle analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. 30 günlük süreç sonunda 329 Twitter paylaşımı ve 903 gazete manşeti olmak üzere 1232 veri analiz edilmiştir. Analiz sürecinde Terkan (2005) tarafından kullanılan kodlama cetveli esas alınmıştır.

4.2. Geçerlik ve Güvenilirlik

Nicel içerik analizinin kullanıldığı bu çalışmada verilerin geçerliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla iki farklı araştırmacı tarafından kodlamalar yapılmıştır. Patton (1999, s. 1193) verilerin birden fazla analist tarafından kodlanmasının araştırmanın geçerliğine ve güvenilirliğe katkıda bulunacağından bahsetmektedir. Aynı zamanda Yıldırım (2015, s. 2015) kodlayıcılara araştırmanın kuramsal çerçevesi ve soruları/hipotezleri hakkında bilgilendirme yapılmasının içerik analizindeki geçerlik ve güvenilirlik süreci için katkı sunacağına değinmektedir. Böylece kodlayıcılar tarafından bazı içeriklerin kategorilere yerleştirilmesi noktasında belirsizlik yaşanmasını engellemek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda kodlayıcılara araştırmaya yönelik gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

Kodlayıcılar arasındaki güvenilirliği ölçmek için $R=2.(C1,2)/ C1+C2^6$ formülü (Yıldırım, 2015, s. 145) kullanılmıştır. Bu formül tweetler ve gazete manşeti kodlamaları için ayrı ayrı uygulanmıştır. Buna göre siyasi aktörlerin paylaşımlarına ilişkin kodlayıcılar arasındaki güvenilirlik %96 olarak sonuçlanmıştır. Gazete manşetlerinin kodlayıcılar arasındaki güvenilirliği

⁶ R=Araştırmanın güvenilirlik katsayısı, C1,2 Kodlayıcıların birbiriyle uyumlu kodlama sayısı, C1= Birinci kodlayıcının kodladıklarının sayısı, C2= İkinci kodlayıcının kodladıklarının sayısını ifade etmektedir.

ise %97'dir. Elde edilen değerler Miles ve Huberman⁷ (1994, s. 64) tarafından önerilen formülle de test edilmiş ve aynı sonuçlara ulaşılmıştır.

5.Bulgular

Tablo 1. Siyasi Aktörlerin Gündemini Oluşturan Konuların İncelenmesi

	Sıklık	Yüzde (%)
Ekonomi	41	12,4
İç Politika	102	31,0
Dış Politika	34	10,3
Uluslararası Olaylar	3	0,9
Eğitim	15	4,56
Sosyal Konular	48	14,5
Savunma-Ulusal Güvenlik	17	5,1
Adalet ve Hukuk	37	11,2
Polis-Adliye	1	0,3
Sağlık	5	1,52
Çevre	2	0,6
Kültür-Sanat	2	0,6
Bilim-Teknik	2	0,6
Medya	8	2,4
Spor	1	0,3
Magazin	-	-
Diğer	11	3,3
Toplam Tweet Sayısı	329	%100

Araştırma sorusu 1.'e (Siyasi aktörlerin gündemi hangi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır?) yanıt bulmak amacıyla 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasında 7 siyasi aktörün resmi Twitter hesaplarındaki paylaşımlarından yararlanılmıştır ve elde edilen bulgular Tablo 1.'de yer almaktadır. Buna göre 1 aylık süreç içerisinde 329 paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Kategoriler incelendiğinde; iç politika (s=102), sosyal konular (s=48), ekonomi (s=41) ve adalet-hukuk (s=37) konularının ön plana çıktığı görülmektedir. İç politikaya yönelik paylaşımlar diğer kategorilere kıyasla daha yüksektir. Siyasi aktörlerin gündeminde iç politikaya yönelik konuların yer aldığını söylemek mümkündür. Spor, polis-adliye, çevre, kültür-sanat, bilim teknik, medya konularına yönelik paylaşımların ise en az olduğu görülmektedir. Magazinsel konulara yönelik paylaşımların ise olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Siyasi Aktörlerin Twitter Paylaşımlarının İncelenmesi

	Ahmet Davutoğlu	Ali Babacan	Gültekin Işsal	Kemal Kılıçdaroğlu	Meral Akşener	Recep Tayyip Erdoğan	Temel Karamollaoğlu
Ekonomi	1	1	11	6	7	12	3

⁷ Miles ve Huberman (1994, s. 64) tarafından önerilen formül şu şekildedir: Güvenilirlik= Uzlaşma Sayısı / uzlaşma + uzlaşmama sayısı. (akt. Yüksel, 2015, s. 44).

İç Politika	6	4	41	2	15	12	22
Dış Politika	2	2	1	-	1	28	-
Uluslararası Olaylar	1	1	-	-	-	1	-
Eğitim	-	-	5	1	1	8	-
Sosyal Konular	2	5	9	14	5	8	5
Savunma-Ulusal Güvenlik	3	1	2	-	4	1	6
Adalet ve Hukuk	2	3	14	-	3	9	6
Polis-Adliye	-	-	-	-	-	1	-
Sağlık	1	1	-	-	-	3	-
Çevre	-	-	-	1	-	1	-
Kültür-Sanat	-	-	-	-	-	2	-
Bilim-Teknik	-	-	-	2	-	-	-
Medya	-	3	3	1	1	-	-
Spor	-	-	-	-	-	1	-
Magazin	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	4	-	-	7	-
Toplam Tweet Sayısı	18	21	90	27	37	94	42

Tablo 2.'de siyasi aktörlerin gündeminin ne olduğunu anlaşılır kılmayı amaçlayan bulgular yer almaktadır. Buna göre Ahmet Davutoğlu'nun 1 aylık süreç içerisinde 18 paylaşım yaptığı anlaşılmaktadır. Yapmış olduğu paylaşımlarda iç politikaya (6) yönelik içeriklerin diğer konulara kıyasla daha fazla yer aldığı görülmektedir. Ali Babacan ise ilgili tarih aralığında 21 tweet paylaşmıştır. İçerik paylaşımlarının; sosyal konular (5), iç politika (4) ve adalet-hukuk (3) kategorilerinde diğer kategorilere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Gültekin Uysal bir aylık süreç içerisinde en çok paylaşım yapan ikinci isimdir. Buna göre ilgili aktörün iç politika (41), adalet-hukuk (14) ve ekonomiye (11) yönelik paylaşımları diğer konulara göre daha fazladır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun araştırma sürecinde ele alınan tarih aralığında 27 tweet paylaştığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda Kılıçdaroğlu'nun ağırlıklı olarak paylaşım yaptığı kategorinin sosyal konular (14) olduğu görülmektedir. Meral Akşener bir aylık süreç içerisinde 37 tweet paylaşımında bulunmuştur. Paylaşımlarında iç politikaya (15) dair konuların daha fazla yer aldığı anlaşılmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan bir ay içerisinde en çok paylaşım yapan siyasi aktördür. Dış politika (28), iç politika (12) ve ekonomiye (12) dair paylaşımları diğer konulara kıyasla daha fazladır. Son olarak Temel Karamollaoğlu ise ilgili tarih aralığında 42 paylaşım yapmıştır. Karamollaoğlu'nun iç politikaya (22) yönelik paylaşımlarının diğer konulara kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Gazetelerin Gündemini Oluşturan Konuların İncelenmesi

	Sıklık	Yüzde (%)
Ekonomi	70	7,7
İç Politika	88	9,7
Dış Politika	56	6,2
Uluslararası Olaylar	17	1,8
Eğitim	15	1,6
Sosyal Konular	118	13,0
Savunma-Ulusal Güvenlik	82	9,0
Adalet ve Hukuk	29	3,2

Polis-Adliye	26	2,8
Sağlık	27	2,9
Çevre	20	2,2
Kültür-Sanat	31	3,4
Bilim-Teknik	16	1,7
Medya	12	1,3
Spor	61	6,7
Magazin	39	4,3
Diğer	196	21,7
Toplam Manşet Sayısı	903	%100

Araştırma sorusu 2.'ye (Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak gazetelerinin manşetlerindeki gündem nedir?) yanıt bulmak amacıyla 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasında Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak gazetelerinin manşetlerinde yer alan içerikler incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 3.'de verilmiştir. Buna göre üç gazetenin yer verdiği manşet konuları değerlendirildiğinde sosyal konular (s=118) kategorisinin ön plana çıktığı görülmektedir. Seçilen gazetelerin toplumsal konulara ilişkin manşetleri yoğunluktadır. İç politika (s=88), savunma-ulusal güvenlik (s=82), ekonomi (s=70) ve spor (s=61) kategorileri de sosyal konulardan sonra ön plana çıkan kategoriler olarak değerlendirilebilmektedir.

Tablo 4. Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak Gazetelerinin Gündemlerinin İncelenmesi

	Hürriyet	Sözcü	Yenişafak
Ekonomi	11	29	30
İç Politika	12	49	27
Dış Politika	20	7	29
Uluslararası Olaylar	7	2	8
Eğitim	4	4	7
Sosyal Konular	29	40	49
Savunma-Ulusal Güvenlik	21	18	43
Adalet ve Hukuk	4	15	10
Polis-Adliye	13	5	8
Sağlık	18	1	8
Çevre	5	5	10
Kültür-Sanat	11	-	20
Bilim-Teknik	7	-	9
Medya	4	1	7
Spor	26	2	33
Magazin	37	2	-
Diğer	76	35	85
Toplam Manşet Sayısı	305	215	383

Tablo 4.'te Hürriyet, Sözcü ve Yenişafak gazetelerinin 1 Kasım-1 Aralık 2022 tarihleri arasındaki manşetlerinin hangi konularda yoğunlaştığını incelemek amacıyla elde edilen bulgular yer almaktadır. Buna göre gazetelerin bir aylık süre içerisindeki toplam manşetleri değerlendirildiğinde; Hürriyet 305, Sözcü 215, Yenişafak 383 manşete yer vermiştir. Hürriyet gazetesinde; Magazin (37), sosyal konular (29), spor (26), savunma-ulusal güvenlik (21) ve dış politikaya (20) yönelik manşetlerin çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır. Sözcü gazetesinde; iç

politika (49), sosyal konular (40), ekonomi (29) ve savunma-ulusal güvenlik (18) konularındaki manşetlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Yeni şafak gazetesinde ise; sosyal konular (49), savunma-ulusal güvenlik (43), ekonomi (30), dış politika (29) ve iç politikaya (27) yönelik manşetlerin ön plana çıktığını söylemek mümkündür.

Tablo 5. Siyasi Aktörlerin Gündeminin ve Gazetelerin Gündeminin Karşılaştırılması

	Siyasi Aktörler		Gazeteler	
	Sıklık	Yüzde (%)	Sıklık	Yüzde (%)
Ekonomi	41	12,4	70	7,7
İç Politika	102	31,0	88	9,7
Dış Politika	34	10,3	56	6,2
Uluslararası Olaylar	3	0,9	17	1,8
Eğitim	15	4,56	15	1,6
Sosyal Konular	48	14,5	118	13,0
Savunma-Ulusal Güvenlik	17	5,1	82	9,0
Adalet ve Hukuk	37	11,2	29	3,2
Polis-Adliye	1	0,3	26	2,8
Sağlık	5	1,52	27	2,9
Çevre	2	0,6	20	2,2
Kültür-Sanat	2	0,6	31	3,4
Bilim-Teknik	2	0,6	16	1,7
Medya	8	2,4	12	1,3
Spor	1	0,3	61	6,7
Magazin	-	-	39	4,3
Diğer	11	3,3	196	21,7
Toplam	329 tweet	%100	903 manşet	%100

Tablo 5.'te gazetelerin bir aylık manşetlerine ve siyasi aktörler tarafından paylaşılan tweetlerin konu dağılımına yer verilmiştir. Buna göre siyasi aktörler tarafından iç politika (%31,0), sosyal konular (%14,5) ve ekonomi (%12,4) konularına ilişkin tweetlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Gazete manşetlerinde ise tabloda yer alan konu başlıklarının dışındaki manşetlerin çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır. Kategoriler açısından değerlendirildiğinde gazete manşetlerinde; sosyal konular (%13,0), iç politika (%9,7) ve savunma-ulusal güvenlik (%9,0) konuları ön plana çıkmaktadır. Buna göre gazete manşetlerinde yer alan bir aylık (1 Kasım-1 Aralık 2022) gündem ve siyasi aktörlerin öne çıkan gündemlerinde ortak olan konuların iç politika ve sosyal konular olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma sorusu 3.'e (Siyasi aktörlerin Twitter gündemi yazılı basın gündemine yansımakta mıdır?) yanıt bulmak amacıyla siyasi aktörler tarafından paylaşılan tweetler ve yazılı basının manşet gündemi karşılaştırılmıştır. İncelenen tweetler ve manşetler sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır:

• Kemal Kılıçdaroğlu 1 Kasım 2022 tarihinde resmi Twitter hesabından Londra'ya gittiğini duyurmuş ve 4 Kasım 2022⁸'de resmi Twitter hesabında Londra Chelsea'dan videolu bir paylaşım gerçekleştirmiştir. 6 Kasım 2022 tarihinde Sözcü gazetesi⁹ Kılıçdaroğlu'nun ilgili paylaşımına yer vermiştir. Aynı tarihte Yenişafak gazetesi¹⁰ de Kılıçdaroğlu'nun paylaşımına "Dünyayı Sömürenlerin Kapısına Gitti" başlığıyla yer vermiştir. Buna göre Kemal Kılıçdaroğlu'nun Londra seyahatinin yazılı basının gündeminde yer aldığı anlaşılmaktadır. Hürriyet gazetesinde ise konuya ilişkin bir manşete rastlanmamıştır.

• 14 Kasım 2022 tarihinde toplanan 6'lı masa liderlerinin almış olduğu kararlar, liderlerin sosyal medya platformlarında paylaşılmıştır. 16 Kasım 2022 tarihinde Sözcü gazetesi¹¹ 6'lı masanın hayata geçireceği çalışmalara manşette yer vermiştir. Benzer şekilde 28 Kasım 2022'de toplanan 6'lı masa liderleri Twitter hesaplarından "Şimdi Demokrasi Zamanı" sloganıyla anayasa paketlerini açıklamışlardır. 29 Kasım 2022'de liderlerin açıkladığı anayasa paketi Sözcü gazetesinin¹² manşetinde yer almıştır. Yenişafak gazetesi¹³ de 29 Kasım'da 6'lı masanın anayasa paketine eleştirel bir yaklaşımla yer vermiştir. Sunulan anayasa paketinin aylar önce sunulan öneriler olduğundan ve geliştirilememiş maddeler olduğundan bahsedilmiştir. Hürriyet gazetesinde konuya ilişkin bir manşete rastlanmamıştır.

• Meral Akşener 16 Kasım'da¹⁴ yapmış olduğu meclis konuşmasını resmi Twitter hesabında da yayınlamıştır. Akşener'in odağında "sınırların kevgire dönmesi" ve 13 Kasım'da gerçekleştirilen terör saldırısının ardından Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yurt dışında dans gösterileri ile karşılanması yer almıştır. Akşener, yaşanan terör saldırısının ardından devlet ciddiyetinin, disiplininin ve ilkeli bir duruşun olmasına vurgu yapmaktadır. Buna yönelik olarak Akşener tarafından Twitter'da paylaşılan meclis konuşması 17 Kasım 2022'de Sözcü gazetesinin¹⁵ manşetinde yer almıştır. Yenişafak ve Hürriyet gazetelerinde konuya ilişkin bir manşete rastlanmamıştır.

• 29 Kasım 2022¹⁶ tarihinde Kemal Kılıçdaroğlu Twitter hesabından Türkiye'nin kış saati uygulamasına geçmemesini eleştiren videolu bir paylaşım yayınlamıştır. Kılıçdaroğlu'nun paylaşımı 30 Kasım 2022 tarihinde Sözcü gazetesinin¹⁷ manşetinde yer almıştır. Hürriyet ve Yenişafak gazetelerinde konuya ilişkin bir manşete rastlanmamıştır.

⁸ **4 Kasım:** Bay Kemal Londra'da ne mi yapıyor? Buyurun açıklıyorum. (1:24 dakikalık videolu paylaşım/889B görüntülenme) (Saat: 6:27) 4.717 yorum, 3.989 retweet, 22.2B beğeni

(<https://twitter.com/kilicdaroglu/status/1588553530247467009?s=20&t=sAbGXiwpyG4AaYBMg7a-Pg>)

⁹ 6 Kasım Sözcü Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-06/sozcu-gazetesi-manseti>)

¹⁰ 6 Kasım Yenişafak Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-06/yeni-safak-gazetesi-manseti>)

¹¹ Sözcü Gazetesi 16 Kasım Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-16/sozcu-gazetesi-manseti>)

¹² 29 Kasım Sözcü Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-29/sozcu-gazetesi-manseti>)

¹³ 29 Kasım Yenişafak Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-29/yeni-safak-gazetesi-manseti>)

¹⁴ **16 Kasım:** Her alanda yalpalamaları ve zikzaklarıyla artık başımızı döndüren bu iktidardan; Hiç olmazsa, böylesine acı bir terör olayında; biraz devlet ciddiyeti, biraz disiplin, biraz da ilkeli bir duruş beklemek en doğal hakkımızdır...(3:12 dakikalık videolu paylaşım/322,7B görüntülenme) (Saat:6:04) 288 yorum, 1.075 retweet, 4.671 beğeni
(https://twitter.com/meral_aksener/status/1592896376475566081?s=20&t=xVJGw0IRoDjRRM0TFCqDLg)

¹⁵ 17 Kasım Sözcü Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-17/sozcu-gazetesi-manseti>)

¹⁶ **29 Kasım:** Türkiye'nin sabahları aydınlık olacak. Sabredin, çok az kaldı. Başlıklı video. (1:23 dakika) (Saat: 8:03) Videoda kış saatine geçilmemesinden bahsediliyor. 5.575 yorum, 5.763 retweet, 35.7B Beğeni

(<https://twitter.com/kilicdaroglu/status/1597456270399000576?s=20&t=sAbGXiwpyG4AaYBMg7a-Pg>)

¹⁷30 Kasım Sözcü Gazetesi Manşeti (<https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2022-11-30/sozcu-gazetesi-manseti>)

Bulgulardan anlaşılacağı üzere muhalefet grubu üyelerinin iç politika kategorisinde yer alan Twitter paylaşımları Sözcü ve Yenişafak gazetelerin manşet gündemine yansımaktadır. Genel olarak değerlendirme yapıldığında; Hürriyet gazetesinin siyasilerin Twitter paylaşımlarına yer veren manşetine rastlanmamıştır. Sözcü gazetesinin muhalefet liderlerinin paylaşımlarına yer verdiği anlaşılmaktadır. Yenişafak gazetesi ise muhalefet liderlerinin paylaşımlara eleştirel bir yaklaşımla yer vermektedir. İç politikaya yönelik gündemler dışında; eğitim, ekonomi, toplumsal vb. konularda belirlenen siyasi aktörlerin ve gazetelerin gündemlerinde benzerlik bulunmadığını söylemek mümkündür.

Sonuç

Dijital ortamların ve sosyal medya platformlarının artması ile birlikte gündemin takip edilebileceği ortamlar çeşitlenmiştir. Bununla birlikte yalnızca gündem takibi için değil herhangi bir konuya ilişkin gündem yaratabilmek amacıyla da çeşitli dijital platformlar ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında yer alan ve bir sosyal medya platformu olan Twitter, özellikle gündem belirleme çalışmalarında önemli bir yere sahiptir. Bu noktada siyasi aktörlerin Twitter paylaşımları da önemli bir kaynak haline gelmekte, gündem etkisi yaratabilmektedir. Siyasi aktörler tarafından yapılan Twitter paylaşımları diğer sosyal medya platformları ya da geleneksel medyada da gündem oluşturabilmektedir. Eş deyişle siyasi aktörlerin Twitter paylaşımları medyalar arasındaki gündemi belirleyebilmektedir. Bu varsayımdan yola çıkarak yapılan bu araştırmada siyasi aktörlerin Twitter paylaşımlarının yazılı basın gündemine yansımalarının olup olmadığını incelemek amaçlanmıştır.

Yapılan bu araştırma kapsamında siyasi liderlerin Kasım-Aralık aylarındaki gündeminde ilk sırada iç politika, ikinci sırada sosyal konular üçüncü sırada ekonomi olduğu görülmüştür. Siyasi aktörler içerisinde Ahmet Davutoğlu'nun bir aylık süreç içerisinde en az paylaşım yapan aktör olduğu anlaşılmıştır. En çok paylaşım yapan siyasi lider ise Recep Tayyip Erdoğan'dır. Aynı zamanda Gültekin Uysal'ın da Twitter hesabından çok sayıda paylaşım yaptığı araştırmanın bir diğer bulgusudur. Gazetelerin gündeminde ilk sırada sosyal konular, ikinci sırada iç politika ve üçüncü sırada savunma-ulusal güvenliğe dair konuların yoğunlukta olduğu anlaşılmıştır. Gazeteler özelinde değerlendirme yapıldığında ise Hürriyet gazetesinde sırasıyla magazin, sosyal konular ve spor; Sözcü gazetesinde iç politika, sosyal konular ve ekonomi; Yenişafak gazetesinde sosyal konular, savunma-ulusal güvenlik ve ekonomi konularının ağırlıklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi tarafından yayınlanan bir raporda toplum/halk tarafından Türkiye'nin en önemli sorunları arasında ilk sırada ekonomi, ikinci sırada adalet, üçüncü sırada ise eğitim yer almaktadır (İTAM, 2022, s. 47). Buna göre halkın gündeminde ekonomi, adalet ve eğitim konularının yer aldığını söylemek mümkündür. Siyasi aktörlerin ve gazetelerin gündemine bakıldığında eğitim ve adalet konularının önceliği farklılaşmaktadır.

Siyasi liderlerin Twitter paylaşımlarının yazılı basına yansımalarına bakıldığında ise iç politikaya yönelik konularda az sayıda yansımanın olduğu görülmektedir. Bu noktada Hürriyet gazetesinde siyasilerin Twitter

paylaşımlarına yönelik manşetlere rastlanmazken Sözcü ve Yenişafak gazetelerinde muhalefetin söylemlerine yönelik bulgulara rastlanmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu ve Meral Akşener'in Twitter paylaşımları Sözcü gazetesinde objektif bir şekilde yer alırken Yenişafak gazetesinde eleştirel bakış açısıyla yer bulmuştur. Değerlendirmeler kapsamında gazetelerin manşetlerinde siyasilerin Twitter ya da sosyal medya paylaşımlarından ziyade meclis ve miting konuşmalarına dair manşetlerin yer aldığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın örnekleme 7 siyasi aktör ve 3 gazete ile sınırlandırılmıştır. Aynı zamanda 4 haftalık periyod ve gazetelerin manşet barları ile sınırlıdır. Konuya ilişkin yapılacak diğer çalışmalarda örneklem ve zaman genişleterek daha kapsayıcı sonuçlara ulaşılabilir. Aynı zamanda siyasi aktörlerin Twitter gündemleri ve gazetelerin manşetinde yer alan gündeme ek olarak sosyal medyanın gündemi ve kamunun gündemi karşılaştırılabilir.

Kaynakça

- Alkoç, M. ve Sütcü, C. S. (2019). Büyük Veri İle Foreks Algısının Twitter Üzerinden Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Araştırılması, *Istanbul Journal of Social Sciences*, 125, 82-103.
- Al-Rawi, A. ve Groshek, J. (2021). A Study of Intermedia and Interorganizational Agenda-Setting in the News Coverage of the Ebola Virus on Twitter, *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, ss. 1-22.
- Altıncık, H. (2020). Gündem Belirleme Teorisi Bağlamında Yerel Yönetimler ve Medya: Kayyum Atanan Belediyeler Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Atabek, N. (1997). Gündem Belirleme Modeli ve Enflasyon, Trafik ve Sosyal Güvenlik Konularındaki Gerçeklerle Medya ve Kamu Gündemlerinin Karşılaştırılması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bilginer Erdoğan, Ş. (2022). Türkiye'de Kadın Cinayetlerinin Gündem Oluşturma Etkisi ve Medyatik Bilinç Üretimi. *Turcology Research*, 73, 275-286.
- Dingil, A. E. (2018). Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya ve Kamuoyu Bağlantısı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Fetvacı, Z. Z. (2022). Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medya Kullanım Tercihleri: Ekşi Sözlük Örneği, Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Genel, Z. (2022). Göçmen Karşıtı Retorik İle Sosyo-Teknolojik Ağlarda Gündem Oluşturma: Sessiz İstila2 İçeriğinin Youtube Kullanıcı Gündeminin Analizi, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 6(3), 268-282.
- Gölcü, A. ve Yüksel, G. (2018). Siyasal Partilerin ve Liderlerin Köşe Yazılarında Temsili: 16 Nisan 2017 Anayasa Referandumu Örneği. *Journal of International Social Research*, 11(56), 771-791.
- Güdekli, A. (2016). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın İle Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 151-163.

- Güngör, A. (2021). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Sosyal Medya İle Siyaset Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi. *İNİF E- Dergi*, 6(2), 75-91.
- Güngör, N. (2020). *İletişim: Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hao, X. (2022). Analysis of the Characteristics of Agenda Setting Theory in the New Media Era, *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, ss. 213-216.
- İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi Kamuoyu Araştırmaları Koordinatörlüğü, 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Aralık 2022 Araştırması. <https://www.itam.org.tr/wp-content/uploads/2023/01/2023-Cumhurbaşkanligi-Secimi-Aralik-2022-Arastirmasi.pdf>. adresinden 08.01.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
- Kılıç, M. C. (2022). Twitter’da Suni Gündem ve Astroturf Faaliyetler: Türkiye’deki Siyasi Parti Liderlerinin Etiketlendiği Tweetler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Communication Science Researchs*, 2(2), 98-116.
- Kılıç, S. (2020). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği, *Selçuk İletişim*, 13(1), 91-129.
- Lits, B. (2020). Detecting Astroturf Lobbying Movements. *Communication and the Public*, 5(3-4), 164-177.
- Meriçelli, Z. (2022). Gündem Kurma Kuramı Bağlamında Covid-19 Sürecinde Sağlık Bakanı ve Bilim Kurulu Üyelerinin Sosyal Medya Mesajlarının Medya Gündemini Belirlemedeki Yeri: Hürriyet, Sözcü, Yenişafak ve Yeniçağ Gazeteleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özmelek Taş, N. (2019). Gündem Belirleme ve Sosyal Medya Üzerine Betimsel Bir Yaklaşım, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(67), 957-972.
- Özsali, A. (2017). Sosyal Medyada Medyalar Arası Gündem Belirleme: ABD ve Türkiye’de Twitter Örneği, Doktora Tezi, İstanbul Üniversite, İstanbul.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis. *HSR: Health Service Research*, 34(5), 1189-1208
- Severin, W. J. ve Tankard, J. W. (2021). *İletişim Teorileri: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımı*. (A. A. Bir ve K. Z. Meral, Çev), İstanbul: The Kitap. (Orijinal Eserin Yayın Tarihi 2011).
- Şimşek, S. (2009). Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği. *Selçuk İletişim*, 6(1), 124-143.
- Su, Y. (2022). Networked agenda flow Between Elite U.S. Newspapers and Twitter: A case Study of the 2020 Black Lives Matter Movement, *Journalism*, ss. 1-21.

- Terkan, B. (2005). Türkiye’de Basın ve Siyaset İlişkisi: Basın Gündemi ve Siyasal Gündemin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Gündem Belirleme Çalışması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Waterhouse, J. C. (2022). #BlackLivesMatter: critical political implications of Twitter discourse in the wake of George Floyd. Honors Theses. University of Tennessee at Chattanooga, ABD.
- Yaşın, C., Çetin, M., Cengiz, C. ve Sönmez, B. (2021). İletişim Teknolojilerindeki Dönüşümün Gündem-Belirleme Sürecine Etkisi Üzerine Kuramsal Tartışmaların Değerlendirilmesi, *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 31-58.
- Yegen, C. (2014). Medyanın Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Rolü Üzerine: Saray Sierra Haberleriyle Oluşturulan Yapay Gündem. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(12), 21-46.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları. B. Yıldırım (Ed.), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle* (1. basım, ss.105-153). Literatürk Yayınları.
- Yüksel, E. (1999). Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi (Özelleştirme Örneğinde Bir Gündem Belirleme Çalışması), Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yüksel, E. (2007). “Kamuoyu Oluşturma” ve “Gündem Belirleme” Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?, *Sosyal Bilimler Dergisi*, ss.571-586.
- Yüksel, Y. (2015). İçerik Çözümlemesi.
https://www.academia.edu/24209083/%C4%B0%C3%87ER%C4%B0K_%C3%87%C3%96Z%C3%9CMLEMES%C4%B0 adresinden 02.01.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.